

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

Всероссийский форум молодых исследователей  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации»  
(Социальный инженер - 2016)»

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

**Часть 3**

**МОСКВА – 2016**

УДК 009

Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации: сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2016. – 162 с.

Сборник составлен по материалам Всероссийского форума молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2016)», состоявшегося 06-08 декабря 2016 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

**Редакционная коллегия**

**Председатель:**

Кащеев О.В., проректор по научной работе

**Ученый секретарь:**

Зотов В.В., декан Института социальной инженерии

**Члены редколлегии:** Антоненко И.В., заведующая кафедрой Психологии; Генералова А.В., заведующая кафедрой Финансов и бизнес-аналитики; Казакова Е.В., заведующая кафедрой Иностраных языков; Ковалева О.В., заведующая кафедрой Философии; Булков А.А., заведующий кафедрой Социологии и рекламных коммуникаций; Ливанский М.В., заведующий кафедрой Управления.

ISBN 978-5-87055-430-3 © Федеральное государственное бюджетное  
ISBN 978-5-87055-435-8 образовательное учреждение высшего образования  
«Российский государственный университет им.  
А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»,  
2016

**УДК 005.94**

## **РОЛЬ ЗНАНИЙ И ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Панкратов А.И., Комаров Г.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире развитие и запросы общества являются мощным стимулом развития экономики.

Основным экономическим условием возникновения необходимости в «управлении знаниями» стало превращение знания в ценный рыночный актив. Многие организации и предприятия для усиления повышения своих конкурентных преимуществ, все чаще стали обращать своё внимание на знания. Знание означает также способность организации, упреждать события, «формировать» будущее. Положительная динамика знания должна быть направлена на развитие способности организации к видению будущего, а не на сохранение уже достигнутого.

Способность к саморазвитию – это неотъемлемый атрибут социума, причем скорость социальных трансформаций сегодня увеличилась настолько, что общество изменяет свое качество в пределах жизни одного поколения. В существующих условиях, информация и знания по своему воздействию и управленческому влиянию на социально-экономические и культурные преобразования, не имеют себе подобных. Необратимые процессы глобализации, бурный рост информационных технологий и телекоммуникаций ведут к складыванию цивилизации нового типа, основной и управляемой информационно-коммуникационными технологиями, а именно, информацией и знаниями [1, с. 119].

Изменяются факторы развития экономики стран и регионов. Все большее значение среди них приобретают факторы инноваций и распространения новых знаний. Рынок знаний постепенно начинает играть главную роль, опережая в развитии рынок материальных товаров.

Экономика как наука все меньше изучает отношения между людьми в процессе производства и потребления вещественных товаров, становясь экономикой знаний, в фокусе которой особенности производства и потребления знаний в полезной деятельности людей. Изменения происходят и в науке управления. Она переключается с производственного процесса на другие, которые имеют прямое отношение к знаниям: инновационный процесс, хранение знаний в электронных системах и их дальнейшее использование, обмен знаниями, обучение персонала, формирование бренда и имиджа компании и др. [2, с. 1].

Эволюционное развитие информационных технологий и систем представляет собой сферу инновационной деятельности, спрос на которую

в конце прошлого века превзошёл все прогнозы [3, с. 137]. Использование информационных технологий меняет природу отношений между организацией и работником, между источником и получателем благ. Знания исключают статичность и одноплановость. Они создают основу для непрерывного обмена информацией с участием как людей, создавших её, так и тех, кто ею пользуется. Основное образование работников, их профессиональная квалификация, повышение уровня профессиональных навыков и знаний в соответствии с потребностями рынка труда, а также новаторское мышление оказывают прямое влияние на отбор источников и полноту их использования в работе.

Большинство руководителей организаций и предприятий осознают значение ресурса знаний и управления этим ресурсом в связи с обострением конкуренции и переходом стратегического управления с классической рыночной ориентации на ресурсную. В системе управления знаниями организации, предприятия должны научиться определять приоритетные задачи управления знаниями применительно к стратегии своего бизнеса, диагностировать свои потребности в знаниях и необходимой информации, в соответствии с которыми можно определить, например, какие технологические решения помогут наиболее эффективно решить поставленные задачи.

Развитие интернет-технологий привело к глобализации рынков товаров, услуг и капитала, а значит, и к острой конкурентной борьбе в сфере знаний, к ускорению принятия решений.

Конкурентность знаний сегодня предполагает создание новых типов организаций, имеющих сетевую структуру и использующих в своей деятельности современные информационные технологии. Знания определяют уровень интеллектуального развития организации, и от того, как выстроена система управления ими, основанная на информационных технологиях, во многом зависит жизненный цикл знаний. Использование информационных технологий в управлении знаниями и создание новых инфокоммуникационных сетей является обязательным условием дальнейшего развития общества [3, с. 137-138].

#### **Список использованных источников:**

1. <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-znaniy-v-upravlenii-v-epohu-globalizatsii> Роль знаний в управлении в эпоху глобализации
2. А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. - М.: Изд. «Эксмо» совместно с Московской международной высшей школой бизнеса «МИРБИС» (Институт), 2008
3. М. В. Ливанский, В. В. Зотов Управление знаниями. - М.: Изд. ИТД «Перспектива», 2016

**©Панкратов А.И., Комаров Г.А., 2016 г.**

УДК 33

**РЫНКИ СЕТЕВЫХ БЛАГ:  
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Афони́на О.А., Орлова А.А., Зотов В.В.  
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня, в век технического прогресса и информационных технологий, изучение рынка сетевых благ и сетевой экономики – видится перспективным и актуальным.

Проведя исследование, мы выяснили, что 100% опрошенных пользуются теми или иными видами сетевых благ, лишь 16% респондентов смогли дать определение сетевым благам, 68% опрошенных отвели важное место рынку сетевых благ в современной экономике, у большинства респондентов не сформировалась позиция по поводу особенностей функционирования рынка сетевых благ.

На основании чего, мы делаем вывод, что изучение рынка сетевых благ является важной составляющей развития современной экономики и понимание его особенностей и перспектив, в дальнейшем позволит использовать эти знания в нашей и вашей профессиональной деятельности.

Итак, прежде всего, что такое сетевое благо?

Исходя из того, что благо – всё, что способно удовлетворять повседневные жизненные потребности людей, приносить им пользу, доставлять удовольствие, то сетевое благо, это всё то, что может удовлетворить наши с вами потребности повсюду, где образуется сеть.

Ситуацию, возникающую, когда инфраструктура, обслуживающая функционирование экономики некоторой страны или группы стран, основывается на использовании Интернет-технологий, называют сетевой экономикой. Она непосредственно связана с производством и распределением сетевых благ, к которым относятся информационные продукты и средства коммуникации [1, с. 22].

Следуя традиционному подходу, можно выделить 4 основных свойства сетевых благ. Во-первых, комплементарность, то есть, для того, чтобы пользоваться сотовой связью, Вам необходим сотовый телефон, в который Вы вставляете SIM-карту. При этом комплементарность подразумевает стандартность, следовательно независимо от того, какой фирмы и комплектации Ваш телефон, сотовая связь в нем будет работать. Во-вторых, экономия на масштабе производства. Естественно, когда сотовая связь только набирала популярность, неизбежны были издержки (строительство вышек, налаживание передачи информации и т.д.), которые

непропорционально велики по отношению к издержкам в дальнейшем. В-третьих, сетевой внешний эффект. Его суть заключается в том, что каждый дополнительный пользователь сетевым благом увеличивает полезность для других индивидов. Продолжая на примере сотовой связи, получается, что когда мы часто слышим от своих друзей, знакомых и пр., что пользоваться каким-то оператором, например, Теле2, выгодно (связь ловит по области, хорошо работает Интернет, между собой можно общаться по сниженной цене и т.д.), то мы начинаем доверять этой информации и возможно, отдаем предпочтение новому оператору, понимая, что связь с друзьями и родными станет значительно дешевле. Таким образом, нарастание объема производимого блага, его использование в нарастающем объеме увеличивают его ценность. В-четвертых, эффекты ловушки. Американские экономисты К. Шапиро и Х. Вэриан выделяют 5 основных причин возникновения эффектов ловушки:

существующие контракты и соглашения (например, при переключении с одного оператора на другого, Вы можете потерять прежний номер телефона);

обучение (иногда потребителю сложно переучиться для работы с другим сетевым благом);

конверсия информации (когда программное обеспечение генерирует файлы, которые сохраняются в определенном цифровом формате, а переход на новое программное оборудование требует преобразований);

издержки подключения (некоторые операторы сотовой связи предлагают специальные программы, в которых Вы получаете не только выгодный тариф для сотовой связи, но и домашний Интернет, при этом Вам нужно приобрести роутер, либо Вам его предоставляет оператор, но если Вы захотите расторгнуть договор, роутер придется отдать);

издержки потери лояльности (к примеру, Вы общались с родственниками за 5 коп. в минуту, сменив оператора, Вы теряете такую возможность).

Инновационные достижения в области высоких технологий, масштабная и массовая цифровизация всех коммуникационных взаимодействий, переход отраслей ИКТ в глобальном пространстве на цифровые технологии ведут к естественному изменению сетевых рынков и являются причиной формирования особой конкурентной составляющей сетевой экономики. Возвращаясь к сотовой связи и операторам сотовой связи, здесь не монополизированный рынок, а высокая конкуренция, где каждая компания борется за главенствующие позиции, где все большее значение приобретает ценовая конкуренция [2, с. 25].

Под действием современных технологий меняются некоторые свойства сетевых благ, стираются границы между различными сетевыми благами, которые из отдельных уникальных продуктов становятся

взаимодополняемыми, а в чем-то и взаимозаменяемыми частями единого комплексного пакетного товара, предлагаемого современной ИКТ фирмой.

Для сетевого рынка нового формата можно указать только нижнюю границу спроса, но не его верхние пределы. Спрос, так же как и предложение, приобретают аморфные формы, подобные кругам на воде от брошенного камня.

Современные тенденции в сетевой экономике означают формирование принципиально нового рыночного профиля – концентрический рынок, состоящий из центра, где относительно крупные фирмы поставляют полный спектр ИТК товаров и услуг; и нескольких периферийных кругов, находящихся на разном удалении от центра, в которых преобладают разнокалиберные мелкие и средние игроки, выступающие поставщиками отдельных специализированных услуг.

Проявляется множественность предложения контента. Наступает существенная фрагментация рынка. Доминирует переход сетевого продукта от конкурирующего к дополняющему. Мы видим четкую эволюцию рынка от естественной монополии (олигополии) к очень конкурентному рынку концентрической архитектуры.

#### **Список использованных источников:**

1. Ахметов А.Г. Россия на пути к новой экономике, основанной на знаниях // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. 2009. № 3 (27). С. 22.

2. Сорокин Т.А. Благо как экономическая категория в современной экономике // Вестник СГСЭУ. 2010. № 3 (32). С. 25

©Афони́на О.А., Орлова А.А., Зотов В.В., 2016 г.

**УДК 33**

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОНТРОЛЯ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ**

Федорова А.О., Кириллов В.П.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность проблемы повышения эффективности контроля за процессами реализации стратегических изменений в организации состоит в том, что, в настоящее время рыночная ситуация характеризуется высокой конкуренцией, непредсказуемостью событий и усложнением процесса принятия оптимальных решений. Исходя из этого возникает острая потребность в быстрой адаптации организации к современным условиям с целью завоевания устойчивой позиции на рынке.

Исследование, проведенное автором в Московской типографии ООО «Вива-Стар», убедительно показало, что проводимые руководством структурные, технические и кадровые изменения требуют постоянного и всестороннего контроля за их реализацией.

Интервьюирование руководящего состава типографии показало, что на этапе инновационных изменений требуется не просто периодический контроль за перестройкой структуры производства, внедрением новой техники и повышением квалификации персонала, а постоянный мониторинг этих сложных процессов. Такой точки зрения придерживаются 97% интервьюируемых.

Практика показывает, что эффективность работы любого типографии напрямую зависит от качества внутреннего контроля за ходом стратегических изменений в организации. Для сравнения можно показать, что буквально 10 лет назад ООО «Вива-Стар», будучи предприятием с устаревшей системой производства, не могло конкурировать с модернизированными фирмами, в которых и техника и технология и система контроля были напрямую скопированы с западных образцов. Учитывая важность развития отечественного производства книг, газет, журналов и другой печатной продукции, типография при поддержке органов муниципального управления получила выгодный кредит, а вместе с тем и возможность осуществить коренную перестройку издательского дела. В соответствии с перспективным планом было закуплено новое оборудование, произведена организационная перестройка и осуществлено обучение персонала новым технологиям. В результате существенно повысился объем производства и качество продукции [4, с. 76].

Однако система контроля оставалась на старом уровне и не способствовала укреплению дисциплины, строгому соблюдению технологии, избавлению от брака, и фактов срыва графика производства. Проведенное с санкции руководства исследование показало, что недостатки в системе контроля за соблюдением технологии, состоянием оборудования, режимом работы и дисциплиной персонала снижают показатели печатного производства на 9%.

По рекомендации исследователей предприятие пошло на новые расходы, закупило соответствующую технику, внедрило западную систему мониторинга производства и освоило новые методы контроля за деятельностью персонала. При этом руководство ООО придерживалось известного мнения Ф.У. Тейлора, что «контроль – это процесс, обеспечивающий достижение целей организации. Главное проконтролировать процесс выполнения планов. Ведь планы могут быть разработаны, средства для их реализации найдены, но все начинания сойдут на нет, потому что не произведена функция контроля за этими действиями» [3, с. 104].



На общем собрании ООО «Вива-Стар» в 2010 г. было принято решение о необходимости усиления всестороннего контроля в организации. Оно включало в себя задачи:

- 1) соблюдения общей и технологической дисциплины персонала;
- 2) постоянного отслеживания состояния техники и оборудования;
- 3) своевременного предупреждения срывов графика издания продукции;
- 4) профилактики кризисных ситуаций в типографском производстве;
- 5) своевременного обнаружения и быстрого исправления ошибок;
- 6) выявления позитивных тенденций и поддержания сильных сторон организации;
- 7) уменьшения неопределенности, характерной для остро конкурентной внешней среды организации;
- 8) повсеместного перехода от периодичного контроля к постоянному мониторингу печатного производства.

Главной задачей руководителя было разработать эффективную систему контроля и мониторинга. Она включала воспитательную работу с персоналом, установку видеонаблюдения, системы «приход-уход» и «покидание места работы», хронометраж операций, наблюдение за соблюдением производственных правил, предупреждение о нарушении технологического процесса, определение соотношения уровня дисциплины с производственными результатами и др. Все это было реализовано в 2010-2012 г.г.

Автору посчастливилось принять участие в работе под руководством финансового директора предприятия по математическому подсчету соотношения финансовых затрат на обновление системы контроля и мониторинга с ростом реальной прибыли. Оказалось, что эффективность новой системы возросла почти на треть, а прибыль реально увеличилась на 10%.

В ходе прохождения практики в московской типографии «Вива-Стар» автор на основе наблюдения, анализа документов и тестирования работников сумела вычлнить основные факторы повышения эффективности контроля. Среди них:

1. Осуществление контроля должно осуществляться по стратегическим направлениям, т.е. сосредотачиваться на главных приоритетах развития предприятия.
2. Контроль не должен перегружать подчиненных, поглощать все их внимание и отвлекать от работы.
3. Установление жестких, но достижимых нормативов соблюдения внутреннего распорядка, инструкций, технологий, правил и т.п.
4. Действенность контроля заключается в оперативном устранении выявленных недостатков.

5. Гласность контроля, означающая, пропаганду положительного опыта работы и нетерпимое отношение к нарушениям.

Данные факторы нашли полное отражение в работах известных исследователей [1, с. 542]. В частности, проф. Данилевский Ю.А отмечал, что «контроль – это вид управленческой деятельности, задачей которого является количественная и качественная оценка и учет результатов работы организации. Контроль нужен на предприятии для того, чтобы оценить реальность поставленных целей и выяснить, каких результатов предприятие смогло достичь, для отслеживания процесса достижения желаемого результата. Результаты контроля являются необходимым условием для мотивации персонала [2, с. 232].

Таким образом, можно сделать вывод, что контроль является одной из отправных точек, с которых начинается совершенствование работы всей организации в целом. Контроль оказывает помощь всем работникам в решении их задач. В итоге можно сказать, что для ведения контроля стратегических изменений любой организации, особенно крупной необходимо иметь службу или отдел контроля, а наиболее эффективной формой контроля зарекомендовал себя всесторонний мониторинг работы предприятия.

#### **Список использованных источников:**

1. Герчекова И.Н. Менеджмент: Учебник. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. - 685с.

2. Лебедев О.Т., Каньковская А.Р. Основы менеджмента. - СПб: 2014г, - 321с.

3. Малашенко В.И. Менеджмент туристского предприятия: учебно - практ. пособие. - М.: БГЭУ, 2012.- 165с.

4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. - М.: "Дело", 2013. - 702с.

©Федорова А.О., Кириллов В.П., 2016 г.

**УДК 351.824.5**

## **СОВРЕМЕННАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА**

Анисимова Е.В., Хоменко С.К., Губачев Н.Н.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Антимонопольная политика – комплекс мер, направленных на демополизацию экономики, контроль и наблюдение за процессами концентрации на рынках, пресечение монополистических действий и

недобросовестность конкуренции, устранение административных барьеров и обеспечение условий для развития конкуренции на рынке, а также пропаганда и распространение знаний, способствующих созданию равных условий для всех участников рынка и формированию общественного сознания в пользу развития рыночных сил [2, с. 78-79].

Сущность антимонопольной политики состоит в непрерывной деятельности соответствующих органов государственного управления, как по демополизации экономики, так и по регулированию монополий.

Одним из важнейших компонентов политики конкуренции и обеспечения социально-экономической стабильности интересов участников деловых отношений является политика антимонопольного регулирования, которую проводит государство в лице соответствующих сил органов власти и управления, осуществляя государственный контроль за соблюдением законов и нормативных актов, относящихся к системе конкурентного права.

Реализация конкурентной политики стала возможной только при формировании целостной системы антимонопольных органов в федеральном центре и регионах. В октябре 1990 г. впервые был законодательно оформлен ведущий антимонопольный орган – Государственный комитет Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур (ГКАП России).

В настоящее время Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа).

Федеральная антимонопольная служба объединяет в себе основные функции упраздненного Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства и часть функций упраздненной Федеральной энергетической комиссии РФ.

Полномочия и функции антимонопольных органов определены законодательством РФ. В своей деятельности Федеральная антимонопольная служба руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства, предоставляющими право на прямое государственное регулирование, организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности.

Сотрудники антимонопольного органа в целях выполнения возложенных на них функций имеют право беспрепятственного доступа в федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, иные наделенные функциями или правами указанных органов власти органы или организации, а также в хозяйствующие субъекты для получения в установленном порядке документов и информации, необходимых антимонопольному органу для выполнения возложенных на него функций.

На сегодняшний день антимонопольное регулирование в России представляет собой комплекс мер, направленных на отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, организации, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели [1].

Для обеспечения эффективной реализации указанных мер, антимонопольная деятельность в РФ осуществляется по следующим направлениям:

недопущение действий, направленных на ограничение конкуренции, хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность на рынке либо на его сегменте;

предупреждение создания административных барьеров для входа на рынок;

препятствование получению хозяйствующим субъектом доминирующего положения на рынке;

принятие мер по избежанию злоупотребления доминирующим положением на рынке хозяйствующим субъектом – субъектом естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии;

своевременное пресечение возникновения негласных соглашений или согласованных действий хозяйствующих субъектов, направленных на ограничение конкуренции на рынке;

осуществление контроля с целью поддержания конкурентной среды на рынке.

Основой российского антимонопольного регулирования служит система нормативных правовых актов, главенствующее место в которой занимает Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите

конкуренции». Сфера антимонопольного законодательства также дополняется другими нормативными правовыми актами [3, с. 46-53].

Деятельность ФАС России весьма противоречива. Несмотря на то, что правительство довольно высоко оценивает результаты деятельности службы, по данным мирового печатного издания «Global Competition Review», Федеральная антимонопольная служба проявляет чрезмерную активность, проводя расследование в более чем 3000 случаев злоупотребления доминирующим положением за год [4].

Такие цифры могут поставить под сомнение качество и эффективность работы антимонопольного органа. И действительно, общественности известны случаи, когда ФАС России принимала поспешные, необдуманные решения.

Особой проблемой в системе контроля за монополистическими структурами выступает регулирование естественных монополий. Здесь не всегда понятна роль, которой государство наделяет естественные монополии. Ориентированы ли такие предприятия на социальное обеспечение или же они должны представлять собой эффективные бизнес структуры? Представители компаний – естественных монополистов сетуют на необходимость единого документа, который бы определял цели, функции и задачи естественных монополий на долгосрочную перспективу. Сегодня такие предприятия не могут эффективно планировать свой бизнес, так как они лишены какого-либо представления о возможных изменениях на рынке.

Система антимонопольного регулирования в РФ была создана совсем недавно и сегодня только проходит путь становления. Поэтому именно сейчас необходимо придать ей тот вектор развития, который будет способствовать совершенствованию деятельности бизнеса в России, защищать отечественную экономику от негативных последствий высокого уровня монополизации рынка и обеспечивать честную конкуренцию на всех рынках.

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.10.2015) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016)

2. Князева И.В. антимонопольная политика в России: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Национальная экономика» / Москва – 2008 г. – с. 78-79

3. Комаров А. В., Пилюк К. А. АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LX междунар. науч.-практ. конф. № 4(58). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 46-53.

4. Global Competition Review: The annual ranking of the world's top antitrust authorities 2015 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalcompetitionreview.com/surveys/article/38881/russias-federal...> (Дата обращения: 10.11.2016).

©Анисимова Е.В., Хоменко С.К., Губачев Н.Н., 2016 г.

**УДК 658.336**

## **О РОЛИ МОТИВАЦИИ В АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

Гамарко Ю.О., Одинцова О.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Важнейшим элементов системы управления персонала представляется подсистема управления развитием персонала, которая осуществляет обучение, переподготовку и повышение квалификации, введение в должность и адаптацию новых работников, оценку кандидатов на вакантную должность [4, с. 7]. В наше время большое внимание уделяется проблемам профессионального поиска, трудовой специализации и адаптации молодых специалистов в современных рыночных условиях. Интерес к проблеме адаптации всегда актуализируется в эпоху социальных, технологических и экономических преобразований [5, с. 134].

В самом общем виде адаптация – это процесс приспособления работника к условиям внешней и внутренней среды. Под адаптацией понимается: максимально быстрое достижение рабочих показателей, привыкание к коллективу, организации, освоение требований корпоративной культуры и правил поведения и т.д.

Система адаптации персоналом включает в себя несколько отличительных особенностей, которые обусловлены политикой работы с персоналом в организации. Существует первичная адаптация персонала, которая предназначена для выпускников вузов. Это наиболее важная и трудоемкая программа, так как именно выпускники вузов являются основной движущей силой. Ко вторичной адаптации относят сотрудников, которые уже имеют опыт работы в других организациях. Поэтому они изначально приходят либо в отделы поддержки, либо в основные отделы, но уже не на начальные позиции.

Когда новые сотрудники приступают к работе в качестве консультантов или специалистов и направляются на работу в рамках конкретного проекта, каждый из них прикрепляется к наставнику – опытному сотруднику, который на протяжении определенного периода будет консультировать, обучать и оценивать работу своего подопечного.

Результаты адаптации нового сотрудника напрямую влияют на показатели всей организации.

Процесс адаптации новых сотрудников состоит из нескольких основных этапов. На первом этапе сотрудника информируют, тестируют, знакомят с порядками поведения, с правилами безопасности в организации, далее рассказывают о коллективе и о предстоящей работе. Информацию о будущей работе, обязанностях, взаимоотношениях и о порядках поведения в коллективе более подробно сотрудник получает от непосредственного руководителя подразделения (группы или отдела).

На втором этапе появляется круг знакомых, которых сотрудник определяет по общим интересам, с которыми в дальнейшем устанавливаются доверительные деловые отношения.

Третий этап включает в себя улавливание общего настроения группы или отдела, когда молодой специалист настроен благожелательно по отношению к коллективу. А положительное, с точки зрения коллектива, поведение в нескольких конфликтных ситуациях приводит к тому, что с сотрудником начинают считаться.

Четвертый этап является одним из важнейших, так как на этом этапе сотрудник принимает активное участие в общественной жизни, нововведениях, предлагает свои идеи, в связи с этим у него появляется определенный интерес в работе. Сотрудник зарабатывает авторитет, что способствует дальнейшему продвижению сотрудника.

На пятом этапе сотрудник уже принимает активное участие в собраниях коллектива, где может уже отстаивать свою точку зрения, приводя «железные» аргументы. А все успехи и неудачи коллектива воспринимает как личные.

Шестой этап можно считать наиболее важным этапом на протяжении всей адаптации, так как именно на этом этапе сотрудник демонстрирует хорошую работу по специальности, проявляет уравновешенность и здравый смысл при разборе каких-либо конкретных ситуаций. Поэтому именно на этом этапе сотрудника выдвигают на ответственные должности [2, 3].

Как представляется, особое значение в развитии адаптации на всех этапах имеет мотивационная сфера личности, направленность мотивов. Важным является совокупность мотивов достижения материальных, социальных и иных ценностей, другой стороны – степень опредмечивания целей.

В этой связи О.С. Дейнека приводит данные зарубежных исследователей, касающиеся индивидуально-психологических детерминант экономико-психологической адаптивности. Так в блоке направленности – выраженность мотива достижения к успеху, преобладание направленности на дело (но не на себя). Особенности

адаптации зависят от локус-контроля – внешнего или внутреннего. Интерналы (внутренний контроль) склонны внимательно анализировать ситуацию, разрабатывать программы поведения, осуществлять предвосхищающие действия. Экстерналы (внешний контроль) объясняют большую часть событий как действие случайных факторов, не связанных с их поведением и действиями, а при неудаче склонны обвинять окружающих.

Процесс адаптации считается завершенным лишь тогда, когда производственным успехам молодого сотрудника сопутствуют хорошие отношения в коллективе. А одним из главных критериев оценки адаптации сотрудника считается удовлетворенность работой. Ведь благодаря именно удовлетворенности работой различные помехи из вне не будут влиять на ритмичность работы сотрудника, что само по себе является – гарантией стабилизации кадров.

Зная темпы прохождения всех этапов адаптации, организация и непосредственно руководители могут отслеживать, на каком этапе находится молодой сотрудник, задержался ли он на каком-либо этапе по сравнению с нормой или же наоборот, прошел этап быстрее. Если же адаптация проходит быстро и успешно, то достигается стабилизация коллектива, которая означает, что сотрудник нашел свое место в коллективе и стал его частью.

Подчеркнем, что все теории адаптации придают особое значение эмоциям, которые лежат в основе реализации целого ряда функций в поведении человека: организационной, контролирующей, оценочной, эмотивной, мобилизационной, функции оказания влияния и др. [1]. Жизнерадостные люди психологически выносливы, устойчивы к стрессогенным и адаптогенным факторам.

#### **Список использованных источников:**

1. Бодров В.А. Информационный стресс. – М.: ПЕР СЭ. - 2000
2. Веснин В.Р. Менеджмент персонала. – М.: Элит, 2002.
3. Моргунов Е. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение. 2-е изд. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2005.
4. Одинцов А.А., Одинцова О.В. Стратегическое управление человеческими ресурсами. – М.: РИО МГУДТ. – 2012
5. Одинцова О.В. О роли личности в адаптации / Актуальные проблемы этнопсихологии. Материалы VI межвузовской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – М.: РУДН, 2010

©Гамарко Ю.О., Одинцова О.В., 2016 г.



**УДК 004.9**

## **ИННОВАЦИИ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ**

Ерёмина А.А., Извальцева М.Я., Огурцова Н.С.  
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Инновации – это, в первую очередь, нововведение, а так же улучшение продукта путем повышения качества технологии производства, знаний или маркетинга.

Так же инновации можно трактовать как разработку и применение любой новой идеи, которая помогает более полно удовлетворять желания клиентов рекламного бизнеса.

Основные свойства инновации:

- 1) научно-техническая, технологическая или управленческая новизна;
- 2) практическая применимость (возможность реализации в конкретном проекте);
- 3) соответствие рыночному спросу (общественным потребностям);
- 4) потенциальная прибыльность.

Выделяют следующие функции инноваций:

- 1) преобразующая функция;
- 2) стимулирующая функция;
- 3) воспроизводственная функция;
- 4) социальная функция.

Именно инновации являются причиной большинства экономических взлетов: промышленной революции в XIX в., фабричного производства в XX в. и развития коммуникаций в XXI в. Экономист Йозеф Шумпетер говорил о важности инноваций в 1940-х г.г., убеждая компании в пользе такого пути.

Инновации способствуют насыщению рынка качественными товарами и услугами, что немаловажно, ибо большинство потребностей современного человека лежит пока еще в материальной плоскости. Посредством инноваций в сторону повышения комфортности изменяется среда обитания и повышается качество жизни, растет уровень рекламного бизнеса. Инновации могут сильнее воздействовать на прибыль, чем повышение эффективности производства или чисто ценовая конкуренция.

Большинство исследователей приводят следующие виды классификационных признаков:

- 1) по технологическим параметрам объектов инновационных изменений;
- 2) по научно-технической значимости;

- 3) по причине возникновения;
- 4) по частоте применения;
- 5) по месту инновации в микроэкономической системе;
- 6) по сфере конкретного воплощения;
- 7) по масштабу новизны.

Классификация инноваций позволяет предприятию определить наиболее эффективную инновационную стратегию и механизм управления инновационной деятельностью.

Инновацию как результат следует рассматривать неразрывно с инновационным процессом.

Инновационный процесс – это процесс преобразования научного знания в нововведение, который можно представить как последовательную цепь событий «наука – техника – производство».

Рынки и технологии постоянно меняются и когда-то успешные товары выходят из употребления. Позиции даже самых сильных компаний весьма уязвимы из-за технологических и рыночных изменений. Поэтому для удержания рыночного лидерства компаниям приходится непрерывно заниматься инновациями.

Gillette доминирует на рынке бритвенных лезвий почти столетие. На первый взгляд её доля рынка остается сравнительно стабильной: на уровне 70%. Каждую декаду или около того компания выводит на рынок новый станок и лезвия, которые поедают её предшествующие продукты. Несколько раз Gillette оказывалась не способна к инновациям, и её рыночная доля немедленно отходила к конкурентам.

Доминирование Intel на рынке микропроцессоров – это непрерывные инновации для выведения на рынок нового поколения чипов каждые несколько лет. Каждое новое поколение съедает продажи предыдущего. Инновации подогреваются параноидальной боязнью того, что конкуренты вырвутся вперёд с более совершенной технологией или продуктом.

В процессе развития рекламного бизнеса в России, постепенно появляются новые цели рекламы. Сегодня очень важно не только привлечь новых клиентов, но и удержать старых, а так же отсеять ненужных клиентов (неплатежеспособных, например). Рекламные кампании сегодня считаются самой перспективной деятельностью, так как приносят не только выгоду заказчику, но и позволяют в полной мере раскрыться и проявить профессионализм рекламному агентству, занимающемуся этой кампанией.

Важной тенденцией рекламного бизнеса следует считать то, что многие рекламодатели России понимают значение творческой составляющей в рекламе и готовы платить за талантливый креатив. Это значит, что молодёжь будет стремиться получить образование и более того, стать хорошими специалистами.

С ожидаемым подъемом экономики нашей страны рекламная деятельность фирм, несомненно, будет развиваться, найдет новые формы и способы привлечения потребителей и возрастет не только в количественном, но и в качественном плане.

За сто лет своего функционирования в России реклама созрела до индустрии с миллиардными оборотами и развитой структурой, заполнила повседневную жизнь человека различными рекламными сообщениями. Будни человека в современном обществе пронизана телевизионными рекламными спотами, газетными и журнальными рекламными объявлениями, щитовой и наружной рекламой.

В рекламные агентства обращаются даже те фирмы, которые имеют сильные собственные рекламные отделы. В агентствах работают творческие и технические специалисты, которые нередко в состоянии выполнять рекламные функции лучше и эффективнее, чем штатные сотрудники фирмы.

Для роста и модернизации рекламной деятельности необходимо проведение широкой исследовательской деятельности во всех её областях. Специалисты прогнозируют, что научно-технический прогресс в третьем тысячелетии радикально повлияет на средства распространения рекламы и, соответственно, на ее виды, формы, оформление и т.д. Большие изменения в рекламном бизнесе ожидаются благодаря существующим, а еще в большей степени будущим достижениям в области электроники. Многие исследователи считают, что появятся новые, нетрадиционные каналы распространения рекламы. Скорее всего, телевидение, радио и печать уступят место компьютерным методам передачи рекламы.

На сегодняшний день рекламной деятельностью занимаются в основном рекламные группы и рекламные агентства, поэтому именно от деятельности их специалистов во многом зависит качество и успех инноваций рекламного бизнеса.

Инновация должна заканчиваться успешным ее внедрением на рынки сбыта. Если новые продукты, процессы или услуги не принимаются рынком, то инновации не существуют.

Самые популярные инновационные продукты рекламного бизнеса:

1) проекционная реклама.

2) InDoor TV. Видеореклама в местах массового скопления людей. По оценкам специалистов она привлекает внимание более 90% потенциальных покупателей.

3) Just Touch. Технология интерактивного взаимодействия. Она позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло.

4) Ground FX. Представляет собой сверхсовременную интерактивную проекцию. Эта технология позволяет потребителю не

просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие, что достигается путем проецирования объемного изображения на плоскую поверхность.

5) Free Format Projection. Эта технология создает ощущение присутствия персонажей или других объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое впоследствии проецируется на поверхность.

6) Аромамаркетинг. Согласно исследованиям, в магазинах, где проводится ароматизация, средний оборот повышается на 6%, а длительность пребывания покупателей и их готовность совершать покупки – на 15%.

Что нас ждет в новом году в рекламном бизнесе?

1) Самое главное – это усиление конкуренции в рекламном бизнесе.

2) Активное освоение рекламой новых digital-каналов, например Peroscope (сервис, позволяющий вести и смотреть прямые трансляции с помощью смартфона). Запустившись в марте, гибрид двух популярнейших форматов – реалити-шоу и видеоблогинга – к концу года насчитывал более 10 миллионов пользователей.

3) Мессенджеры станут новыми социальными медиа. Telegram, WhatsApp и Facebook Messenger становятся более удобными для прямого общения между пользователями по сравнению с внутренними чатами социальных сетей. «ВКонтакте» и «Одноклассники» никуда не исчезнут: аудитория будет и дальше использовать их для публикации фото, комментирования чужого контента, просмотра видео и прослушивания музыки. Однако значительная часть активности переместится в мессенджеры.

4) Интернет вещей. Когда ваш холодильник, уют и кофеварка будут подключены к Сети, вы будете искать и получать информацию иначе. Когда бытовые приборы будут взаимодействовать друг с другом напрямую, ваша жизнь станет другой.

5) Увеличений функций носимых гаджетов. Уже скоро носимые гаджеты станут причиной появления ультрамобильного интернета: приложений и сайтов, адаптированных к работе на очень маленьком экране.

6) Исчезнет приватность.

7) Природная реклама. Новый рекламный носитель GlowFungi не только «природный», но еще и почти живой. Это особая, светящаяся в темноте бактерия. Она абсолютно безвредна и излучает свет исключительно за счет природных реакций, не требующих никакой химии.

Все инновационные технологии, товары и оборудование в рекламной индустрии освещаются на ежегодной выставке, проходящей в ЦВК «Экспоцентр» в Москве. В этом году данное мероприятие получило

название «Реклама-2016». Целью этого события является, в первую очередь, донесение информации о новшествах до специалистов всех сфер индустрии. Кроме того, эта площадка предоставляет отличную возможность оценить практическое применение новых технологий, а также изучить последние тенденции на рынке рекламных услуг.

Выставка «Реклама-2016» – мероприятие международного масштаба, так как 10% его посетителей – гости из стран ближнего и дальнего зарубежья. Это позволяет оценить наш и зарубежный рынок, сравнить их, а также те тенденции, которые на них существуют.

Инновационные технологии, освещаемые на выставке «Реклама-2016» в ЦВК «Экспоцентр», нашли свое воплощение во многих отраслях данной индустрии. С каждым годом они развиваются и дают возможность создавать более совершенное оборудование и рекламные технологии. Это делает маркетинг более эффективным и качественным, а рекламу более яркой и зрелищной.

Мы провели небольшое исследование, и вот что показало исследование: преобладающее число респондентов – женщины в возрасте старше 20 лет. Большая половина (84% респондентов) знают, что такое инновации, так же большинство считает, что рекламный бизнес претерпевает большие изменения в современном мире. 64% опрошенных считают, что в рекламном бизнесе появляются новые приемы. Чуть больше половины опрошенных считают, что базовые рекламные приемы – эффективны. 48% респондентов считают, что эффективность рекламного трюка, который был эффективен на протяжении многих лет, не снизится.

#### **Список использованных источников:**

1. Бабурин В.А. , Тывин Л.Ф. Инновационный маркетинг и рекламная деятельность в сфере сервиса. Журнал "Технико-технологические проблемы сервиса". Выпуск № 17- 2011г. С. 14.

2. Березина Ю.А. Журнал «Продвижение Продовольствия. Prod&Prod» №10- 2012г. С. 12-13.

3. Каменева Н.А. Основные направления развития инноваций в России. М.-2013г. С. 17.

4. Карпченко Ю.В. Инновации в малом бизнесе. Тула - 2013 г. С. 44.

5. Пирогова Ю.К. Взгляд на рекламу с позиций различных субъектов рекламного рынка//Реклама. Теория и практика. – 2012. – № 3. – С. 134–142.

6. Майлс Йен. Сервисные инновации в 21 веке. Журнал "Форсайт".Выпуск№ 2 ,том 5. - 2011г. С. 69.

7. Наумов В.Н. Маркетинг доверия: теория, принципы, практическое применение//Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2010. – № 02 (86). – С. 98–108.

8. Чернов С.А. Роль -инноваций в преодолении предприятием экономического кризиса. Журнал "Ученые записки Российского государственного социального университета". - 2011г. С. 7.

9. Феофанов О.А. Реклама : новые технолгии в России. - СПб.:Питер, 2011. - 384 с.

10. Шуванов В.И. Психология рекламы. - Ростов - на - Дону : Феникс, 2010. - 320 с.

©Ерёмина А.А., Извальцева М.Я., Огурцова Н.С., 2016 г.

**УДК 37(47)**

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ**

Ерисова Н.Д., Комаров Г.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Известно, что последние восемь лет руководство системой российского образования находилось в несколько натянутых отношениях с педагогической общественностью и профессорско-преподавательским составом вузов. Даже ректор РУДН Владимир Филиппов, назначенный министром в 1998 г., имел среди коллег по цеху достаточно неоднозначную репутацию. Именно ему принадлежит идея знаменитого ЕГЭ, вокруг которого уже столько лет идут ожесточенные битвы его сторонников и противников.

Сменившего его на этом посту в 2004 г., Андрея Фурсенко тоже компромиссной фигурой назвать сложно. Он был активным сторонником включения России в Болонский процесс, что поддерживали далеко не все. Также он являлся сторонником реформирования Российской Академии наук, для чего требовалось перевести часть её сотрудников на коммерческие контракты.

А в 2011 г. он прославился откровенным заявлением о том, что в процессе образования уровень оплаты труда преподавателя – это отнюдь не самое главное: «По данным исследований во многих странах, качество образования напрямую не зависит от объёма финансирования. Так что вопрос денег не самый главный... В любой профессии есть люди, хорошо работающие независимо от оплаты» [1].

В марте 2011 г. появилось открытое письмо президенту с требованием отставки Андрея Фурсенко из-за разрушения им системы музыкальных школ, среди авторов которого – Олег Табаков и Владимир Спиваков. Вот что, в частности, в нем было сказано: «Учебные заведения творческой направленности на грани гибели. Причиной тому – вопиющая некомпетентность Министерства образования и науки РФ, которое

предпринимает все, чтобы от лучшего в мире творческого образования ничего не осталось. ...За последние годы в стране закрылись сотни творческих школ, и это – далеко не предел» [5].

Андрея Фурсенко в 2012 г. сменил на посту Дмитрий Ливанов. По всей видимости, он вполне серьезно воспринял рекомендации своего предшественника относительно того, что зарплата преподавателям является делом отнюдь не первой важности. За что и получил выговор.

Короче говоря, можно рассказать еще много интересного о деятельности предшественников Ольги Васильевой на посту Министра образования и науки Российской Федерации. Но хотелось бы обратить внимание на тот факт, что наследство ей досталось непростое. Все Концепции, Программы и прочие документы писались в канцеляриях ушедших в отставку министров.

Это имеет свои плюсы и свои минусы. Плюсы – в том, что она всего этого не придумывала и не подписывала. А минусы – в том, что весь этот огромный массив документов принят, подписан и подлежит исполнению. Разумеется, как новый руководитель, она имеет карт-бланш на то, чтобы вносить коррективы и иногда – очень серьезные.

Финансовое наследие новому министру образования, вкратце, досталось такое. По данным Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в текущем десятилетии государственные расходы на образование существенно выросли, достигнув около 5% ВВП [2]. В 2015 г. из федерального бюджета на финансирование образования были потрачены 616,7 трлн. руб., за 9 месяцев 2016 – 564,3 трлн. Большая часть этих средств направляется в систему общего образования, на втором месте – дошкольное, не третьем – высшее и послевузовское, затем – среднее профессиональное, далее – молодежная политика и оздоровление детей, потом начальное профессиональное образование и на последнем месте – профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации.

Структура инвестиций в основной капитал в сфере образования остается традиционной. Основной их объем дают привлеченные средства (95,7%), главным образом выделяемые из бюджетов разных уровней (86,6%): из федерального – 32,8%, из бюджетов субъектов РФ – 35,8% и из местных бюджетов – 18%. Собственные средства образовательных учреждений не превышают 4,3%.

Необходимо сразу оговориться, что далеко не всеми деньгами, которые направляются на образование, распоряжается Министерство образования и науки. Хотя, разумеется, его образовательный бюджет – самый солидный: более 1,3 трлн. руб. (55,54% от общей суммы расходов федерального бюджета по разделу «Образование»). Немалые деньги осваивают также Министерство обороны (276 млрд. руб. или 11,53%),

Министерство здравоохранения (почти 152,4 млрд. руб. или 6,36%), Министерство внутренних дел (почти 107 млрд. руб. или 4,47%), Министерство сельского хозяйства (почти 92,1 млрд. руб. или 3,85%). Есть в России и другие министерства и ведомства, которые самостоятельно куют свои кадры и тратят на это нужное дело еще почти 436,9 млрд. руб. (18,25%).

Большая часть этих денег тратится на реализацию государственных программ, в том числе на государственную программу «Развитие образования на 2013-2020 г.г.» (далее – ГПРО). К концу 2016 г. в рамках программы должны быть освоены более 1,7 трлн. руб. (71,85%). Прочие государственные образовательные программы скромнее и все вместе обойдутся бюджету немногим более чем в 674 млрд. руб. (28,15%).

Если основной объем денежных средств, которые тратятся на образование, направляется на общее образование, то средства ГПРО направляются прежде всего на реализацию Подпрограммы 1 «Развитие профессионального образования». Это почти 1,6 трлн. руб. или 89,83% от общего объема расходов на реализацию ГПРО. Доля прочих подпрограмм ГПРО в общем объеме расходов составляет немногим более 180,5 млрд. руб. (10,17%). В 2014-2016 г.г. по ГПРО планировалось освоить почти 65,1 млрд. руб. (3,78% от общего объема средств программы). Больше всего денег тратится на строительство – более 41,6 млрд. руб. (63,95%).

Разумеется, самым инвестиционно емким является развитие высшего образования. Доля расходов федерального бюджета на финансирование высших учебных заведений, подведомственных Минобрнауки, в 2016 году в общей сумме расходов федерального бюджета России по разделу «Образование» составляет 154,1 млрд. руб. (26,33%). Наибольший объем расходов приходится на Центральный федеральный округ и составляет 50,8 млрд. руб. или 33,0%. При этом 37,1 млрд. руб. (73%) расходов по ЦФО приходятся на Москву. Больше всего достается МГТУ им. Баумана (14,8% или 5,5 млрд. руб.), МГСУ (3,8% или 1,4 млрд. руб.), МПГУ (4,3% или 1,6 млрд. руб.), МИФИ (7,0% или 2,6 млрд. руб.), МАИ (7,5% или 2,8 млрд. руб.), РУДН (4,6% или 1,7 млрд. руб.), МЭИ (5,4% или 2 млрд. руб.), РЭУ им. Г.В. Плеханова (5,1% или 1,9 млрд. руб.), МАМИ (3,2% или 1,2 млрд. руб.), МИСиС (4,8% или 1,8 млрд. руб.), РГСУ (2,0% или 1,1 млрд. руб.). Прочие вузы существенно скромнее в потребностях и все вместе поглощают 31,5% или 11,7 млрд. руб. [7].

Ольга Васильева является сторонником традиционной системы образования, в которой обучающимся даются не только знания, но и воспитание. Вторая принципиальная установка нового министра – необходим единый для всей страны учебный план. По словам Ольги Васильевой, сейчас свои собственные учебные планы имеют не только каждый регион, но и районы, населенные пункты и даже отдельные особо



продвинутые школы. Поэтому, переходя из одной школы в другую, ученик может обнаружить, что по какому-то предмету он катастрофически отстал, а по-другому – ему и учитель мало что нового может сообщить [4].

В-третьих, ЕГЭ не отменяется, но многое будет по-другому уже в нынешнем учебном году. В 2017 г. тесты исчезнут из экзаменов по обществознанию, истории, географии, информатике и информационно-коммуникационным технологиям. А в 2018 г. их уберут также из физики, химии и биологии.

В следующем году в экзамене по литературе также не будет тестовых заданий. Он будет включать творческие задания с большим развернутым ответом, связанные с теорией литературы. То есть, во-первых, задания увеличатся, они будут требовать хорошего знания текста, а во-вторых, будут повышены требования к третьей части ЕГЭ – сочинению.

Теперь о высшем образовании. Ольга Васильева – противник слияния вузов. И этот процесс уже остановлен. Но, к сожалению, обратного хода у этого процесса, по всей видимости, пока не предвидится.

Министр не является принципиальным противником дистанционного образования – но лишь в тех случаях, когда в этом есть необходимость. А когда это превращается в циничный бизнес по торговле дипломами – с этим надо бороться и такая борьба уже ведется.

Все разговоры о том, что Ольга Васильева собирается закрыть все частные вузы – это неправда. «У нас есть Ассоциация негосударственных вузов, 448 прекрасно работающих учебных заведений, и поэтому никаких планов о закрытии или уничтожении... всех частных вузов, и близко нет», – заверяет она [6].

Ну и, наконец, о деньгах. «Мы считаем среднюю зарплату по стране, суммируя средние по регионам, а они могут быть очень разные, – разъясняет новый министр. – И в этом есть некое лукавство. Сейчас зарплата учителя состоит из основной части и стимулирующей. Причём первая часть во многих школах была мизерной, а величина второй зависела от решения директора. А тут, увы, принцип справедливости иногда подменяется личным отношением. Поэтому мы закрепили новые правила: 70% зарплаты учителя – это базовая часть, которая не зависит ни от чего, а 30% – стимулирующие доплаты за особые успехи. Более того, мы обдумываем возможность ввести порядок, когда зарплата директора школы не может быть в десятки раз выше средней зарплаты преподавательского состава. Такое уже есть в высшей школе: зарплата ректора не должна по закону более чем в пять раз превышать среднюю преподавательскую» [3].

Подводя краткий итог можно сделать вывод о том, что, по всей видимости, время непродуманных экспериментов в образовании с

некоторым запозданием подошло к концу. Однако прогресс не совершается путем рутинного следования раз и навсегда заведенным правилам. Прогресс движется экспериментом. Значит надо экспериментировать ответственно.

#### **Список использованных источников:**

1. Андрей Фурсенко: «Мы учителей не обманываем». – Еженедельник "Аргументы и Факты". – № 50, 14/12/2011.
2. Индикаторы образования: 2016: статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2016.
3. Министр образования Ольга Васильева: не надо стыдиться гордости за страну. – Еженедельник "Аргументы и Факты". – № 45 09/11/2016.
4. Ольга Васильева: нами занимались больше, чем современными детьми. – Еженедельник "Аргументы и Факты". – № 46 16/11/2016.
5. Открытое письмо. – «Аргументы недели». – № 9 (250) от 10 марта 2011.
6. Ольга Васильева: я не ретроград и не сталинистка. – «Интерфакс». – 09:00, 7 ноября 2016. – <http://www.interfax.ru/russia/535818>.
7. Расходы консолидированного бюджета Российской Федерации по разделу «Образование» в 2016 году, млрд. руб. – Министерство образования и науки Российской Федерации. – [http://fin.edu.ru/InfoPanel/min\\_obr1.html](http://fin.edu.ru/InfoPanel/min_obr1.html). – данные за 0:05 19.11.2016.

©Ерисова Н.Д., Комаров Г.А., 2016 г.

### **УДК 33**

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И ОБЩЕСТВО ЗНАНИЙ**

Ерощенко Е.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Информационное общество очень зависимо от изменений и новаций. Сам же статус информации и знания взаимосвязан с развитием общества. Следовательно, информация становится основным фактором «информационного общества», социальной ценностью. Это основа для создания человеком общественной жизни, также и для самого существования. Производство и использование информации на начальном этапе определяет перспективы социального развития.

Информация как универсальная категория играет очень важную роль в современном знании. Ее универсальность связана с тем, что информация объединяет в себе все явления в материальном и духовном мире. В связи с

этим, в последние годы эта категория становится центральным объектом исследования гуманитарных наук.

История нам дает понять, что информация и знания проявляет существенное воздействие на общественное развитие. То есть изменение общественной жизни сопровождается расширением размеров данных, что естественно приводит к росту необходимости в размене знаний. Чем обширнее необходимость в знании и информации, тем больше данные расширяются в мире. Она оказывает определяющее влияние на сознание, поведение людей, определяет их быт, лежит в основе принятия решений, формирования мировоззрения, коммуникативных отношений в обществе. Информация представляет собой фактор, управляющий общественным развитием.

Чем продиктована столь значительная роль информации в развитии общества? Вероятно, прежде всего, тем, что одной из интегративных потребностей человека выступает потребность в информации, информационная потребность, которая включается во все виды человеческой деятельности. Информационная деятельность составляет основу механизма развития социальной инфраструктуры и потому предваряет, сопровождает и завершает любую деятельность субъекта.

В современных науках созданы методы, позволяющие исследовать информацию с самых различных позиций. Вместе с тем, до сих пор в изучении информации преобладает технократический подход, сужающий понимание сущности информации, ее роли в развитии общества. Попытки синтеза представлений об информации, способах анализа ее жизнедеятельности, роли в системе коммуникаций требуют усиления междисциплинарности и поиска общенаучного метода. Подобный синтез подходов к изучению информации возможен лишь в гуманитарной сфере.

Общество знаний – это динамично развивающееся общество, качественное своеобразие которого определяется действием совокупности факторов, включающей следующие:

Широкое осознание роли знания как условия успеха в любой сфере деятельности.

Наличие (у социальных субъектов разного уровня) постоянной потребности в новых знаниях, необходимых для решения новых задач, создания новых видов продукции и услуг.

Эффективное функционирование систем производства знаний и передачи знаний.

Взаимное стимулирование предложения знаний и спроса на знания (предложение стремится удовлетворять имеющийся спрос на знания и формировать спрос).

Эффективное взаимодействие в рамках организаций и общества в целом систем/подсистем, производящих знание, с системами/подсистемами, производящими материальный продукт.

Так понимаемое общество знаний предполагает экономику знаний, однако не сводится к ней. Исследования по экономике знаний ведутся сегодня во многих странах, в том числе и в России. Необычность знания как экономического ресурса порождает специфические сложности измерений. Измерение затрат на производство знаний и доходов от «проданных знаний» необходимо, однако явно недостаточно для понимания экономических аспектов бытия знания. Экономика знаний как новое направление в экономической науке интересуется также данными, традиционно относящимися к науковедению, например, количественными характеристиками различных категорий научных публикаций. Практическая направленность подобного рода исследований состоит, в конечном счёте, в том, чтобы содействовать созданию благоприятных условий для развития экономики знаний как хозяйственного уклада. При этом речь может идти как о наукоемких и высокотехнологичных отраслях, так и об эффективном использовании знаний во всех отраслях экономики.

Потребность в новых знаниях имеется не только в экономике, но и во всех сферах деятельности людей. Производство и передача знаний осуществляется не только в рыночных контекстах, но и вне таковых. Процессы коммерциализации науки, культуры, образования – реальность, однако эти процессы затрагивают лишь отдельные аспекты и фрагменты таких областей. Значительная доля информационной продукции, производимой в обществе знаний, становится общественным достоянием, вознаграждение её создателям осуществляется не на коммерческой основе, может быть символическим, а то и вовсе не иметь денежного выражения. Тем не менее, использование понятий спроса и предложения для осмысления ситуации в подобных областях следует признать полезным – хотя бы потому, что оно гарантирует выход за рамки отношения «творческая личность и Бог», побуждая соотносить деятельность творческой личности с интересами и потребностями других людей.

Потребность в образовании, переподготовке, в дополнительном образовании, в «образовании на протяжении всей жизни» – одна из основных потребностей человека в обществе знания. Удовлетворение такой потребности может быть преимущественно делом рынка, но не менее правомерны и варианты, когда основную часть расходов на образование берут на себя государство и общественные организации.

Следует отметить, что выражения «общество знаний» и «общество знания» вошли в моду относительно недавно и всё чаще используются социологами, экономистами, теоретиками менеджмента для осмысления

процессов, происходящих в хозяйственной и политической жизни, в информационной сфере, в структурах образования и науки, в отношениях внутри организаций и между организациями. В опубликованном ЮНЕСКО докладе с показательным заглавием «К обществам знания» утверждается: «Сегодня общепризнано, что знание превратилось в предмет колоссальных экономических, политических и культурных интересов настолько, что может служить для определения качественного состояния общества, контуры которого лишь начинают перед нами вырисовываться». Общество знаний приобретает черты нового социального идеала, определяющего направленность стратегий и программ региональных, национальных и международных структур.

Идею общества знаний часто связывают с именем П. Друкера, известного теоретика менеджмента. В 60-х годов XX века подобные идеи высказывали Ф. Махлуп, Д. Белл, Р. Лэйн и другие авторы. Однако предметом широкого общественного интереса идея общества знаний как общества будущего становится лишь в 1990-х годах.

Чем отличается общество знаний от информационного общества? А от постиндустриального общества? Очевидно, ответы на эти вопросы зависят от того, какой смысл вкладывается в каждое из упомянутых понятий. Иногда говорят, что постиндустриальное общество приходит на смену индустриальному (что видно уже из названия), через какое-то время постиндустриальное общество становится информационным (то есть информационное общество – стадия в развитии общества постиндустриального), а за информационным обществом следует общество знаний. Объяснить такой способ «упорядочения» можно, по-видимому, тем, что широкую известность соответствующие идеи приобретали именно в такой последовательности. Однако выдвинуты все эти идеи были почти одновременно, а осмысливаемые с их помощью социальные, технологические и экономические процессы тесно переплетены между собой.

Тема общества знаний – перспективная тема дискуссий, участники которых могут исходить из разных представлений о том, что есть общество знаний. Вряд ли разумно ожидать, что на этом пути будет достигнуто «общепризнанное определение». Смысл подобных обсуждений – не в достижении такого определения, а в том, чтобы участники их, выходя за пределы специализированного контекста, открывали для себя новые грани изучаемых предметов и явлений, а, возвращаясь в привычный контекст, изменяли его, формулируя новые вопросы и исследовательские задачи.

©Ерощенко Е., 2016 г.

**УДК 331.108.22**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА**

Камышева А.В., Одинцова О.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Отбор персонала – комплексная кадровая технология, представляющая собой совокупность оценочных мероприятий для принятия решения о приеме соискателя на работу или стажировку либо об отказе в продолжение участия в конкурсе.

Существуют различные методы отбора претендентов на вакантные должности, позволяющие оценить соответствие качеств человека требованиям вида деятельности или должности в организации.

Часто перед специалистами по подбору и отбору персонала ставятся задачи по оптимизации процедур оценки кандидатов, сокращению времени и затрат на их проведение, автоматизации отдельных операций. Во многих случаях для этого можно использовать современные дистанционные технологии.

1. Анализ биографических данных в резюме/ анкете соискателей. На данном этапе кандидаты оцениваются по формальным критериям: пол, возраст, уровень образования и профессиональный опыт. Соискатели направляют резюме работодателю через специальные рекрутинговые порталы или через электронную почту, так что данная процедура проводится без личного присутствия кандидата.

2. Интервью/беседа. Исходя из содержания вопросов, различают такие типы интервью: биографическое, компетентностное, проективное, ситуационное (кейс-интервью, case-интервью), стрессовое, комплексное. В зависимости от количества соискателей-участников интервью бывает индивидуальное и групповое. Интервью может проводиться очно или дистанционно (телефон, Skype). Как правило, по телефону проводится предварительное интервью, уточнение отдельных вопросов по резюме. Технология Skype позволяет собеседникам не только слышать, но и видеть друг друга, что даёт возможность оценить большее количество параметров, в том числе невербальных. Во многих компаниях такая форма заменяет очные встречи с соискателями на первых этапах отбора.

3. Тестирование. Данная процедура позволяет оценить профессиональные, психофизиологические, интеллектуальные характеристики, личностные и мотивационные особенности соискателя. Информационные технологии при проведении тестирования используются в различных вариантах.

Работодатель по электронной почте направляет тесты, бланки, стимульный материал, а соискатель высылает заполненные формы.

Работодатель предоставляет ссылку на электронные варианты тестов (собственную базу тестов и/или специализированные сайты, с которыми у него имеются договорные отношения), соискатель заполняет его он-лайн. В таком случае отчёт по результатам теста формируется автоматически и приходит к работодателю по электронной почте или в личном кабинете.

Соискатель самостоятельно проходит тестирование на сайтах, заслуживших доверие среди специалистов, и результаты прикрепляет к резюме. Такую возможность предоставляют некоторые рекрутинговые порталы.

4. Узкопрофильное анкетирование, специализированные письменные задания, а также анализ образцов профессиональной документации служат для уточнения уровня квалификации соискателя, его должностной компетентности. Как правило, эти процедуры оценки проводятся очно на финальных этапах отбора, но в ряде случаев могут проводиться дистанционно.

5. Выполнение кандидатом рабочей операции. Если необходимо определить скорость и качество владения тем или иным профессиональным навыком, то такие операции выполняются в реальных условиях. Реже и для отдельных должностей этот этап отбора проводится дистанционно, например, написание статьи или поста для журналистов, рерайтеров, администраторов сайтов и социальных сетей.

6. Анализ рекомендаций с прошлых мест работы соискателя. В России данный метод используется не всеми компаниями, выборочно для отдельных специалистов. Соискатели могут сами предоставлять контакты людей, которые могут их рекомендовать. Также рекрутеры находят предыдущих руководителей или коллег через интернет, социальные сети.

7. Ассесмент-центр – это комплексный метод оценки потенциала специалиста/менеджера, его мотивации к труду и соответствия занимаемой должности, включающий тестирование, интервью, ролевые игры. Эта дорогостоящая процедура, так как требует достаточно большого количества времени, участия нескольких наблюдателей со специальной квалификацией. Обычно проводится в очной форме для оценки менеджеров среднего звена. Но в последние годы всё большее распространение получают дистанционные и автоматизированные ассесмент-центры, появляются компании, специализирующиеся на их разработке и проведении (Международный проект дистанционного образования Mental-skills), а также необходимые сетевые сервисы и программное обеспечение (Система автоматизированной оценки персонала S&A Online от Консалтинговой группы VI TO BE, Автоматизированный

Центр Оценки Персонала (АЦОП) и автоматизированная экспертная система оценки компетенций «Ресурс-К» от ООО «Деловой мир «Вы+Мы»).

Сравнивая российскую практику с системами отбора и подбора в других странах, можно отметить, что в США эти процедуры в большей степени автоматизированы и проводятся по строгим алгоритмам. Дон Пек (Don Pек) в своей статье пишет о приближении такого момента, когда некоторые из менеджеров по персоналу даже не захотят больше проводить собеседования с кандидатами, а будут стремиться нанимать людей с высшими баллами по результатам компьютерного анализа [1, 4]. Кроме распространённых в России методов, по оценке Томаса Чаморро Премюзик (Tomas Chamorro-Premuzic), профессора бизнес-психологии в Университетском колледже Лондона, наибольшее значение приобретают три новые технологии, позволяющие проводить оценку без очных встреч с соискателями [2, 3]:

1. Человеческая аналитика (people analytics) или большие данные (big data). Данная технология позволяет обрабатывать огромные массивы информации и на основе их анализа выявлять новые закономерности, например, введя большое количество цифровых данных об уже работающих сотрудниках на специальный софт, можно получить перечни критериев, значимых для успешности на определённой должности, используя которые, можно отбирать кандидатов. Такой подход помогает принимать решение более взвешенно, на основе логических закономерностей, которые невозможно выявить другими методами. Так, проведённое глобальной американской консалтинговой компанией Cornerstone OnDemand, исследование на выборке, состоявшей из трех миллионов сотрудников, работающих в различных отраслях, выявило, что работники, использующие Chrome или Firefox, демонстрируют лучшие результаты, работают в компании дольше, на 15% меньше прогуливают или болеют, и клиенты ими чаще довольны, чем сторонниками Internet Explorer или Safari [1]. Критики использования больших данных, обсуждая аналогичные примеры, делают выводы о том, что получаемые критерии часто косвенные, значимые только статистически, но не всегда позволяют сделать правильные выводы о конкретном соискателе.

2. Анализ активности в интернете/Анализ профилей в социальных сетях. Ежедневно большинство людей оставляют свои «следы» в интернете, используя поисковые системы, получая и оставляя рекомендаций и одобрений на LinkedIn, комментируя материалы на сайтах, размещая фотографии, видеозаписи и музыкальные композиции. Недавние исследования ученых Кембриджского университета доказали возможность определения величины IQ с помощью анализа интернет-активности кандидата [1]. Специалистов по подбору и руководителей часто



интересуют не только профессиональные, но и личностные качества соискателей, их интересы, мотивация. Многие из этого можно оценить, просмотрев профили в социальных сетях. Данная процедура не является обязательной, но всё больше компаний её использует. Один из крупнейших рекрутинговых порталов России SuperJob в октябре 2016 года запустил специальный сервис, позволяющий просмотреть на одной странице всю информацию о кандидатах (фотографии, круг контактов, увлечения и интересы) из «ВКонтакте», «Фейсбука», «Моего мира», «Твиттера», «Одноклассников» и «Инстаграма», а также информацию и местах работы его друзей и коллег.

3. Геймификация (использование игровых механик не в игровых процессах) позволяет проводить оценку без использования традиционных инструментов, более интерактивно, через решение сложных проблем, головоломок, прохождение специально разработанных игр. Этот метод используют Google, Reckitt, IKEA, и Deloitte, геймифицируя оценку кандидатов, преимущественно молодых, чтобы найти свежие таланты, отслеживать потенциальных сотрудников с нужными навыками и пригласить их на работу.

Таким образом, можно отметить, что большинство традиционных методов отбора претендентов на вакантные должности могут проводиться дистанционно полностью или частично. Кроме этого, развитие информационных технологий приводит к возникновению новых методов анализа, позволяющих работодателям принимать взвешенные решения при выборе лучших кандидатов.

#### **Список использованных источников:**

1. Грузина Е. Цифровой рекрутинг [Электронный ресурс] // URL: <http://humanfactor.com.ua/publications/newsletter/2016/November-2016/Tsifrovoy-rekruting> (дата обращения 19.11.2016г.)

2. Лабутина Н. Большие данные (Big data) в вопросе подбора персонала означают большие проблемы для соискателей [Электронный ресурс] // URL: <http://hrdocs.ru/poleznaya-informacziya/big-data-v-podbora-personala/> (дата обращения 19.11.2016г.)

3. Chamorro-Premuzic Tomas 3 Emerging Alternatives to Traditional Hiring Methods [Электронный ресурс] // URL: <https://hbr.org/2015/06/3-emerging-alternatives-to-traditional-hiring-methods> (дата обращения 19.11.2016г.)

4. Peck, Don. They're Watching You at Work. // The Atlantic Monthly Group [Электронный ресурс] // URL: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/12/theyre-watching-you-at-work/354681/> (дата обращения 19.11.2016г.)

©Камышева А.В., Одинцова О.В., 2016 г.

**УДК 32.019.52**

## **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ БЕЗ ОПЫТА РАБОТЫ**

Конкина А.Б., Кузнецов Е.А., Огурцова Н.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблема трудоустройства выпускников после окончания вузов сегодня чрезвычайно актуальна. Система государственного распределения – ушла в прошлое. Сегодня молодой специалист сталкивается с довольно жесткими условиями рынка, из которых он не всегда выходит победителем.

В настоящее время молодежь представляет наиболее многочисленную группу безработных – более 30% от общего числа зарегистрированных безработных. Кроме того, 25-28% от общей совокупности безработной молодежи составляют выпускники учебных заведений. Основной проблемой трудоустройства молодого специалиста является не поиск работы вообще, а поиск работы по специальности [1, с. 115]. Сложность устроиться на работу по специальности объясняется двумя причинами. Во-первых, набор преподаваемых в вузах специальностей и профессий не соответствует запросам рынка труда. Например, в настоящее время на рынке труда наблюдается повышенный спрос на специалистов в области продаж, поскольку в условиях кризиса поддержание продаж на докризисном уровне является для многих компаний шансом успешно пережить кризис и продолжать развиваться. Высокого уровня продаж можно достигнуть только за счет активного продвижения на рынок своих товаров и услуг. Однако вузы специалистов в области продаж практически не готовят. Зато наблюдается переизбыток других профессий, например, экономистов, юристов, PR-менеджеров и специалистов в области рекламы. Во-вторых, большинство работодателей ищут специалистов, имеющих практический опыт работы, а соискатели без такового ими не рассматриваются. В зависимости от полученной специальности молодому специалисту без опыта работы будет проще или сложнее устроиться на работу по специальности впервые. Например, молодым специалистам, имеющим техническое или инженерное образование, зачастую будет устроиться на работу проще. Можно сказать, что чем больше какая-то профессия требует специальных знаний и меньше практических навыков, тем проще будет устроиться на работу специалисту по этой профессии [2, с. 51].

Казалось бы, какой может быть опыт работы у бывшего студента по своей специальности к концу учебы? Ведь у него не было пока диплома, а

если и имелся опыт работы, то, скорее всего, это был опыт курьера, разносчика, официанта и других специальностей, обычно предлагаемых студентам службами занятости в качестве дополнительного заработка в период обучения. Возникает парадокс, который, к сожалению, зачастую оставляет многих дипломированных специалистов без работы и вынуждает срочно менять сферу деятельности и работать не по специальности.

Сегодня социологами высказывается мнение, что «тот факт, что студенты в основной массе пребывают долгое время «в безмятежном состоянии» и не задумываются над тем, что студенческие годы существуют не для того, чтобы спокойно проводить время, а для получения знаний, нужных в последующей практической работе, – результат влияния стереотипов, укоренившихся в сознании и студентов, и их родителей еще в советский период».

Трудно однозначно с этим согласиться. Конечно, вышеописанное явление присутствует и, безусловно, следует преодолевать определенные установки, которые не соответствуют действительности, но наряду с этим есть большое количество молодых людей, студентов, которые сегодня довольно ответственно подходят и к выбору специальности, и к процессу обучения, и стараются проявить себя в различных научных и исследовательских конкурсах, тем самым, заявляя о том, что они стремятся к получению знаний [3, с. 60].

Стоит обратиться к истории и посмотреть, как решался данный вопрос, и, возможно, позаимствовать, приобщив к современным реалиям, удачные механизмы и способы его решения. Ранее, когда существовал Советский Союз, повсеместно была внедрена практика так называемой «работы по распределению» – практика обязательного трудоустройства выпускника высшего учебного заведения на определённый срок.

Данный процесс существовал и в некоторых учебных заведениях Российской империи (например, в Училище правоведения). Позже перешел и в СССР, где и появился сам термин «распределение». Распределение проводилось в последние месяцы обучения в вузе – специальная комиссия распределяла выпускников по рабочим местам на предприятиях и в организациях, нуждающихся, согласно разрядке соответствующих ведомств, в специалистах данного профиля. Выпускник был обязан отработать «по распределению» три года и только после этого мог поменять место работы по собственному желанию. Работающий по распределению имел особый юридический статус «молодого специалиста» – такого работника нельзя было уволить без специального разрешения министерства. В некоторых случаях (когда предприятие или организация были заинтересованы в удержании этого работника) он мог получать льготы в обеспечении жильём, устройстве детей, если таковые были, в детские дошкольные учреждения и так далее.

Распределяемые на работу вне своего местожительства обеспечивались безвозвратными пособиями по переезду («подъёмными»), дешёвым жильём в общежитиях (с сохранением прописки по основному месту жительства) и другими социальными гарантиями. Для выпускников, прошедших срочную службу в армии, время работы по распределению сокращалось на величину срока службы [4, с. 63].

Итак, видно, что распределение, по сути, представляло собой отчасти отработку тех денежных средств, что потратило государство на обучение студента. По окончании вуза студента могли направить в любую точку страны на предприятие или в ту или иную организацию. На наш взгляд, представляется возможным частичное введение практики распределения. В современных условиях можно было бы осуществлять подобную процедуру, но не на три года, как было до того, а, например, на один год. Лучше предлагать распределение по желанию, то есть по собственному обращению молодого специалиста. При таком распределении необходимо учитывать успеваемость, творческие достижения. Данная мера будет призвана гарантированно обеспечить пусть небольшой, но все-таки нужный и полезный срок работы по специальности [5, с. 219].

#### **Список использованных источников:**

1. Рязанцева Л. В. Анализ сфер занятости выпускников ВУЗов и проблемы их трудоустройства // Международная научно-практическая заочная интернет-конференция. — Москва, 2011

2. Елина Е. Г. Развитие гуманитарного образования и проблемы трудоустройства выпускников гуманитарных факультетов//Вестник Герценовского университета. 2011. № 11.

3. Чернышева Н. И. Проблема трудоустройства выпускников учебных заведений и поиск путей ее решения//Наука и экономика. 2011. № 1—5.

4. Соловьева Г. М., Коцарь Ю. А. Проблемы трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования и создание хозяйственных обществ бюджетными научными и образовательными учреждениями//Профессиональное образование в России и за рубежом. 2010. № 2.

5. Стецунов В. В. Трудоустройство выпускников системы профессионального образования в условиях кризиса: проблемы и перспективы//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2011. № 2.

©Конкина А.Б., Кузнецов Е.А., Огурцова Н.С., 2016 г.

**УДК 378.1**

**РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ  
TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM)  
КАК ОСНОВАНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ  
В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ**

Константинова Г.М., Карпова Е.Г.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Высшая школа в последние годы перешла от информативной системы обучения к проблемной, в основе которой лежит самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя. Меняется и роль преподавателя: он становится наставником и консультантом. Его важнейшей задачей становится мотивирование студентов к обучению и самостоятельной работе, следовательно, растет необходимость развития системы управления знаниями.

Следовательно, одна из особенностей образовательной деятельности в вузе заключается в том, что необходимо создать возможность студентам интенсивно трудиться (ибо без этого невозможно стать полноценным специалистом) следовательно, создать систему управления знаниями.

Показательно, что в стандартах нового поколения, например, по направлению подготовки «Социология» (бакалавриат), «Психология» (бакалавриат) и др. указано на необходимость более широкого использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах в целом в учебном процессе должны составлять не менее 20 процентов аудиторных занятий.

В рамках концепции качества в системе управления знаниями выработаны некоторые представления о том, как надо вести обучение. В основе этих представлений лежит мысль о командном подходе к процессу обучения. Многие наблюдения свидетельствуют, что традиционные лекции и семинары часто не достигают своих целей в полной мере. Безусловно, что активное внедрение в учебный процесс активных и

интерактивных форм проведения занятий, может привести к весьма положительным итогам.

Однако, в большинстве случаев именно командная (групповая) и форма организации учебного процесса несет в себе тот заряд дополнительной эффективности, который уже утрачен в классических формах. Помимо всего прочего, командное обучение помогает людям подготовиться к такому характеру командной работы после окончания обучения.

Очень важно, чтобы преподаватели обладали полным знанием и пониманием преподаваемого предмета, имели необходимые умения и опыт для эффективной передачи знаний студентам в рамках учебного контекста, и имели обратную связь с обучаемыми, т.е., полноценно работали в системе управления знаниями. Учебные заведения должны гарантировать, что пополнение штата сотрудников и процедуры назначения включают способы гарантирования, что новые сотрудники обладают хотя бы минимально достаточным уровнем компетенции.

Преподавательскому составу должны предоставляться возможности повышать профессиональную квалификацию, и должны поощрять самосовершенствование. Учебные заведения должны предоставлять преподавателям с недостаточным уровнем компетенции возможности развивать умения до приемлемого уровня и обладать средствами лишения таких преподавателей права на преподавание, если преподаватель продолжает демонстрировать свою недостаточную компетенцию.

На наш взгляд, должны быть разработаны модели и методы для определения компетенции (профессиональной и личностной) педагогических работников, вовлеченных в учебный процесс.

Для реализации принципа «вовлеченности работников» очень важна организационная культура вуза и социально - психологический климат. Руководители вуза должны создать среду, которая способствует созданию «команды единомышленников» и ее готовности к изменениям.

Это требует создания благоприятной для сотрудников атмосферы обсуждения проблем, и поддержки предлагаемых ими решений. Должны быть устранены всякого рода страхи и опасения относительно возможных наказаний. Разыскиваются не виновники неправильных действий, а порождающие их причины. Они должны также покончить с поощрением конкуренции среди сотрудников, перемещая центр внимания с индивидуальных результатов на общие результаты того или иного процесса, успехи «команды», развитие корпоративного сотрудничества.

Весь персонал – от высшего руководства до преподавателя и рабочего – должен быть вовлечен в деятельность по управлению знаниями, качеством. Персонал рассматривается как самое большое богатство

организации, и создаются все необходимые условия для того, чтобы максимально раскрыть и использовать его творческий потенциал.

Сотрудники, вовлекаемые в процесс реализации целей организации, должны иметь соответствующую квалификацию для выполнения возложенных на них обязанностей. Также руководство организации должно стремиться к тому, чтобы цели отдельных сотрудников были максимально приближены к целям самой организации. Огромную роль здесь играет материальное и моральное поощрение сотрудников.

Персонал вуза должен владеть методами работы в команде. Работы по постоянному улучшению преимущественно организуются и проводятся группами. При этом достигается синергический эффект, при котором совокупный результат работы команды существенно превосходит сумму результатов отдельных исполнителей.

Желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и соответствующими ресурсами, знаниями, управляют как процессом.

Сейчас практически ни у кого не вызывает сомнения, что система управления качеством (Total quality management – TQM), или всеобщий менеджмент качества, является перспективным направлением совершенствования высшего образования вообще и, в том числе, для каждого конкретного вуза [1]. Фундаментальные цели TQM в образовании – улучшить качество образования, управления знаниями, и повысить эффективность деятельности образовательного учреждения.

При разработке системы управления знаниями в плане менеджменте качества (TQM) вуза необходимо всю его деятельность представить в виде процессов, главные из которых – обучение, предоставление дополнительных услуг в области образования, научно-исследовательская работа, процесс управления знаниями. Процессная модель состоит из множества процессов, участниками которых являются структурные подразделения и должностные лица организационной структуры вуза [2].

Под процессом понимают совокупность различных видов деятельности, которые вместе создают результат, имеющий ценность для самой организации, потребителя, клиента или заказчика.

Преимущество процессного подхода состоит в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках их системы, а также при их комбинации и взаимодействии.

При применении в системе управления знаниями такой подход подчеркивает важность:

- а) понимания и выполнения требований;
- б) необходимости рассмотрения процессов с точки зрения добавленной ценности;
- в) достижения результатов выполнения процессов и их результативности;

г) постоянного улучшения процессов, основанного на объективном измерении.

Мы полагаем, что в условиях применения TQM в вузе необходимо, чтобы в вузах:

- уделялось больше внимания наличию информации от потребителей образовательных услуг и периодичности ее сбора. Информация о качестве деятельности вуза должна поступать систематически из многих источников и интегрироваться в процесс, позволяющий получить точные и обоснованные выводы относительно потребностей и желаний, как конкретного заказчика образовательной услуги, так и рынка в целом;

- уделялось больше внимания маркетингу образовательных услуг и, в частности, маркетинговым исследованиям и рекламной деятельности. К сожалению, в вузах (особенно негосударственных) уделяют недостаточное внимание, как внедрению системы маркетинга вообще, так и комплексным маркетинговым исследованиям и рекламе, полагая видимо, что система образования в вузах все еще далека от образовательного бизнеса и имеет весьма косвенное отношение к рыночной экономике.

В современных условиях, когда акцент делается на «образовании, основанном на компетентности» (Глоссарий ЮНЕСКО) и управление знаниями, качеством образовательного процесса прямо связано с формированием профессиональных и личностных компетенций обучаемых и выпускников, должно быть пересмотрено методологическое отношение к управлению знаниями в процессе обучения в вузе.

#### **Список использованных источников:**

1. Круглов М.Г. Менеджмент систем качества. –М.: Деловая книга, 2012 г;
2. Нестерова Н.В. Качество высшего образования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://libconfs.narod.ru/2004/s9/s9\\_p35.htm](http://libconfs.narod.ru/2004/s9/s9_p35.htm). дата обращения 18.11.2016 г.

©Константинова Г.М., Карпова Е.Г., 2016 г.

**УДК 001.8:329**

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ**

Назарова В.Ю., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном обществе интеллектуальный капитал стал основой богатства, так как именно интеллектуальный капитал позволяет определить конкурентоспособность предприятий, выступая главным



ресурсом в их развитии. Для наиболее полного понимания сущности такого понятия как «интеллектуальный капитал» необходимо рассмотреть основные подходы к дефиниции данного термина.

Впервые термин «интеллектуальный капитал» был введен Томасом А. Стюартом около двух десятилетий назад в своих работах, которые были опубликованы в 1990-х годах. Он дал следующее определение интеллектуального капитала: «интеллектуальный капитал – это, своего рода, накопленные полезные знания», «интеллектуальный материал, который сформирован, закреплен за компанией и используется для производства более ценного имущества [3]. Разум становится имуществом, когда под влиянием свободно действующей силы мозга создается нечто полезное, имеющее определенную форму: перечень сведений, база данных, описание процесса и т.д.».

Таким образом, Стюарт говорил о том, что интеллектуальный капитал – это особый вид материала, который включает в себя не только знания и опыт, но также информацию и интеллектуальную собственность. Данный материал также участвует в создании ценностей.

Аналогичного подхода к определению интеллектуального капитала придерживается и ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития). Утверждается, что интеллектуальный капитал, по сути, может состоять из интеллектуальных активов, которые возникают в результате знаний, опыта, навыков и компетенции персонала. Таким образом, интеллектуальный капитал рассматривают как более широкое понятие неосязаемых активов.

Как и любой другой вид капитала, интеллектуальный капитал имеет ряд особенностей. Среди которых выделяют:

Наличие более высокой степени развития, по сравнению с уже известными формами капитала.

Развитие интеллектуального капитала уже на существующих формах капитала.

Ресурсы интеллектуального капитала не аддитивны (то есть значение величины, соответствующее целому объекту равно сумме значений величин, соответствующих его частям, при любом разбиении объекта на части).

Интеллектуальный капитал, воплощенный в навыках, опыте, знаниях со временем накапливается.

По мере накопления, доходность интеллектуального капитала увеличивается. Единственное ограничение – возрастная граница персонала.

Инвестирование в интеллектуальный капитал должно приносить большую доходность, чем в него вложено.

Инвестиции в данный вид капитала дают сильный по объему и длительный по времени экономический и социальный эффект.

Интеллектуальный капитал почти полностью неликвиден, так как не может быть отделен от человека.

Функционирование интеллектуального капитала обусловлено индивидуальными интересами, предпочтениями, мировоззрением и т.д.

Таким образом, интеллектуальный капитал представляет достаточно сложный вид капитала, который обладает неоднозначной структурой и степенью влияния на результаты деятельности компании [1, с. 93].

Для того чтобы управлять интеллектуальным капиталом, необходимо его оценить. Вследствие чего, был проведен анализ существующих методов оценки. Все методы были разделены на 4 группы согласно классификации Эрика Свэйби: методы прямого измерения интеллектуального капитала, методы рыночной капитализации, методы отдачи на активы и методы подсчета очков [2, с. 344].

Так же стоит отметить, что стратификации общества по критерию реально задействованного человеческого интеллектуального капитала имеет не только социальный и экономический аспекты, но и идеологический.

Однако, говоря о соотношении интеллектуального капитала и политики, вызывает ряд сомнений о продуктивности таких связей, если не понимать под интеллектуальными сообществами связи людей, которые заняты умственной деятельностью без деления ее на различные виды.

Сегодня на всех ступенях нашего общества утеряна мера измерения справедливости. Поэтому политики, независимо от их партийной принадлежности, и все остальные компетентные люди должны сделать шаги для правильного решения этой проблемы, поставить точку в этом вопросе.

Подбор кадров для политических партий должен стать более прозрачным. Двери политических партий всегда должны быть открытыми, в том числе и он-лайн, для молодых людей, получивших образование за границей или у себя дома, и осознавших, что настало их время, и они готовы идти в политику. Молодые люди должны иметь возможность отправить свои анкеты через социальные сети, вступить в партийные исследовательские организации или клубы. Наше общество развивается быстрыми темпами, и политические партии должны соответствовать этому показателю развития.

Начиная с 1990-х годов, общество развивается по новым правилам. Молодёжь, которая как-то понимает смысл этих новых правил, вступив в политику, толкнёт развитие общества хотя бы на один шаг вперёд. Многие думают, что реформы можно провести за один день, и всё наладится, если снять с должностей всех тех, кто руководит страной. Но это не так. Есть

горький опыт прошлых лет, когда попытка провести реформы таким путём окончилась неудачей.

Независимо от того, какая политическая сила стоит у власти, надо уделять особое внимание образованию молодого поколения, отправлять их учиться за границу. Нам нужны сильные и образованные кадры. Настало время лидеров – интеллектуального капитала, именно, в политических партиях.

#### **Список использованных источников:**

1. Найденова Ю., Осколкова М. Трансформация интеллектуального капитала в ценность компании в экономике знаний // Корпоративные финансы. – 2015. - №2. - С. 93-125.

2. Осколкова М.А. Интеллектуальный капитал в оценке инвестиционной привлекательности компаний // Управление корпоративными финансами. – 2016. - № 06. – С.344-376

3. Голубкин, В.Н. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики. URL: [http://www.ou-link.ru/pub/business\\_obraz\\_1\\_18.htm](http://www.ou-link.ru/pub/business_obraz_1_18.htm)

4. Сыровнева, А.А. Интеллектуальный капитал – стратегический фактор обеспечения экономической устойчивости организации. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4145>

©Назарова В.Ю., Ливанский М.В., 2016 г.

#### **УДК 35.354**

#### **РОЛЬ ЗНАНИЙ И ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Перегудова Т.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современное общество зависит от энергетических, природных, материальных ресурсов, а также информационных. В настоящее время происходит небывалый рост объема информационных потоков. Это касается практически любой сферы деятельности человека. Больше всего это затрагивает промышленность, торговлю, финансово-банковскую и образовательную сферы. Например, рост объема информации в промышленности привел к увеличению объема производства, росту внутренних и внешних связей хозяйствующих субъектов, усложнению выпускаемой продукции, а также технологий и материалов, используемых в производстве.

Конец XX и начало XXI веков ознаменовались научно-технической революцией, в которой наука стала главной движущей силой развития общества. В связи с этим возникли такие понятия как «общество знания»,

«открытое общество» и, самое известное, «информационное общество». Теорию «информационного общества» развивали такие ученые, как М. Порат, И. Масуда, Т. Стоуньер, Р. Кац и др.

В российской науке изучение «информационного общества» началось благодаря таким известным ученым как Н.Н. Моисеева, А.П. Ершова, А.И. Ракитова.

Само информационное общество можно охарактеризовать тем, что в нем в избытке обращается высокая по качеству информация, а также имеются средства для хранения, использования и распределения этой информации. Главным фактором развития общества является сейчас не материальный продукт, а информационный.

Меняется уклад жизни людей, производство, ценности, происходит увеличение доли умственного труда, т.е. растет спрос на знание, творческое мышление.

Рассмотрим характерные черты информационного общества:

- решается проблема переизбытка и недостатка информации;
- информационная экономика является главной формой развития;
- основой общества является генерирование, обработка, хранение и использование знаний с помощью новых технологий и техники;
- создание единой информационной системы;
- свободный доступ ко всем имеющимся информационным ресурсам с помощью компьютерной техники.

Можно сказать, что информация стала отличительным признаком современного общества.

Ф. Уэбстер писал: «Нам говорят, что мы входим в информационную эру, что новые «способы информации» превалируют, что мы живем в «электронном обществе» и подходим к «виртуальной экономике», движущей силой которой стала информация, что мы уже существуем в условиях «глобальной информационной экономики» [1].

Как показывают социологические теории, информационное общество зависит от характера получаемой информации, а не от ее объема, так как в основу поведения человека легло теоретическое знание. «Хотя приоритет теоретического знания мало рассматривается в теориях информационного общества, имеется достаточно оснований для того, чтобы считать его отличительной чертой современности» [1, с. 37].

Что же такое знание? Знания – это: знать-как (know-how) – протестированные, доказанные процедуры выполнения чего-либо; знать-кто (know-who) – люди, обладающие соответствующим опытом или ресурсами; знать-что (know-what) – способность различения и выбора ключевых моделей и актуальных действий; знать-почему (know-why) – понимание контекста обширного опыта (видение); знать-когда (knowwhen) – соединение чувств ритма, времени и реализма [3].

Современные специалисты нуждаются во всех видах знаний, если они улучшают деятельность предприятия. Трудно подобрать содержательную и всеобъемлющую классификацию знаний, но очевидно, что организационное знание должно быть основано на понимании и опыте, и, кроме того, оно должно формировать базу для развития отличительных способностей и деятельности, увеличивающей стоимость продукции хозяйствующего субъекта [2].

Информация представляет собою один из основных факторов, который определяет, как будут развиваться технологии и ресурсы в целом. Поэтому важно не только развитие информационных технологий, компьютеризации, но и степень влияния информатизация на деятельность человека.

Важным понятием в понимании термина «информация» является информационная среда, которая, во-первых, является проводником, который распространяет и преобразует информацию, во-вторых, источником побуждения человека к какой-либо деятельности. В процессе своей жизнедеятельности человек часто взаимодействует с информационной средой, генерируя в ней новые знания и превращая их в информацию, а также получая из нее новые идеи и знания.

Следует также обратить внимание, что особая роль информации в научно-техническом прогрессе привела к пониманию информации как ресурса. Информация в настоящее время является объектом купли-продажи, который определяет общественное достояние, а также образует информационный ресурс общества. Купля – продажа информации несет под собой условный характер. Совершая переход от продавца к покупателю, он все равно остаётся у продавца, а не исчезает в процессе потребления. Благодаря этому сформировался особый рынок – рынок информации.

Напомним еще раз, что знание – это систематизированная информация. С помощью экспертных знаний предприятия могут довести товар до рынка быстрее, с меньшими затратами и эффективнее, чем конкуренты. Поэтому современные компании все чаще начинают относить знания к нематериальным активам. Для наилучшего управления знаниями организациям необходимо уделять внимание не только информационным технологиям, поискам лучшей информации, но и повышать квалификацию сотрудников, разрабатывать эффективную систему управления персоналом и совершенствовать организационную систему.

#### **Список использованных источников:**

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. 2015. -С. 5,37.
2. Стоунхаус Дж. Управление организационным знанием // Менеджмент в России и за рубежом. 2016. № 1.

3. URL: [//http://ab.bl.by/articles/113364.php](http://ab.bl.by/articles/113364.php)/-Поиск знаний – как основа управления знаниями

4. URL:[//http://metod-kopilka.ru/](http://metod-kopilka.ru/)-Библиотека методических материалов для учителя

5. URL:[//http://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/](http://dspace.susu.ru/xmlui/bitstream/handle/)

©Перегудова Т.А., 2016 г.

### УДК 33

## УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Рамазанова С.Р., Чекалова А.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство)

Характеристика современного этапа общественного развития заключается в огромном объеме накопленных знаний даже в узких тематических областях. На сегодняшнее время существует интересная и парадоксальная ситуация: с одной стороны, отдельный индивидуум не в состоянии охватить весь объем существующих знаний, с другой стороны, человечество постоянно их восполняет в расширяющемся объеме с все большей скоростью. Возникла нужда управления творческим потенциалом самих источников новых знаний.

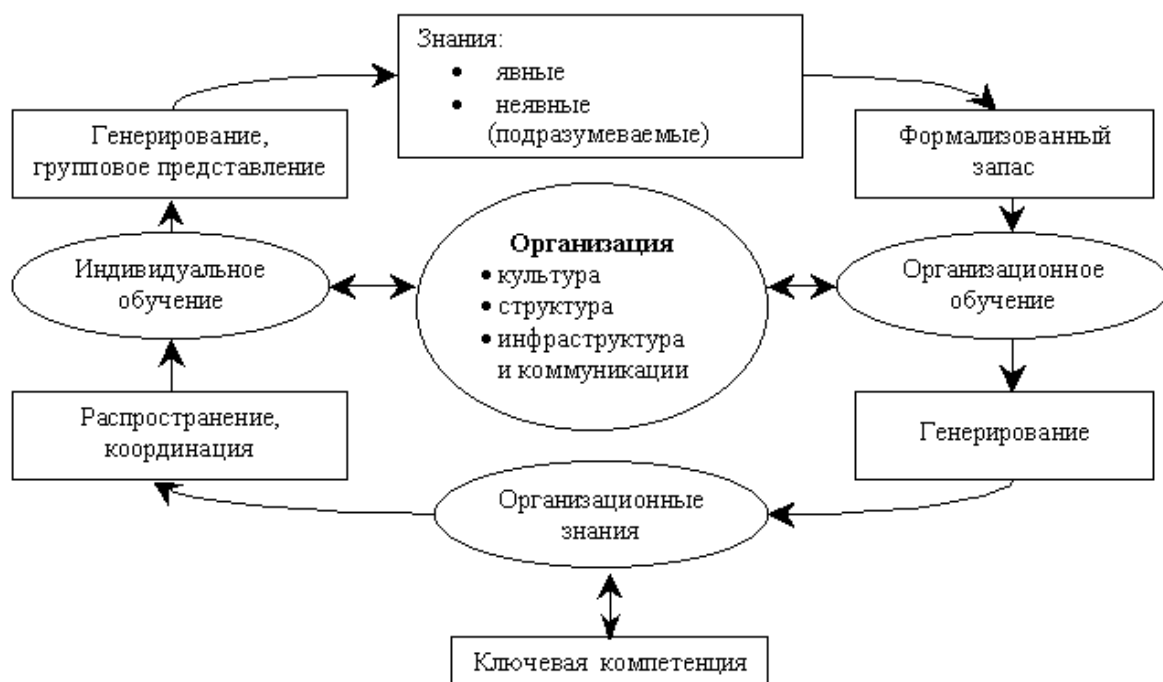
Управление знаниями – это неразрывный процесс, сосредоточенный на организацию, накопление и применение знаний. Критерием эффективности знаний является возможность сотрудника компании своевременно получить требуемое знание, т.е. сотрудники службы УЗ обеспечивают остальных сотрудников компании: необходимыми знаниями; в требуемом количестве; в нужном месте; в установленное время; требуемого качества; по приемлемой цене.

В современном понимании знание – это проверенный практикой результат познания действительности, его верное отражение в мышлении человека. Знания выступают как продукт деятельности, предмет конечного потребления, производственный ресурс, средство трансакций, средство тезаврации, а также средство консолидации общества и воспроизводства общественных институтов.

Можно говорить о двух наиболее распространенных определениях знаний. Одно из них довольно специфично и практично, другое – общего характера. В первом случае утверждается, что знания представляют собой практическую информацию, которая активно управляет процессами выполнения задач, решения проблем и принятия решений. При этом управлять знаниями – значит систематически, точно и продуманно формировать, обновлять и применять их с целью максимизации

эффективности предприятия и прибыли от активов, основанных на знаниях. Наряду с этим можно утверждать, что знания представляют собой любое слово, факт, пример, событие, правило, гипотезу или модель, которые усиливают понимание или исполнение в определенной области деятельности или дисциплины. Применительно к этому управление знаниями означает формализацию и доступ к практическому опыту, знаниям и экспертным данным, которые создают новые возможности, способствующие совершенствованию деятельности, стимулирующие инновации и увеличивающие потребительскую стоимость. Знания представляют собой то, что многие организации все в большей степени производят, продают и приобретают. Предприятиям приходится решать такие сложные задачи, которые заставляют их развивать передовые знания и максимально эффективно использовать их [1].

Взаимосвязь знаний, обучения и ключевой компетенции организации представлена на рисунке, где сделана попытка показать, как на знаниях базируются все хозяйственные и управленческие отношения, выявляются предпочтения хозяйствующих субъектов, происходит обмен и поставляется информация на рынки. Существенное расширение доступа к знаниям, ставшее возможным благодаря современным информационным технологиям, меняет саму природу отношений между специалистом и непрофессионалом, между организацией и работником, между источником и получателем благ. Знания исключают статичность и однонаправленность, поскольку создают основу для непрерывного поступательного движения по динамично меняющейся сети с участием, как создателей, так и пользователей информации [2].



Знание рассматривают в широком и узком смысле: знания в широком смысле – совокупность понятий, теоретических построений и представлений; знание в узком смысле – данные, информация. Знание как уверенное понимание предмета, есть умение самостоятельно обращаться с ним (предметом), разбираться в нем, а также использовать для достижения намеченных целей. Правила использования включают систему причинно-следственных связей.

Главное отличие знаний от данных состоит в их активности, то есть появление в базе новых фактов или установление, но фиксируются в знаках естественных и искусственных языков. Знание противоположно незнанию, то есть отсутствию проверенной информации о чем-либо.

Знания бывают специальными и общими, могут касаться той или иной области (маркетинговые, технологические, макроэкономические), могут быть индивидуальными и групповыми, явными и неявными. Классификационные признаки могут пересекаться. Так, могут быть специальные маркетинговые индивидуальные явные знания [3].

Часто для решения новой задачи приходится обращаться к прошлым знаниям, чтобы узнать или вспомнить историю вопроса, посмотреть, как решалась похожая проблема раньше, или использовать прошлые знания как базу для создания новых знаний. Однако не всегда можно найти (или быстро найти) документ, в котором использовалась информация, пригодная для генерации новой информации. Более того, не всегда можно вспомнить, что когда-то аналогичная информация уже использовалась по данному вопросу.

Часто для решения задачи сотруднику необходимы знания, которыми он не обладает, и ему необходимо определить, существуют ли сотрудники в компании, обладающие данными знаниями.

#### **Список использованных источников:**

1. Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – Управление знаниями. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 77 с.

2. А. И. Уринцова. - Управление знаниями. Теория и практика : учебник для бакалавриата и магистратуры: Издательство Юраи□т, 2015. — 255 с. — Серия : Бакалавр и магистр.

3. В.А. Дресвянников. - Управление знаниями организации: учебное пособие : КНОРУС, 2016. — 344 с.

©Рамазанова С.Р., Чекалова А.В., 2016 г.



УДК 35

**КАРТИРОВАНИЕ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ  
В ИНТЕРЕСАХ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Носова Д.А., Феклисова А.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Картирование – инструмент визуализации и анализа материального и информационного потоков [2, с. 3].

Актуальность настоящей статьи обусловлена следующим:

А) необходимостью поиска эффективных механизмов государственного и муниципального управления;

Б) потребностью в более активном использовании возможностей инновационных технологий в области административного управления;

В) возрастанием роли топографического картирования и визуализации в интересах повышения качества государственного управления и местного самоуправления.

Целью статьи является раскрытие картирования как эффективного метода повышения качества управления на государственном, региональном и местном уровне.

В качестве гипотезы авторы сформулировали предположение о том, что современные методы картирования могут быть использованы не только для анализа физических явлений в пространственном и информационном контекстах, но и для повышения качества государственного и муниципального управления в социально-экономической сфере [1, с. 62].

Общеизвестно, что в современных условиях во всех сферах жизни и деятельности широко используются методы картирования или картографирования. Оба термина используются как синонимы, поскольку первоначально они подразумевали создание и распространение физических, географических и других карт.

В настоящее время их масштабы расширились за счёт ландшафтного, морфологического и геологического картографирования, а так же картирования природных явлений, биологического, генетического, социального, культурного и когнитивного картирования.

Язык карт вышел за рамки классической картографии и стал крайне востребованным в области сбора, обработки и хранения информации, в том числе в сфере административного управления, приобретая смысловое, классификационное, методическое и стилевое разнообразие.

Однако если в сфере естественных наук методы картирования давно и прочно стали распространёнными и методически выверенными способами диагностики и анализа объектов исследования, то в области административного управления и социальных наук накопление методик картирования для решения исследовательских и прикладных задач не характеризуются активностью, тем самым, ограничивая перспективы применения картирования в интересах управления [1, с. 65].

Прежде всего, необходимо обобщить достижения учёных по раскрытию сущности картирования, систематизации методов анализа общественных процессов и диагностики социальных проблем.

Собирая и систематизируя информацию о деятельности каких-либо учреждений, компаний, организаций, мы строим модель – картину деятельности. Процессные карты являются полезным средством коммуникации, способствующие улучшению работы организации.

Для того чтобы узнать, на каком уровне выполняются управленческие функции отделом необходимо разработать критерии оценки работы сотрудников, собрать всю информацию об их деятельности в базу данных, т.е. составить карту работы отдела. Проанализировав полученные данные, дав оценку по каждому из критериев, можно выявить причины возникновения недостатков и способы их устранения, тем самым, повысив эффективность работы.

Имея информацию о работе каждого из отделов (экономического, финансового, административного и др.), взятую из полученной базы, будет проще классифицировать результаты по управленческой деятельности каждого из отделов и по общему управлению всеми отделами в целом, выявить проблемы и решать их.

Так же картирование можно применить для усовершенствования системы получения данных для интернет-пользователей образовательных, медицинских учреждениях, библиотеках и других социальных организациях. Процедура выбора школы родителями для своего ребёнка занимает очень много времени, так как требует тщательного подхода и изучения множества факторов, таких как, специализации учреждения, квалификации преподавательского состава, рейтинга среди однотипных учреждений, его территориального расположения, наличие в нём кружков, финансовой стороны и многих других нюансов. Картирование упростит поиск учебного заведения, потому что такая информация по всем образовательным учреждениям будет храниться в единой базе, и интересующая информация будет выводиться на экран пользователя согласно тем критериям, которые им указаны.

Ещё одна возможность применения картирования – это предварительный отбор кандидатов на вакантные управленческие

должности в органы ГМУ, где главной задачей является минимизация влияния человеческого фактора на процесс отбора и оценки, для формирования такого кадрового состава, в котором взаимодействие организации с потенциальным сотрудником будет взаимовыгодным.

Обычно степень соответствия претендентов заявленным требованиям оценивают по таким параметрам как уровень и профиль образования, навыки и умения, опыт работы и личностные качества.

Методы, применяемые при отборе кандидатов, имеют серьёзный недостаток – их проводят люди. Всегда существует вероятность того, что на конечный результат окажет воздействие субъективное мнение сотрудника организации [3].

Различные методы картирования, такие как анкетирование, тестирование, проверка данных помогут получить более полную информацию о кандидатах. Компьютерная обработка данных позволит выявить вопросы о функционале кандидата на прежнем месте работы, его личных достижениях, о причине увольнения, или выявить его профессиональные компетенции, способности, потенциал человека, уровень его ответственности, а так же поможет раскрыть некоторые особенности личности.

Это применимо не только при принятии кандидата на должность, но и в распределении полномочий между сотрудниками для решения определённых задач, что позволит улучшить эффективность работы всей организации.

В некоторых случаях не только возможно, но и необходимо использовать при отборе кандидатов, данные полиграфа, сопоставляя их с данными, полученными в процессе картирования. Таким образом, большая часть черновой работы по выбору персонала автоматически перейдёт к соответствующей программе по отбору и расстановке кадров.

Данный метод исключит личные мотивы и предпочтения к потенциальным сотрудникам, значит, исчезнет субъективное отношение работодателя к претенденту. Благодаря такой методике, у компетентных в определённой области работников появляется гораздо больше возможностей, для трудоустройства и карьерного роста. Кадровые задачи в организации будут выполняться качественно и быстро, а также повысится уровень эффективности управления.

Следовательно, применение данной инновации поможет отобрать для организации самых квалифицированных сотрудников, дисциплинировать коллектив, искоренить безответственность, мобилизовать процесс работы и повысить уровень работы организации.

Повышение эффективности деятельности выборных органов законодательной и исполнительной власти муниципалитетов является важным условием обеспечения стабильности в обществе. Широкое

вовлечение граждан в решение проблем местной жизни, результативное удовлетворение повседневных потребностей населения, способны заложить прочный фундамент для гражданского согласия. Этому может способствовать создание открытого депутатского портала для прямого общения избирателей со своими депутатами.

Депутатский портал мог бы содержать программу действий каждого избранного депутата, данные о ходе выполнения пунктов программы, информацию об изменениях и дополнениях в ней, связанные с текущими запросами избирателей, чтобы каждый избиратель мог видеть и контролировать деятельность каждого депутата. Для посетителей портала могут быть организованы Интернет-приёмные в режиме онлайн.

Это позволило бы ввести в практику оценку результатов деятельности, как выборных должностных лиц, так и органов местного самоуправления в целом. Позволило бы провести сравнительный анализ состояния качества жизни населения до и после окончания срока полномочий муниципальных органов и их должностных лиц.

Депутатский портал мог бы стать инновационным методом взаимодействия избирателей со своими избранниками, который повысит его эффективность.

Методы топографического картирования и визуализации позволяют эффективно решать организационные, коммуникативные и другие задачи, связанные с администрированием деятельности организации, а также повышать оперативность и своевременность принятия управленческих решений.

К сожалению, в настоящее время, методы картирования не пользуются широкой популярностью у управленческих кадров, ввиду своей консервативности, хотя авторы считают, что методы топографического картирования и визуализации должны рассматриваться как эффективные методы управления.

#### **Список использованных источников:**

1. Скалабан И. А. Журнал исследований социальной политики, с. 62, 65 <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-kartirovanie-kak-metod-analiza-sotsialno-territorialnogo-prostranstva>
2. Академия Росатома. Серия Производственная Система «Росатома», с. 3 <http://www.ps-rosatom.ru/files/kartirovanie.pdf>
3. [Электронный ресурс] <http://kadriruem.ru/ocenka-kandidatov-pri-prieme-na-rabotu/>

©Носова Д.А., Феклисова А.А., 2016 г.

УДК 005.94

## МОДЕЛИРОВАНИЕ САМООБУЧАЮЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Хабибуллина Ю.З., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

При помощи эффективной молодежной политики государство может и должно облегчить переход представителей этой возрастной категории от одной ступени к другой, создав условия для своевременного принятия решения, осознания реальности и активного участия в изменении этой реальности. Молодые люди должны ощущать помощь и поддержку, они также должны испытывать воздействие моральных императивов, предлагаемых посредством правильной организации культурной и духовной жизни. Для этого необходимо избежать характерной ошибки, совершаемой управленцами, верящими во всемогущество администрирования.

Так, например, среди представителей властной вертикали нередко можно встретить тех, кто считает эффективной практику запрета «чуждых» влияний и «ложных» ценностей. И тех, кто наряду с этим стремится заменить их навязыванием «своих» и «правильных» взглядов или ценностей. Но политика избыточных запретов и навязываний уже доказала свою неэффективность, когда молодые люди из духа противоречия начинают «от противного» стремиться к тому, что за них осудили и исключили из оборота.

И так, отметим, что самообучающимися называются организации, которые уделяют особое внимание обучению своих сотрудников и своему внутреннему развитию. Основой для возникновения самообучающихся организаций послужило усиление давления внешней среды. В этих условиях концепция «самообучения» позволяет компаниям сохранить конкурентоспособность в бизнес-среде. Многим компаниям присущи некоторые признаки самообучающихся организаций, но настоящая самообучающаяся организация уделяет особое внимание самоорганизации и непрерывному улучшению. Она также обладает структурой, которая способствует развитию этих качеств [2, с. 60].

Процесс трансформации компании в Самообучающуюся организацию включает в себя управление изменениями, тренинги, организационные изменения и, самое главное – культурные изменения в мышлении компании.

В настоящее время доминируют модели, ориентированные на описание и корректировку бизнес-процессов в молодежной организации (реинжиниринг бизнес-процессов, контроллинг). Альтернативой являются

технологии, которые рассматривают организационные структуры и пути их улучшения (система сбалансированных показателей, структурный анализ).

Главной задачей любой организации в работе с молодыми специалистами является развитие интеллектуального потенциала молодых ученых и специалистов, повышение их профессионального уровня, подготовка высококвалифицированного кадрового резерва.

Общество уделяет большое внимание оптимальной адаптации и развитию творческой активности молодых специалистов путем привлечения их к участию в конференциях, семинарах и конкурсах.

Работа с молодежью помимо конференций, конкурсов и семинаров включает в себя организацию спортивных мероприятий, в которых молодые специалисты принимают активное участие [3, с. 112].

Если же говорить о моделировании самообучающейся молодежной организации, то необходимо отметить его главные задачи:

- оказание помощи в адаптации молодых работников к профессиональной деятельности и корпоративной культуре организации;

- воспитание у молодых специалистов приверженности корпоративным ценностям и мотивация их к профессиональным достижениям в работе;

- сохранение преемственности поколений производственных кадров;

- развитие творческой активности, интеллектуального потенциала молодых специалистов, повышение их профессионального уровня, подготовка высококвалифицированного кадрового резерва;

- проведение работы в высших образовательных учреждениях по поиску талантливой молодежи с целью дальнейшего трудоустройства в организацию (по наличию потребности в кадрах);

- содействие профессиональному росту молодых специалистов посредством участия в корпоративных конференциях, смотрах-конкурсах;

- информационная поддержка молодых работников в подразделениях организации;

- привлечение к спортивным массовым мероприятиям, популяризация здорового образа жизни;

- взаимодействие с первичными профсоюзными организациями обособленных подразделений и профсоюзной организацией в организации с целью реализации поставленных перед моделью задач.

Так же стоит отметить, что все чаще предприятия обращаются к тренингам. И если раньше это было модно и ново, то сейчас – норма и новый толчок в успешности компании. Хороший тренер заряжает энергией и дает пищу для ума не на один месяц. Он не просто тренирует и совершенствует определенные навыки, он дает новый подход, направляет, показывает, как нужно думать. Любой тренинг будет динамичным.

Экспрессивность и динамичность обращают на себя внимание, а значит, делают тренинг запоминающимся [3, с. 117].

В организации для молодых специалистов, моделью может быть предусмотрена социальная поддержка, включающая следующие позиции:

1. При отсутствии у работника жилья в регионе трудовой деятельности, ему возмещается стоимость найма жилого помещения;
2. Выплата надбавки молодым специалистам, работающим на рабочей должности.

С целью мотивации молодых специалистов 3-го (последнего) года работы в статусе «молодой специалист» и молодых сотрудников, вышедших из статуса «молодой специалист» в течение 2 лет в условиях отсутствия определенных вакансий, разработана программа надбавок.

При оценке молодых сотрудников данной категории учитываются следующие показатели:

- успешное выполнение возложенных обязанностей;
- активное участие в жизни молодых специалистов (достижение результатов на научно-технических конференциях, участие в инициативах Совета молодых специалистов).

Программу адаптации новых сотрудников необходимо разрабатывать по пунктам, и в лучшем случае усовершенствовать и постоянно корректировать. В дальнейшем случае она может стать частью культуры организации [1, с. 995].

В итоге необходимо отметить, что в целом самообучающийся процесс молодежи охватывает все виды связей и отношений, возникающих по поводу деятельности индивида в организации: профессиональные, материальные, социальные, социально-психологические и бытовые.

Таким образом, видно, что проблема компании – это моделирование самообучающейся молодежной организации, не только профессионального работника, но и молодого специалиста. Эта проблема очень распространённая и прослеживается в разных сферах организации. Этот многофункциональный процесс обязаны рассматривать со всех сторон. Процесс моделирования самообучающейся молодежной организации требуется не только от молодого специалиста, пришедшего на работу, но и от коллектива взаимной активности и заинтересованности друг в друге.

#### **Список использованных источников:**

1. Вахабова С. А. Молодежная политика государства как условие для успешной самореализации молодежи // Молодой ученый. — 2016. — №2. — С. 995-996.
2. Гревцева К.Ю., Штрикова Д.Б. Адаптация молодых специалистов на предприятии // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 10. – С. 59 - 64

3. Мариничева М. Управление знаниями на 100%. Путеводитель для практиков, М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. - 320 с.

©Хабидуллина Ю.З., Ливанский М.В., 2016 г.

**УДК 364.3**

## **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АО «СОГАЗ»**

Шахова С., Огурцова Н.С., Комаров Г.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В России на страховом рынке требуется систематизировать работу по противодействию страховому мошенничеству – в частности, создать институт страховых дознавателей, используя наработанный международный опыт, заявил президент НСА в выступлении на конференции «Барьер-2016».

Данная структура, могла бы взять на себя выработку и реализацию единой комплексной программы и конкретных мер по противодействию мошенникам, прежде всего в области юридической практики, а также сбор и анализ информации и взаимодействие с органами государственной власти. Бюро возможно создать на базе комитета ВСС с отдельным источником финансирования, предложил глава НСА [1, с. 17].

НСА имеет собственный наработанный опыт противодействия неправомерным страховым требованиям в области агрострахования. При этом попытки получить страховую выплату при отсутствии реально наступившего страхового случая не являются в практике НСА редкостью, так как мошенников привлекает возможность истребовать средства по старым договорам страхования урожая, который был собран несколько лет назад и по которым отсутствуют данные об экспертизе убытка. Тем не менее, НСА проводит в каждом случае комплексную проверку и успешно отстаивает свою позицию в суде в случае отказа в выплате. Согласно данным, представленным президентом союза на конференции «Барьер-2016», из 18 судебных споров по отказам в компенсационных выплатах НСА смог доказать свою правоту в суде и выиграть дело в 16 случаях.

Президиум РСА 10 ноября проголосовал за включение Северной Осетии (Алании) в систему «единого агента» продаж ОСАГО.

Банк России направил письмо в РСА с предложением включить этот регион в систему. Президиум РСА его поддержал. Решение вступит в силу 11 ноября. По данным союза, в Северной Осетии средняя выплата по ОСАГО превышает 84 тыс. руб., в то время как по РФ она составляет почти 65 тыс. руб. Кроме того, отношение судебных расходов к сумме



основного требования составляет 167,4% в Северной Осетии против 75% в целом по России.

Президент РСА сообщил, что в этом регионе по настоянию страхового сообщества и благодаря поддержке Банка России сначала было проведено совещание представителей РСА, регулятора, страховщиков с местными органами власти по вопросам противодействия криминальным автоюристам. По итогам этой встречи мы получили подробный протокол, реализация мероприятий которого, рассчитываем, поможет страховщикам, и будет работать на обеспечение доступности ОСАГО.

За три месяца работы «единого агента» через эту систему было заключено более 215 тыс. договоров ОСАГО. Этот механизм работает в 14 регионах [3, с. 43].

При этом прибыль «СОГАЗа» – 28,25 млрд. руб. – оказалась сопоставима с суммарной прибылью остальных страховщиков из пятерки лидеров по сборам, завершивших год с прибылью – 29,6 млрд. руб. Компания «Росгосстрах» завершила 9 месяцев с убытком. Это следует из отчетности по РСБУ за 9 месяцев 2015 и 2016 г.г. пяти компаний, собравших больше всех премии за полугодие [2, с. 11].

Лидеры по размеру прибыли – «СОГАЗ» и «РЕСО-Гарантия». Оба страховщика показали сходную динамику роста прибыли по сравнению с аналогичными прошлогодними показателями – на 67,6% и 64,4% соответственно. Сборы обеих компаний также выросли – на 19% у «СОГАЗа» и на 13% у «РЕСО-Гарантии». При этом если «РЕСО-Гарантия» нарастила объем выплат всего на 6%, то «СОГАЗ» – на 20%.

Прибыль «Ингосстраха» по РСБУ упала на 24,6% по сравнению с аналогичным показателем 2015 г. Между тем рост сборов страховщика превысил 25%, выплат – 29%.

Прибыль «АльфаСтрахования» увеличилась более чем вдвое. Премия выросла на 14%, в выплаты сократились на 3,6%.

В «Росгосстрахе» сообщили, что уточняют окончательную цифру убытка. Страховщик собрал более 94,1 млрд. руб. премии и выплатил 71,7 млрд. руб. возмещения. Для того чтобы сопоставить эти данные с прошлогодними, за 2015 г. были использованы суммарные данные АО «Росгосстрах» и ООО «Росгосстрах» (в конце 2015 г. эти компании были объединены). Премии снизились на 15%, выплаты выросли на 24%. По итогам 9 мес. 2015 г. совокупный финансовый результат был положительным и составил 6,1 млрд. руб.

Крупнейшие страховые компании России, на долю которых приходится более 50% сборов по каско, назвали самые угоняемые автомобили Москвы. По данным компаний «Согласие», «АльфаСтрахование», «Ренессанс», «РЕСО» и «ЭРГО», в 2016 г. самыми

популярными моделями среди угонщиков стали автомобили японских марок [5, с. 33].

Во все топ-10 рейтингов угонов страховщиков вошел седан Toyota Camry. Среди самых популярных у злоумышленников автомобилей оказались внедорожники Toyota Land Cruiser 200 и Land Cruiser Prado. В верхние строчки рейтингов также попали Lexus LX и GS, Infiniti QX50, Mazda CX-5 и Toyota RAV4. Среди автомобилей европейских брендов в Москве часто угоняют Mercedes G-Class, BMW X6, Land Rover Discovery и Freelander, а также Range Rover.

Согласно предоставленным отчетам, угонщики часто обращают внимание и на бюджетные иномарки. Например, страховщики отмечают увеличившееся число угонов седанов Kia Rio и Hyundai Solaris.

По статистике ГИБДД, которая ранее приводила данные по хищениям автомобилей за 2015 г., самой угоняемой моделью в Москве стал Hyundai Solaris. В прошлом году ведомство зафиксировало 382 случая краж этой модели. Второе место в рейтинге занимает Mazda3 (307 случаев). Замыкает первую тройку Kia Rio – 298 краж [4, с. 54].

В минувшем году сотрудники ГИБДД смогли обнаружить более 4,3 тыс. транспортных средств, находящихся в розыске. Кроме того, было найдено 620 автомобилей с измененными VIN-номерами.

Наибольшее число краж было зафиксировано в Южном административном округе Москвы (1244). На втором месте по количеству угонов – Западный округ (1077). Замыкает первую тройку по совершенным кражам машин Юго-Восточный округ, где за год угнали 1030 автомобилей.

#### **Список использованных источников:**

1. Александрова, Т. Г. Коммерческое страхование / Т.Г. Александрова, О.В. Мещерякова. - М.: Институт новой экономики, 2014. - 356 с.
2. Бакиров, А. Ф. Формирование и развитие рынка страховых услуг / А.Ф. Бакиров, Л.М. Кликич. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 304 с.
3. Иванкин, Ф. Ф. Акционерное и Взаимное Страхование в России 1827-1920 / Ф.Ф. Иванкин. - М.: Издательский дом Рученькиных, 2016. - 272 с.
4. Косаренко, Н. Н. Правовое обеспечение публичных интересов в сфере страхования / Н.Н. Косаренко. - М.: Wolters Kluwer, 2015. - 312 с.
5. Кротов, Н. История создания российской системы страхования банковских вкладов / Н. Кротов. - М.: Экономическая летопись, 2015. - 576с.

**©Шахова С., Огурцова Н.С., Комаров Г.А., 2016 г.**

УДК 36

## ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ БАНКА

Иванова Ю.А., Кириллов В.П.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современное развитие банковской деятельности в России происходит на фоне неблагоприятного отношения к ней общественного сознания. Общее напряжение и депрессия, имеющиеся в обществе, переносятся и в банковскую сферу.

Работа в банковской сфере характеризуется высокой стрессогенностью. Проведенное автором исследование показало, что, по мнению 67% опрошенных банковских служащих наблюдают случаи переутомления, психологических срывов и снижения работоспособности.

Причинами этого являются:

усталость и перегрузки по работе – 49%;

высокая степень ответственности – 34%;

особые требования к слаженности в работе – 18%;

частые изменения инструкций – 21%;

«размытость» юридических норм – 8%.

Все эти факторы создают напряженность в деятельности персонала банка [2, с. 54-57]. Поэтому в последнее время все настойчивее высказывается общее мнение о необходимости организации службы социально-психологической поддержки в банковской сфере. В этой сфере она более необходима, чем в других областях профессиональной деятельности. Наибольшую необходимость в этом испытывают молодые работники банков.

Среди них со стажем работы:

до 3-х лет – 70%;

до 5 лет – 55%;

до 10 – 40%;

от 10 до 20 – 35%;

от 20 до 30 – 20%;

свыше 30 лет – 10%.

Как видно из приведенных данных особую потребность в социально-психологической службе испытывают молодые работники.

В зависимости от уровня образования более всего испытывают потребность в психологической поддержке члены персонала со средним специальным образованием – 67%, с высшим образованием – 52%, магистры – 37%.

Кроме того, отмечается зависимость от степени ответственности работников. Чем выше ответственность работников, тем более они нуждаются в поддержке.

Хочется отметить и то, что почти 95% руководства банков не видят необходимости в организации социально-психологической службы. Причиной является нежелание расходовать средства на ее содержание. Гораздо проще уволить работника и нанять другого, более опытного и устойчивого к стрессам.

Тем не менее, организация социально-психологической поддержки для работников банка, могла бы состоять из трех этапов:

Психологических консультаций и тренингов, нацеленных на формирование у молодых служащих психологической защиты и навыков безопасного делового общения в экстремальной ситуации. Специальное внимание уделяется усвоению техники эффективного делового общения защитного характера: как прервать контакт с потенциально опасным партнером, как реагировать на угрозы и шантаж, как правильно действовать в стремительно разворачивающейся конфликтной ситуации и др. В некоторых случаях, если в этом есть необходимость, в тренинге проигрываются Предстоящие экстремальные ситуации взаимодействия с конкурентами, которые могут произойти в будущем.

На втором этапе социально-психологической поддержки молодых банковских работников организуются практические занятия по обучению их способам культурного делового общения и взаимодействия, не имеющим силовой направленности, а построенным на стремлении к партнерству и сотрудничеству. Показываются специальные переговорные техники, позволяющие достичь желаемого результата за короткое время, обсуждаются ведущие этические ценности банковской профессии, описываются правила делового этикета.

На третьем этапе для молодых работников организуются специальные предметные циклы лекций, семинаров и тренингов. Разбираются вопросы управления и руководства, формирования эффективного банковского стиля профессиональной деятельности и поведения.

Определенный опыт этой работы представлен в трудах Алавердова и Ловагина [1, с. 34-37]. По их описанию в банке проводятся специальные общепсихологические мероприятия для всего кадрового состава по профилактике производственных конфликтов и оздоровлению климата в коллективе.

Примерно один раз в полгода в банке организуются игровые сессии по развитию коммуникативной культуры сотрудников: обучению навыкам эффективного делового общения, «сброса» напряжения, ведения совещаний, регуляции конфликтов, эффективного восстановления после

работы. По данным, полученных от сотрудников, в банке в выходные дни проводятся выездные игровые тренинги. Сотрудники банка выезжают в пансионат, на природу. Там, на природе, под руководством психологов поводится двухдневные игровые тренинги с целью снятия напряжения в коллективе. Также в банке регулярно поводится анонимные опросы среди работников. Это делается для того, чтобы иметь постоянную «обратную информацию» об их самочувствии на работе и их отношении к тем или иным мероприятиям, проводимым руководством. На основе анализа результатов таких опросов производится расширение диапазона антистрессовых мероприятий в банке в соответствии с пожеланиями сотрудников.

А.В. Ситнин обобщил передовой опыт проведения лекций, семинаров, деловых и игровых тренингов для банковских специалистов, которые способствуют повышению эффективности банковского дела [3, с. 146-165]. По его подсчетам положительное влияние этих мероприятий отметили сотрудники в зависимости от занимаемых должностей:

- руководящий состав банков – 35%;
- начальники отделов – 20%;
- ответственные работники – 25%;
- сотрудники материально не ответственные – 20%.

Аналогичные данные показали сотрудники с разным уровнем опыта работы:

- до 3-х лет – 50%;
- до 5 лет – 35%;
- до 10 лет – 7 %;
- от 10 до 20 – 5%;
- от 20 до 30 – 3%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что организация социально-психологической поддержки банковских служащих ускоряет процесс их адаптации и позволяет профилактически устранить у них возможные психологические срывы, вызванные резким снижением самооценки, высокой тревожностью, стремлением перестраховаться и др.

#### **Список использованных источников:**

1. Алавердов А.Р. Социально-психологическое обеспечение процесса управления персоналом в коммерческом банке //Банковское дело №2.
2. Ловягин А.Е. Управление персоналом // Банковский персонал: подготовка, повышение квалификации и управление.
3. Ситнин А.В. Управление банком. Организационные структуры, персонал, внутренние коммуникации.

©Иванова Ю.А., Кириллов В.П., 2016 г.

УДК 35

## **ИЗМЕНЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ В РОССИИ ДЛЯ УМЕНЬШЕНИЯ РОЛИ ГОСУДАРСТВА В ЭКОНОМИКЕ ПО СРЕДСТВАМ ГЧП**

Васянин А.А., Синякин Н.Ю.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Государство – структура, которая обслуживает общество, стремиться удовлетворить потребности большинства населения. Мы не задумываемся над этим, но большинство того, что мы видим вокруг себя и большинство благ которыми мы пользуемся – создало государство. В нашей стране это отдельная тема для дискуссий, но в целом, все созданные и создаваемые блага, такие как свет, газ, строительство дорог и даже право на частную собственность, это достижения созданные институтом государства. Причем эти блага не обязательно создаются непосредственно государством, имея инструменты влияния на рынок, можно спровоцировать их производство, используя руки частных инвесторов.

Одна из форм использования бизнеса для решения общественно важных задач, стремительно набирающая популярность, в последние несколько десятилетий – ГЧП (государственно частное партнерство). Отличительная особенность ГЧП – взаимовыгодное взаимодействие бизнеса и государства в различных проектах, не только в экономике, но и в культуре, науке, политике [1, с. 16-24].

Государство, обращаясь к бизнесу с предложением нового проекта, может использовать частные деньги, для решения проблем. Это разгружает бюджет, а так же облегчает его формирование, ведь в проектах ГЧП риск, берет на себя частное лицо, а государство оплачивает фиксированную стоимость, в течении оговоренного времени. То есть даже небольшое муниципальное образование, с ограниченными финансовыми возможностями, может позволить себе реализацию серьезного, современного проекта. В свою очередь инвестор будет получать прибыль от совместного предприятия, а так же заниматься его обслуживанием [2].

ГЧП представляет множество взаимовыгодных перспектив, в особенности, в свете принципа «цена – качество». Используя тендеры на те или иные работы, государство, получает максимально выгодный план расхода бюджетных средств, к тому же размер этих расходов не вырастет в бюджете следующего года. Это утверждение справедливо, если инвестор берет на себя полную стоимость работ и обслуживания, а государство, компенсирует его расходы. Стоит оговориться, что для этого так же требуются сильные участники рынка. В результате, мы получаем

склонность всех заинтересованных лиц, работать в первую очередь в интересах государства.

Исходя из выше сказанного, представим идеальную ситуацию, в которой, во всех сферах жизни деятельности общества, есть сильные компании и инвесторы, готовые вкладывать деньги и работать по схеме ГЧП. Государство может позволить себе отказаться от строительства и обслуживания инфраструктуры и социально значимых объектов, фактически переложив часть своих обязанностей на бизнес. Расходование средств бюджета станет более прозрачным, а население получит, максимальные инфраструктурные и социальные возможности, возможные на данном этапе развития производства и экономики региона. При этом регион, реализующий такой проект, имеет возможность воспользоваться опытом и функционалом крупной компании, предлагающей современные технологии, которые ранее в этом регионе по ряду причин не могли быть применены.

Существует несколько препятствий для развития ГЧП в таком формате. Первое это законодательство. Всем участникам рынка нужны четкие и прозрачные правила «игры». Компании должны заранее знать, какой доход они могут получить от того или иного проекта. Уверены, что закон о ГЧП не изменится, например, после выборов в законодательное собрание. Сегодня в России эта проблема частично решена, разрозненные акты, объединены в закон, однако до уровня стран лидеров в этом виде партнерства, нам еще далеко.

Второе – это инфраструктура. Она должна быть равномерно, развита на всей территории страны. В противном случае стоимость некоторых проектов, в регионах, будет многократно возрастать, а значит, теряется главный плюс ГЧП – снижение стоимости.

Третье – развитость бизнеса в регионе, в том числе малого и среднего. Инвесторам не выгодно приходить в удаленные регионы для реализации одного проекта. Пути решения этой проблемы – контракты на комплексное обслуживание инфраструктуры региона. Однако это сужает круг заинтересованных в подобной работе инвесторов, особенно имеющих узконаправленный профиль. Большинство задач, могут успешно решаться малым и средним бизнесом, которые знакомы с обстановкой в регионе, имеют местных поставщиков сырья, и понимают местные общественные процессы.

Обратимся к ситуации с законодательной базой в России. Перед созданием закона о ГЧП в 2015 году, Минэкономразвития дало оценку замороженным проектам ГЧП на региональном уровне, сумма таких проектов составила 1,3 миллиарда рублей. Эта цифра говорит о том, что традиционные концессионные соглашения, не всегда оказываются

эффективны, а инвесторам, как известно, нужны понятные и равные правила игры, для расчета прибыли и рисков вложений.

Рассмотрим изменения, которые принес новый закон о ГЧП.

Главное нововведение закона о ГЧП – уход от принципа концессии. Допускается переход социально значимых объектов в частную собственность, при условии сохранения его функционального назначения. Это принципиальное отличие от концессии – в соглашениях о ГЧП частная собственность возникает в любом случае, на любом этапе развития проекта.

На стороне частного партнера не могут выступать государственные учреждения, а так же организации доля государства в которых более 50%, публично правовые компании и НКО. Это убирает возможность взаимодействия по схеме государственно-государственное партнерство, когда МУП выигрывает конкурс на обслуживание коммунальных услуг, фактически на обслуживание самих себя.

Срок заключения проектов ГЧП от 3 до 50 лет, причем срок действия проекта основывается на сроках строительства, сроках окупаемости, заложенной в проект доходности и жизненного цикла объекта. Эта норма очень важна, так как привязывает сроки к определенным показателям в этом проекте, делая не возможным заключение сверх прибыльных проектов для частных инвесторов.

Из закона о ГЧП вывели системы водоснабжения и теплоснабжения, федеральные, региональные, местные дороги, объекты связи и коммуникаций и другие стратегические объекты. К этим видам государственной собственности возможно применение только концессионных соглашений. Это связано с тем, что при заключении соглашения ГЧП, должна возникать частная собственность. При этом закон не накладывает ограничения на строительство частных сетей водоснабжения или транспортных систем.

Законом предусмотрена обязательная оценка эффективности проекта, которая состоит из социально-экономической оценки и финансовой оценки. Социально-экономическая эффективность будет оцениваться относительно документов стратегического планирования, т.е. проект должен вносить вклад в эти показатели. Финансовая оценка рассматривает затраты на проект со стороны как государства, так и частного лица. Существует так же оценка сравнительного преимущества, которая отвечает на вопрос, является ли ГЧП наиболее эффективной формой решения данной государственной задачи. Это предполагает сравнение данного проекта с аналогичными концессионными решениями, а так же сравнение с государственным заказом. В регионах оценку будут производить органы оценки, назначенные главами субъектов, в том числе это относиться к проектам ГЧП на уровне муниципалитета [3].



Из выше сказанного можно сделать вывод, новый закон о ГЧП может существенно сократить государственные издержки, уменьшить роль государства в экономике, однако, для реализации проектов, требуется комплексное развитие экономики и привлечение инвесторов. Можно сказать, что уровень использования ГЧП, показывает уровень развития постиндустриального общества. В пример можно привести Англию, где проекты этого вида партнерства, реализуются даже в небольших муниципальных образованиях, уже более двух десятков лет показывая свою эффективность.

**Список использованных источников:**

1. Амуниц Д. М. Государственно-частное партнёрство. Концессионная модель совместного участия государства и частного сектора в реализации финансовоёмких проектов. // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2005. — № 12.

2. Сайт Partnerships UK.– <http://www.partnerships.org.uk>.

3. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН О ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ, МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ОТДЕЛЬНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ - [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_182660/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/)

©Васянин А.А., Сиякин Н.Ю., 2016 г.

**УДК 33**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Мясоедова Ю.И., Кириллов В.П.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В современных условиях многие экономические и социальные процессы настолько усложнились, что выработка решений по управлению рисками становится под силу лишь специализированным подразделениям, способным всесторонне проанализировать обстановку и профессионально управлять рисками. Специалисты этих структурных подразделений способны профессионально определить наиболее угрожающие риски и выбирать наиболее эффективные методы управления ими. Они оценивают степень опасности угроз и содействуют рациональному выбору инструментария риск-менеджмента.

Автору удалось во время прохождения практики в Научно-производственном объединении «Лианозовский электро-механический

завод» принять участие в исследовании современных тенденций в управлении рисками на предприятии.

В ходе исследования анализировались производственные документы, сравнивались основные показатели по годам, проводилось интервьюирование руководящего состава, тестирование специалистов и опрос персонала.

В результате анализа финансовых документов и мнения руководящего состава были выявлено, что за последние три года наиболее существенно проявили себя следующие риски (в процентном соотношении друг с другом):

риск потерь вследствие отказа контрагентов, их полной или частичной неспособности выполнять взятые на себя договорные обязательства – 25%;

санкционные риски – потери, связанные с западными санкциями на поставку точного электронного оборудования – 24%;

рыночные риски, то есть потери при изменении рыночной конъюнктуры, ценовых колебаниях на рынке товаров – 18%;

кредитные риски – это результат неустойчивости и роста банковских процентов и инфляции рубля – 15%;

риски ликвидности – убытки, возникающие в результате невозможность исполнить финансовые обязательства вследствие отсутствия необходимой суммы денежных средств – 11%;

операционные риски – потери, которые связаны с внеплановыми простоями оборудования, ошибочными действиями сотрудников организации – 4%;

юридические риски, как результат изменений в законодательной базе и в системе налогообложения – 3%.

Выводы, сделанные комиссией ЛЭМЗ, практически совпали с теоретическими выкладками российских ученых, за исключением появившегося с 2014 г. риска санкционных потерь [3, с. 168].

В практике бизнеса встречаются не только 7 вышеперечисленных групп рисков, но и стратегические и информационные.

Стратегические риски можно охарактеризовать как вероятность получения организацией убытков по причине принятых долгосрочных решений. К ним мы отнесли санкционные риски, которые по нашему мнению сохранятся надолго.

Под информационными рисками понимается возможность причинения ущерба компании вследствие потерь (утечки) важной информации. В силу значительного научно-производственного отставания ЛЭМЗ от передовых предприятий Запада, этот фактор практически не учитывался.

В результате исследования деятельности руководства завода по противодействию рискам, мы установили, что принимаемые ими методы достаточно просты и заключаются в следующем:

- Идентификация рисков – начальная стадия процесса. На ней происходит определение и описание рисков, которые могут сопровождать проект, и их взаимосвязь между собой. Потом эти риски будут классифицированы по отдельным группам;

- Анализ рисков. На данном этапе происходит оценка рисков. А именно: производится расчет вероятности наступления рисков и размеров потенциального ущерба от них, определяются и устанавливаются границы рисков;

- Предотвращение рисков. После перечисленных этапов на стадии планирования разрабатываются предотвращающие наступление рисков мероприятия, а также устраняющие их последствия (в случае, если риск наступил);

- Контроль. Внутренний контроль управления рисками в организации заключается в мониторинге обнаруженных рисков и проведении плано-предупредительных работ. А после этого следует разработать ответные действия на проблему, если она была выявлена [1, с. 240].

В качестве рекомендаций комиссия определила перечень наиболее востребованных методов, которые призваны снизить потенциальные убытки.

1. Страхование против возможных рисков.
2. Хеджирование, как применение фьючерсных контрактов и опционов биржи.
3. Использование преимущественно тех форм и методов расчетно-кредитных операций, которые могут минимизировать риск неплатежа за отгруженную продукцию или отмены поставки уже проплаченных товаров.
4. Проведение анализа конъюнктуры внешнего рынка, позволяющие вовремя разработать мероприятия по недопущению потенциальных убытков от негативных конъюнктурных колебаний.
5. Прочие методы: уклонение от риска, компенсация его последствий, локализация и распределение риска.

Исходя из рекомендаций комиссии, руководство ЛЭМЗ определило: стратегические цели – цели высокого уровня, соотнесенные с миссией/видением устойчивости к рискам;

операционные цели – эффективное и результативное использование запасов ресурсов в интересах противодействия рискам;

тактические цели, направленные на предупреждение рисков [4].

Данная классификация целей позволила организации сконцентрироваться на наиболее важных аспектах управления рисками, что позволило обеспечить разумную гарантию их достижимости. Хотя, достижение стратегических и операционных целей во многом зависит от внешних событий и не всегда могут быть полностью контролируемы организацией. Соответственно, в отношении данных целей управление рисками может предоставить только разумную гарантию того, что руководство будет своевременно проинформировано том, в какой степени организация продвигается к достижению своих целей [2, с. 9].

В конечном итоге, как было сформулировано в отчете по результатам исследования организации необходимо придерживаться непрерывного процесса принятия решений, касающихся предупреждения возможных рисков. И эта деятельность не может рассматриваться как одномоментное решение, пусть даже глубоко проработанное и обоснованное. Необходимо оперативно учитывать быстро изменяющиеся условия функционирования предприятия и ведения его бизнеса. Поэтому управление рисками представляет собой постоянный и динамический процесс [5, с. 112].

Это означает, что сбор данных и анализ рисков, а также выработка, претворение в жизнь и пересмотр решений о реализации тех или иных методов риск-менеджмента должны быть частью общей процедуры управления.

#### **Список использованных источников:**

1. Агарков, С. А. Управление рисками: учебное пособие; рекомендовано УМО РАЕ / С. А. Агарков, Е. С. Кузнецова. — Старый Оскол: ТНТ, 2014.

2. Ричард М.С., Майлс И.Э., Фрэнк Д.М., Люси И.Н., Управление рисками организации. Интегрированная модель - США.:2011

3. Уродовских В.Н. Управление рисками предприятия: Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2011.

4. Управление рисками для получения конкретных результатов. «Эрнст энд Янг» [Электронный ресурс]  
URL:[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Turning-risk-into-results-2012-RU/\\$FILE/Turning-risk-into-results-2012-RU.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Turning-risk-into-results-2012-RU/$FILE/Turning-risk-into-results-2012-RU.pdf)

5. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками: учеб. пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011

©Мясоедова Ю.И., Кириллов В.П., 2016 г.

**УДК 347.78****СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ В РФ**

Редько Д.В., Морозов Р.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

История авторского права в России начинается с присоединения Советского союза к Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений в 1973 году. 20 сентября 1973 года основано Всесоюзное агентство по авторским правам ВААП. 3 августа 1992 года, в период смены законодательства в Российской Федерации, в действие введены Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик. Новая регламентация авторских прав была предусмотрена Разделом IV Основ («Авторское право»), где появилось понятие охраны смежных прав.

9 июля 1993 года Президент Российской Федерации подписал Закон «Об авторском праве и смежных правах» (вступил в силу 03 августа 1993 года).

Очевидно, что в современном обществе с широким информационным пространством и развитыми технологиями передачи данных всё более возрастает роль информационного обеспечения всех сфер жизни. Зачастую информация становится самым ценным активом, и наша осведомленность о происходящих событиях в мире складывается благодаря тому, насколько она оперативна.

В последние годы интеллектуальная собственность приобретает все более существенное значение среди всех других видов собственности. Вопросы ее охраны и использования в современных условиях играют важную роль в различных сферах: коммерческой, производственной, предпринимательской, а также во внешнеэкономической деятельности организаций всех форм собственности.

Несмотря на государственные программы защиты интеллектуальной собственности и авторских прав в РФ, отвечающие требованиям мировых стандартов и международных актов, наша страна по-прежнему остается в числе тех, у кого самый высокий оборот «заимствованной» авторской продукции. Данная ситуация способствует возникновению определенной напряжённости в межгосударственных отношениях по вопросам разделения прав собственности на интеллектуальные ресурсы, что зачастую препятствует полноправному участию в работе ряда международных организаций.

Статья 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации относит к объектам авторских прав произведения науки, литературы и искусства

независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения:

- литературные произведения;
- драматические и музыкально-драматические произведения, сценарные произведения;
- хореографические произведения и пантомимы;
- музыкальные произведения с текстом или без текста;
- аудиовизуальные произведения; произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства;
- произведения декоративно-прикладного и сценографического искусства;
- произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства, в том числе в виде проектов, чертежей, изображений и макетов;
- фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии;
- географические и другие карты, планы, эскизы и пластические произведения, относящиеся к географии, топографии и к другим наукам, другие произведения [3, с. 45].

Законом РФ предусмотрены признаки объектов авторского права и интеллектуальной собственности: объективная форма, творческий характер, возможность воспроизведение таким способом, при котором возможно их восприятие.

Действующее законодательство предусматривает три способа защиты авторских прав:

- гражданское (правонарушитель обязан выплатить компенсацию);
- административное;
- уголовное (146 ст. уголовного кодекса РФ) [2].

Существенным прогрессом в совершенствовании юридических механизмов защиты авторских прав являются поправки в Закон Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах» от 20.07.2004 г., в частности:

восстановлен режим так называемой ретроохраны, установленной Бернской Конвенцией, скорректированы сроки предоставления охраны произведениям, введены нормы, призванные обеспечить эффективное правовое регулирование использования объектов авторского права в цифровых сетях.

Интеллектуальная собственность является объектом охраны во всем мире, поэтому одной из важнейших гарантий стабильности гражданского общества в любом государстве мира является предоставление субъектам гражданских прав возможностей по их юридической защите.

**Список использованных источников:**

1. Гражданский кодекс РФ. Ч. 4: принят 18.12.2006 г. №230-ФЗ (ред. от 30.07.2016) // «Собрание законодательства РФ», 13.01.1997.

2. УК РФ от 13.06.1996 №63-ФЗ (ред. От 06.07.2016)., Статья 146 «Нарушение авторских и смежных прав» // «Собрание законодательства РФ».

3. Лопачева С. В. Современное состояние российского законодательства в сфере гражданско-правовой защиты авторских прав // Вестник Пермского университета. Юридические науки. –2010. №2. – С. 127-134.

©Редько Д.В., Морозов Р.В., 2016 г.

**УДК 371.315****ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РЕГИОНОВ  
В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ**

Данильченко А.А., Скоцкая Т.В., Комаров Г.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня в России происходят глубочайшие изменения во всех сферах общества. Буквально на глазах трансформируется общественное сознание, пересматривается система ценностей.

В этих условиях проблемы образования находятся на гребне событий. Поскольку треть населения России учится, учит, повышает квалификацию, проходит переподготовку. Трудно переоценить значение образования, значение его реформирования, ибо цели, содержание образования, степень его влияния на всех участников образовательного процесса определяют настоящее и будущее общества.

Нынешнее развитие образования определяется не только тем, какие действия будут предприняты и предпринимаются внутри сферы образования, но и тем, как будет изменяться социально-экономическая обстановка вне её.

Ключевая идея современной политики образования России – идея развития. В этой идее заключаются следующие цели:

- 1) создание необходимых условий для развития личности;
- 2) запуск механизмов развития и саморазвития самой системы образования;
- 3) превращение образования в действенный фактор развития общества.
- 4) преемственность образования [1].

Определяющее условие реализации этих целей – пробуждение субъектности в каждом участнике образовательного процесса.

Одним из системных приоритетов в развитии образования для Российской Федерации является укрепление единства образовательного пространства России, что предполагает выравнивание образовательных возможностей граждан России независимо от региона проживания, развитие ведущих университетов во всех федеральных округах Российской Федерации, проведение единой политики в области содержания образования, распространение лучших практик регионального управления образованием на все регионы России [2].

Поскольку реальные условия образовательной жизни регионов чрезвычайно многообразны, нет необходимости разрабатывать какую-либо единую модель законодательства образования для всех субъектов Федерации. Однако есть очевидная необходимость координационной и консультационной работы на федеральном и региональном уровнях в вопросах регионального образовательного законотворчества.

Только при активном участии регионов в реформе образования возможно увидеть, поддержать и распространить наиболее ценные содержательные инициативы лучших учителей школ, преподавателей вузов. Только такие инициативы позволят сделать реформы реально инновационными, поднять качество образования на новый уровень.

Вместе с тем исторически сложились и продолжают сохраняться диспропорции в экономическом положении регионов, а равно и в образовательном потенциале, ведущие к «географическому» неравенству их образовательных возможностей. Это требует приоритетной поддержки образования в депрессивных регионах и выравнивания образовательного потенциала субъектов Российской Федерации.

Значение инновационной деятельности в сфере образования трудно переоценить. Система общего и профессионального образования обеспечивает Государство самым важным и ценным ресурсом – квалифицированными специалистами, способными быстро и качественно решать поставленные перед ними задачи.

Развитие глобальной экономики неизбежно влечет за собой увеличение требований к специалистам в самых разных сферах, что, соответственно, вынуждает учебные заведения адаптироваться к новым условиям. Сохранить неизменно высокое качество подготовки специалистов помогает следование новейшим тенденциям в образовательной деятельности.

Инновации в образовании – это не только внедрение компьютерных технологий, это и обновленные методики преподавания, и современные подходы к работе с обучаемыми, и адаптация к требованиям промышленности.



**Список использованных источников:**

1. Новая программа РФ «Развитие образования» на 2013-2020 годы: цели, прогнозы и результаты реализации, интернет источник: <http://www.nios.ru/node/9276> (дата обращения: 13.11.2016)

2. Платонова В.П., «Стратегия развития образования в России»

©Данильченко А.А., Скоцкая Т.В., Комаров Г.А., 2016 г.

**УДК 00/1082**

**УПРАВЛЕНИЕ СОВОКУПНОСТЬЮ ЗНАНИЙ  
В ИННОВАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ  
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

Сергеева А.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Аннотация: автором настоящей статьи подчеркивается значимость управления знаниями в современном обществе. В статье раскрываются такие составляющие понятия «знание», как информация, данные, мудрость, понимание. Автором подчеркнута актуальность исследования. Статья может быть использована в практике развития как крупного, так среднего и малого бизнеса с целью сохранения своей конкурентоспособности.

В системе взаимоотношений человека и внешнего мира ключевое место занимает приобретение знания или познание. Важно отметить, что именно в последние годы данная нематериальная ценность становится «пропуском в лидеры» для целых государств, регионов и отдельных организаций. Условия жесткой конкуренции в процессе глобализации заставляют последних заниматься поиском новых конкурентных преимуществ. В связи с этим многие производители уделяют особое внимание знаниям, вкладывают в получение новых знаний огромные денежные средства. Таким образом, рынок инновационных знаний постепенно приобретает главенствующую роль, опережая при этом в своем развитии рынок материальных товаров. Указанное обстоятельство подталкивает все человечество на совершенствование и желание управлять этими знаниями. Совершенствование средств познания является неотъемлемой частью современной истории и хозяйственной деятельности.

Так, американским ученым и консультантом в области искусственного интеллекта еще в 1986 году было введено такое понятие, как «менеджмент знаний», что породило целую теорию и множество исследований.

В исследованиях разных авторов подчеркивается, что в наши дни в диапазоне от 6 до 30% стоимости компании составляют ее материальные активы, остальное в диапазоне от 70 до 94% являются интеллектуальными активами компании, что подчеркивает актуальность настоящей статьи [1].

Основной целью настоящего исследования является обоснование предположений, связанным с обменом знаниями в рамках интегрированного инновационного пространства и построение методов, принципов и моделей взаимодействия его участников, базирующихся на управлении знаниями, их функции и роли на всех этапах современных инновационных процессов.

Вместе с тем понятие «знание» находится в определенной взаимосвязи с такими понятиями как «данные» и «информация». Одновременно с этим важно разграничивать такие понятия, как знания, данные, информация и мудрость.

Расселом Акоффом, известным американским учёным в области теории систем и исследования операций, предложена следующая иерархическая система:

а) данные, которые представляют собой набор объективных фактов о конкретных объектах, явлениях, событиях, и процессах;

б) информация – есть данные, наделенные определенным контекстом;

в) знания, которые представляют собой определенные выявленные тенденции или существенные связи между отдельными явлениями и фактами, представленные в виде информации;

г) понимание представляет собой осознание закономерностей, содержащихся в знаниях);

д) мудрость является взвешенным, оцененным пониманием закономерностей с позиции будущего и прошлого.

Если существуют знания, то, следуя теории Карла Виига, ими необходимо управлять. Следуя данной теории, необходимо отметить, что впоследствии проводились многочисленные исследования. Применение положений концепции управления знаниями и автоматизированных систем в рамках указанного управления во многом ограничено. В свою очередь управление знаниями и их совершенствование напрямую зависит от правильности их функционирования [3].

Процесс «добывания» новых знаний включает в себя:

- этап планирования, включающий анализ текущих знаний и потребностей в новых знаниях, а также разработку специальных программ по приобретению новых знаний;

- этап сбора знаний, включающий организацию процесса обучения, а также отбор и аккумуляцию значимых сведений из внутренних и внешних источников;

- этап систематизации, то есть этап сохранения, классификации, трансформации и обеспечения доступности знаний;

- этап распределения, включающий непосредственно распределение знаний, а также обмен ими в пределах организации или нескольких организаций;

- этап капитализации, который находит свое отражение в создании инновационных «не материальных» продуктов (баз данных и автоматизированных систем), ТУ, ГОСТах [2].

Менеджмент знаний призван решать следующие задачи: выявлять, хранить, создавать, распределять, использовать, стимулировать, аккумулировать, сохранять, обеспечивать доступность, распределения, обменивать, оценивать и защищать.

В целях достижения вышеперечисленных задач может быть использована так называемая «Тройная спираль» Милтона Эриксона с позиции современной концепции формирования национальных инновационных систем и экономики знаний. Основными участниками процесса в современной России являются власть, бизнес и университет, которые стремятся к сотрудничеству, конечным результатом которого является возникновение инновационных продуктов. Базовой площадкой для взаимодействия «тройственного» союза являются в настоящее время «инно-полисы». При этом инновация представляет собой не новинку, а конечный результат внедрения новинки в целях изменения объекта управления [4].

Для информационной эры характерно требование владения искусством интерпретации и обладание способностью к ориентации в информационном потоке, в том числе и в информационном потоке глобальной интернет-паутины. Однако, для компьютерных технологий свойственна безразличность и анонимность.

Таким образом, с позиции практики следует понимать, что управление знаниями и последующее их совершенствование находится в зависимости от правильности построения системы их функционирования в среде профессионалов. Если процесс управления знаниями выстроен искаженно, то об инновационной деятельности не может быть и речи. Вовлекая в процесс овладения новейшими знаниями подавляющее число сотрудников, каждая компания, если она преследует успех, вынуждена построить свою концепцию управления знаниями. Исключительно посредством такого подхода инновационное развитие будет являться значимым фактором в жизни современного общества в целом, задавая векторы дальнейшего развития.

#### **Список использованных источников:**

1. Асланова М.Т., Сапрыкина Е.В. Знание и информация в современном обществе: источники опасности или эксперты риска? 2014 /

Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/search#ixzz4P4OXgnTg>

2. Вальвачев В.В. Информация, информатизация и содержание информационной сферы в современном обществе 2010 / Научные проблемы гуманитарных исследований // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/search#ixzz4P4OfEBnj>

3. Крайнева Р. Изменение подходов к менеджменту организаций с учетом современных тенденций в области управления знаниями. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. № 1. С. 328-331

4. Смородинская Н. Тройная спираль как новая матрица экономических систем. Инновации. -2011. -№ 4. -С. 66-78.

©Сергеева А.В., 2016 г.

**УДК 004.00**

**ЦЕЛЕВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА  
ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА:  
ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ**

Бондаренко М.В., Комаров Г.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Дальневосточный регион (ДВР) имеет все предпосылки для того, чтобы стать точкой роста для российской экономики. Он включает в себя 13 субъектов федерации. Здесь проживает всего 4,6% населения России. Однако при этом в регионе формируется 5,6% общероссийского ВВП, то есть, вклад жителей этого региона в экономику страны заметно выше среднего (выработка валового продукта на душу населения на 30% выше, чем в среднем по России).

Целью Программы является ускоренное социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона, ориентированное на реализацию экспортного потенциала.

Задачами Программы являются: формирование сети территорий опережающего социально-экономического развития и создание на них производств, ориентированных на экспорт; реализация на основе принципов государственно-частного партнерства инвестиционных проектов, направленных на социально-экономическое развитие территорий; развитие человеческого капитала в целях кадрового обеспечения Программы; развитие транспортной инфраструктуры на

территории Дальнего Востока и Байкальского региона для обеспечения необходимого объема грузовых и пассажирских перевозок.

Таким образом, успешное решение комплекса указанных задач обеспечит достижение цели Программы.

Срок реализации государственной программы с 2015 по 2025 год:

первый этап – с 2015 по 2017 год;

второй этап – с 2018 по 2025 год.

Первый этап (2015-2017 годы) предусматривает проведение работ по созданию условий для полномасштабной реализации мероприятий Программы, включая формирование основных институтов управления и реализации Программы. На данном этапе реализации Программы осуществляется отбор наиболее перспективных территорий для реализации пилотных проектов по созданию территорий опережающего социально-экономического развития в субъектах Российской Федерации, входящих в макрорегион, и проводится проверка нескольких вариантов создания территории опережающего социально-экономического развития. В ходе первого этапа также будет решена задача развития транспортной инфраструктуры на территории Дальнего Востока и Байкальского региона для обеспечения необходимого объема грузовых и пассажирских перевозок. Планируется реализовать три проекта по строительству железных дорог:

Модернизация Транссибирской железнодорожной магистрали (Транссиба) – необходимо увеличить грузопоток. Сегодня его пропускная способность составляет порядка 100 млн. тонн – это очень мало.

Развитие Байкало-Амурской магистрали (БАМа – БАМ-2). Его проектная мощность составляла 12,5 млн. За счет постройки Кузнецовского тоннеля общая мощность возрастает до 18-20 млн. тонн.

Строительство Транскорейской магистрали.

Будет развиваться малая авиация. Развитие инфраструктуры воздушного транспорта будет основано на реализации концепции формирования и развития национальной опорной аэропортовой сети, состоящей из международных и внутрироссийских узловых и социально значимых аэропортов, что обеспечит связность, единство и безопасность эксплуатации воздушных линий. Аэропорты Иркутска, Хабаровска и Владивостока будут развиваться как международные узловые аэропорты. В качестве внутрироссийских узловых аэропортов получают развитие аэропорты Улан-Удэ, Чита, Благовещенск, Якутск, Магадан, Мирный, Анадырь, Петропавловск-Камчатский и Южно-Сахалинск. Значительное развитие получают морские порты макрорегиона. Приоритетным будет создание современных мощностей для переработки контейнеров и генеральных грузов, а также высокомеханизированных и автоматизированных комплексов по переработке массовых навалочных и

наливных грузов морей. Будет восстановлена инфраструктура регулярного пассажирского морского сообщения.

Активизируются работы по созданию современной транспортной системы в Арктической зоне Дальнего Востока и транспортному использованию Северного морского пути с модернизацией портовой инфраструктуры и обустройством пунктов пропуска через государственную границу Российской Федерации для обеспечения международного сообщения.

На втором этапе реализации Программы (2018-2025 годы) предусматривается тиражирование решений, одобренных на первом этапе в части дальнейшего развития сети территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) и реализации инвестиционных проектов.

Показателями достижения цели являются:

протяженность построенных и реконструированных автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, тыс. км;

количество населенных пунктов, обеспеченных круглогодичной связью с опорной сетью коммуникаций за время реализации программы, ед.;

количество железнодорожных линий и крупных объектов инфраструктуры, построенных в интересах реализации проектов комплексного развития территории, ед.;

количество введенных в эксплуатацию после реконструкции аэропортов и взлетно-посадочных полос региональных и местных воздушных линий, ед.;

авиационная подвижность населения на региональных и местных авиалиниях, км на одного пассажира в год;

количество объектов портовой инфраструктуры морского и речного транспорта.

Стратегическая цель государственной политики в области образования и задачи текущего этапа модернизации направлены на повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики и современным потребностям общества.

Качественные изменения произошли на рынке образовательных услуг Дальневосточного Федерального округа. Появление двух Федеральных университетов в 1934 г. – Северо-Восточного Федерального Университета им. М.К. Амосова в г. Якутске и Дальневосточного Федерального Университета в г. Владивостоке способствовало усложнению конкурентной среды. На сегодняшний день на рынке образовательных услуг Дальневосточного федерального округа действует

более 100 образовательных учреждений высшего профессионального образования.

Важнейшим показателем современного развития профессионального образования в регионе является продолжающееся сохранение дисбаланса между спросом на специальности и предложением от профессиональных систем образования. Этот дисбаланс проявляется не только на профессиональном (между спросом на гуманитарные, экономические специальности и вакантными местами высококвалифицированных рабочих), но и территориальном уровне (между предложениями городского и сельских рынков труда).

В настоящее время в экономике Дальнего Востока формируются новые секторы – нефтегазопереработка, автомобиле- и судостроение, самолетостроение. По прогнозам Министерства регионального развития предприятия новых отраслей к 2025 году будут формировать до 63,5% Валового Регионального объема. В связи с этим приоритетной задачей образовательных учреждений Дальнего Востока является подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров. Особое значение имеет деятельность вузов по организации системы и опережающего для решения проблем занятости и снижения безработицы.

Стратегическим направлением развития профессионального образования на Дальнем Востоке для российских вузов является взаимодействие с образовательными учреждениями и предпринимательскими структурами стран Азиатского Тихоокеанского региона (АТР). А задачей региональных вузов является не просто обеспечение социально-экономического развития региона, но ещё и вхождение в рынок трудовых ресурсов стран АТР, быть на нем конкурентоспособными как с образовательными программами, так и со своими выпускниками.

Чтобы оставаться успешными в рыночных условиях, университеты должны грамотно определить свою рыночную нишу, разработка которой гармонично дополнит научно-образовательную структуру Дальневосточного региона, в значительной степени сформированную федеральными университетами с учетом стратегических целей и задач развития регионов, приоритетов государственной научно-технической политики, имеющегося в университетах кадрового, управленческого и материально-технического потенциала.

**©Бондаренко М.В., Комаров Г.А., 2016 г.**

**УДК 304.2**

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ**

Орлова М., Белова В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время в большинстве вузов России сокращается объем преподавания гуманитарных дисциплин. «Чрезмерное внимание к техническим и профессиональным навыкам оставило мало времени на изучение искусств и гуманитарных наук, которые обогащают повседневную жизнь, помогают сохранить цивилизацию и развивать чувство человеческой общности».

Снижение уровня гуманитарной культуры среди молодых специалистов заставляет задуматься о дальнейших перспективах гуманитарного образования в российских вузах.

Академик Д. Лихачев предсказывал, что XXI век станет веком гуманитарной культуры. Он подчеркивал, что гуманитарная культура человека любой профессии определяется не только его пониманием искусства, а должна рассматриваться в широком, мировоззренческом контексте. Философия, искусство, религия, наука, мораль образуют контур человечности, который способствует воспитанию милосердия и толерантности. Без необходимого уровня общей культуры не получают должного развития точные науки, требующие большого интеллектуального напряжения, а проекты, осуществляемые без гуманитарной экспертизы, приводят к техногенным катастрофам [1, с. 106].

Гуманитарное образование способствует формированию человека в его целостности, а не просто специалиста.

Российская система высшего образования имеет свои традиции, уникальные черты, признанные в мире достижения.

Наряду с достоинствами традиционной отечественной системы образования, в ней имеется ряд недостатков:

- ориентация на выполнение жесткого государственного заказа,
- недостаточная гибкость общеобразовательных и профессиональных программ,
- слабая направленность на удовлетворение образовательных запросов личности обучающегося.

Общий недостаток реформ прошлых десятилетий – односторонняя направленность решений, стремление к достижению результата через



решение той или иной задачи, что, как правило, приводило к перекосам результативности всей системы.

При формировании основных направлений развития отечественной системы высшего образования следует учитывать как общие тенденции развития цивилизации, так и необходимость устранения недостатков действующей системы, а также сохранения лучших отечественных традиций.

Важными и перспективными направлениями развития образования в XXI в. являются:

- принцип непрерывного образования (согласование ГОС различных уровней образования, в том числе ПТУ, колледжа, вуза, структурирование отечественной системы послевузовской поуровневой доподготовки специалистов и др.);

- интеграция образования, науки и производства с целью разработки и практической реализации федеральных целевых программ, государственных научно-технических, отраслевых и территориальных программ;

- развитие форм международного сотрудничества вузов, которое значительно обогащает деятельность вуза, расширяет сферу интересов и практических результатов в науке, методической работе, подготовке кадров, способствует приобщению коллектива к мировой культуре;

- разработка и внедрение новых технологий обучения (методы, стимулирующие формирование навыков активного самостоятельного освоения материала, творческих навыков, активно развивающиеся компьютерные технологии и др.);

- мониторинг качества образования (например, создания экспериментальных площадок по разработке и внедрению систем управления качеством на базе высших учебных заведений и УМО) [2, с. 83].

Внедрение в учебную практику упомянутых выше, а также ряда других принципов и механизмов высшего образования позволяет рассчитывать на результативность реформирования системы образования в XXI в.

Проблемами, сдерживающими внедрение системы менеджмента качества в вузах, являются:

- отсутствие методологии ее создания, адаптированной к российскому образовательному стандарту;

- дефицит специалистов-разработчиков; негативная память об административном внедрении в вузах КС УКП;

- недостаток финансовых средств и знаний в области менеджмента качества, прежде всего, у высшего руководства вузов и недооценка

практической пользы от внедрения систем менеджмента качества в вузе [3, с. 18].

Симптомы, которые указывают на проблемы и недостатки в области качества образовательной деятельности, следующие:

1) нарушение принципа «точно в срок» (задолженности, неявки на экзамены и зачеты, нарушение сроков сдачи курсовых проектов и работ и т.п., подобное может наблюдаться и со стороны преподавателей вуза);

2) низкая удовлетворенность качеством образовательных услуг, предоставляемых студентам преподавателями вуза (в среднем на уровне 50%);

3) высокий процент результатов, оцениваемых как «удовлетворительные» и «неудовлетворительные» (может превышать 50%) и явно недостаточный процент повышенных оценок («хорошо» и «отлично»);

4) стабильность перечисленных факторов во времени или наличие тенденции их усугубления.

Есть три группы показателей качества, которые формируют удовлетворенность покупателя, в том числе и студента, качеством получаемого продукта (образовательных услуг): 1) базовые, 2) ожидаемые, 3) восхищающие. Если базовые показатели формируются, главным образом, программой курса и знаниями преподавателя по конкретной дисциплине, то ожидаемые и восхищающие формируются личностью преподавателя, умением заинтересовать студента и вовлечь его в процесс обучения. Две последние группы показателей являются наиболее важными для того, чтобы сформировать положительное восприятие дисциплины, ее полезность и важность для будущего и для формирования учащегося как специалиста. Результаты исследований данного вопроса с использованием статистических инструментов качества показывают, что для студента преподаватель – это главное действующее лицо образовательного процесса.

Анализ материалов международных и всемирных конференций, посвященных воспитанию и образованию подрастающего поколения, позволяет выявить неуклонно возрастающее внимание государств к развитию высшего образования [4, с. 75].

Никогда ранее так не ценилась роль знаний, как сегодня. Совершенно очевидно, что будущее за теми странами, которые смогут превзойти других в освоении новых знаний, научных достижений и трансформации их в современные технологии и продукцию.

Традиционные подходы к образованию, основанные на простой передаче знаний, не работают в нашем быстро изменяющемся мире. Только постоянное, непрерывное образование, проходящее через все его ступени, дающее знания, умения, воспитывающее понимание,

увеличивающее доступность и широко использующее новые телекоммуникационные средства и дистанционные методы, способно адаптировать человека к современному миру.

Стратегическая цель современного образования чрезвычайно актуальна – обеспечить гражданам право получения образования любого уровня на месте своего проживания или профессиональной деятельности. Данная цель достигается в русле мировой тенденции мобильного распространения знаний посредством обмена образовательными ресурсами.

**Список использованных источников:**

1. Высшая школа России: разнообразие форм, ресурсы, перспективы // Социологические исследования. 2006. № 8, - С. 106

2. Ивахненко Г.А., Голиусова Ю.В. Студенты об инновациях в системе высшего образования // Социологические исследования. 2002. № 9, - С. 83

3. Карпенко М.П., Жидко А.А. Роль высшего образования в построении цивилизации XXI века // Материалы Всерос. науч.-метод. конференции «Организация процесса обучения студентов в магистратуре. Проблемы и их решение», - С. 18

4. Левшина В.В. Развитие методологии создания системы менеджмента качества вуза // Университетское управление. 2003. № 2(25), - С. 75

©Белова В., Орлова М., 2016 г.

**УДК 005**

**УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ  
НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Ишмуратов Р.Р.

Дмитровградский инженерно-технологический институт –  
филиал НИЯУ «МИФИ»

В настоящее время в теории и практике управления качеством успешно развивается междисциплинарное направление – управление знаниями (УЗ), в рамках которого создаются результаты интеллектуальной деятельности и реализуются принятые решения на основе приобретения знаний из опыта и умений сотрудников и других источников, включая внешние.

Анализ материалов позволяет отметить, что формально управление знаниями можно определить как совокупность стратегических и оперативных усилий, направленных на увеличение и повышение эффективности использования интеллектуального капитала организации в

целях повышения результативности деятельности. Знания формируют интеллектуальный капитал организации, под которым понимается вся совокупность знаний, заключенных в документах, опыте, способностях и знаниях сотрудников и имеющих значение для развития и непосредственной деятельности организации.

Применение информационных технологий ускоряет обмен информацией, сокращает время на обработку данных, значительно увеличивает объем доступной информации, а также оптимизирует форму представления информации. В управлении знаниями следует выделить две стратегии, которые на практике сочетаются.

Стратегия персонификации в управлении знаниями направлена на диалог между специалистами, а не на процессы упорядочения, хранения, извлечения и использования объектов знаний. Знания тесно связаны с людьми, носителями этих знаний и роль компьютеров сводится к аппарату, помогающему сотрудникам осуществлять коммуникации друг с другом. Знание не кодифицируется, но аккумулируется в мозгах сотрудников и передается путем мозговых атак или диалогов. В этом случае достижение более качественных решений проблем возможно путем их тщательного обсуждения и продумывания.

Стратегия кодификации основывается на отработанной технологии выработки, идентификации, хранения и повторного использования знаний. Знания тщательно кодифицируются и заносятся в базы данных, откуда они могут быть в любой момент получены и использованы сотрудником организации. Кодификация знаний осуществляется на основе подхода «люди-к-документам»: документы разрабатываются сотрудниками, затем отчуждаются от сотрудников, а далее повторно используются другими сотрудниками. Объекты знаний описываются и структурируются в справочно-поисковых системах, что позволяет искать и извлекать знания без обращения к тем людям, которые его создали.

Тема создания и развития автоматизированных систем управления знаниями (СУЗ), реализующих комплекс функций работы со знаниями, занимает определенное место среди теоретических и практических исследований. Система управления знаниями – это информационно-программная система, главная цель которой – систематическое и целенаправленное поддержание процессов преобразования всех знаний на предприятии. Формирование СУЗ на программном уровне требует сопряжения отдельных программных систем в единую систему, ядром которой является некоторая база знаний [1].

Передача знаний и опыта между организациями формирует рынок знаний, для ориентации в котором создаются соответствующие инструменты. Гавриловой Т.А. в [2] приведена классификация

инструментов СУЗ, которая охватывает весь комплекс задач управления знаниями:

- анализ имеющейся в компании информации;
- извлечение, структурирование и формализация знаний (иначе, инженерия знаний);
- обмен и использование знаний;
- поиск информации по запросу;
- организация хранения;
- обучение;
- интегрированные системы обработки, объединяющие вышеперечисленные функции.

Исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий Gartner среди многообразия программных продуктов выделяет три категории, которые полностью поддерживают решение задач УЗ [3]: технологии доступа к информации (Information Access Technology); совместная работа и социально-ориентированное ПО (Collaboration and Social Software); системы управления контентом (Enterprise Content Management).

Среди отечественных программных продуктов, позиционирующихся как системы для поддержки УЗ, следует отметить несколько: «Галактика ZOOM», система DocsVision, система ЕВФРАТ-Документооборот.

«Галактика ZOOM» – инструмент для создания хранилища текстовой информации, который обладает уникальными возможностями для проведения эффективного поиска и аналитических исследований. По мнению независимых экспертов, данная система не имеет аналогов по функциональным возможностям и потенциалу. «Галактика ZOOM» позволяет производить мониторинг информационного пространства в границах, установленных пользователем. В системе реализована функция автоматизированного сбора информации. В качестве источников информации могут быть использованы: корпоративная информация из файловой системы; информация с почтовых серверов; информация из электронных СМИ; информация с интернет-сайтов и другие.

Система «DocsVision» также предназначена для задач управления документами и процессами, создает архивы документов, автоматизирует делопроизводство в организации.

Система «ЕВФРАТ-Документооборот» является комплексным решением по организации электронного документооборота на предприятии. Внедрение системы обеспечивает: систематизацию учета и хранения документов; оперативный доступ к документам и отчетной информации; управление процессами движения и обработки документов.

Применяя информационные технологии в управлении знаниями, современные предприятия оценивают знания и результаты

интеллектуальной деятельности как наиболее значимый ресурс, способный определить производительность и успешность организации. Программные средства УЗ позволяют перевести инфраструктуру знаний организации на новый материально-технологический уровень и превратить ее в мощный инновационный ресурс.

**Список использованных источников:**

1. Кудрявцев, Д.В. Системы управления знаниями и применение онтологий: Учеб. пособие / Д.В. Кудрявцев. – СПб. : Изд-во Политехнического. ун-та, 2010. – 343 с.

2. Гаврилова, Т.А. Модели структурирования и инструменты управления знаниями / Т.А. Гаврилова // Сборник докладов XI научно-практической конференции «Реинжиниринг бизнес-процессов на основе современных информационных технологий. Системы управления знаниями». – М. : МЭСИ, 2008. – С. 47-50.

3. Гаврилова, Т.А. Информационные технологии управления знаниями / Т.А. Гаврилова, Д.В. Кудрявцев // В кн.: Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. Под ред. Б.З. Мильнера. – М. : ИНФРА-М. – 2009. – С. 500-516.

©Ишмуратов Р.Р., 2016 г.

**УДК 009**

**РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ**

Кузнецова А.В.

Ставропольский государственный аграрный университет

Аннотация: в статье рассматривается отношение к управлению знаниями в различных ситуациях, обществах, а также раскрывается суть управления знаниями в организационной экономической среде. Большое внимание уделяется рабочему персоналу и отдельной личности в целом на предприятии, как носителю и управленцу информацией.

В современном мире, сформированном на народно-хозяйственных услугах, господствует усиление образования и передачи данных и познаний, непрерывно увеличивается значимость производственных навыков. Продуктивное образование и усовершенствование умений представляется в виде циклического механизма одного из аспектов функционирования внутриорганизационных процессов. Поэтому, новым организациям необходимо быть предрасположенными к непрерывному коллегиальному просвещению, в том числе эффективно решать возникающие затруднения и деформации в стратегии изменения курса политики предприятий. Необходимо ценить персонал и их навыки и

умения в роли основного средства к увеличению конкурентоспособности, а также первопричину улучшения производительности труда.

На современном этапе, в условиях воздействия большого количества факторов на общественную и экономическую жизнь, устойчивость предпринимательской деятельности имеет прямую зависимость от своей конкурентоспособности. Организации больше не уверены в том, что те продукты в совокупности с услугами, которые они производили, смогут и дальше гарантировать эффективные результаты. Даже сдерживание ценообразования и расширение ассортимента предлагаемых товаров, новшества предстают основополагающей причиной стойкости предприятий, причем именно знания являются первоисточником новшеств. Те организации, которые имеют достойный уровень знаний, более устойчивы и могут интерпретировать свои умения в различных сферах под разными углами.

В организациях отношение к сотрудникам зависело и от типа социума, в котором оно существовало и совершенствовалось. В промышленном социуме с масштабным производством рабочий человек представлял из себя лишь средство производства, без всех тех качеств, которым по сути обладает личность. Затем, превращаясь в информационный социум, и двигаясь в персонализационное производство, работник превращался в носителя знаний и информации, которую способен осуществить на деле, применяя свои навыки. Там, где знания и умения представляют собой основополагающие аспекты, у людей возникает стимул к постоянному просвещению и непрерывному усовершенствованию полученных навыков. Причем, именно в такой ситуации появляются свежие задумки, позднее претворенные в жизнь при создании новейших продуктов и услуг, или же усовершенствовании имеющихся.

В информационном сообществе модифицируется также как отношение к персоналу, так и к самой организации, которая более динамична и способна подстроиться к внешним условиям воздействия. В постиндустриальном сообществе необходимо обладать знаниями и навыками в их применении на деле, так как это достаточно сложно возобновимый и копируемый процесс. Путь формирования новшеств имеет прямую зависимость от обладаемых знаний и превращения их в ценностную соразмерность, а также преобразование в материальную вещь. Создание предмета координации знаниями – причина эффективности функционирования сегодняшних предприятий. Стратегическое управление в современном бизнесе представляет собой процесс эволюции организационной тактичности, помогающей развиваться системе формирования, обработки и передачи данных. Управления данными – искусство накапливать и применять то, чем обладает персонал, с задачей

выработки новых изделий и услуг, а также осуществлении результативной и общественно закрепленной деятельности.

Более известными целями в управлении знаниями выступают обмен и передача с возможностью вторично воспользоваться этими знаниями и, соответственно, задействовать в жизни. Именно это помогает бизнес-процессам, пользуясь имеющимся багажом знаний и опыта, создавать конкуренцию, подталкивая к улучшению новшеств.

Главной задачей управления знаниями в организации является трансформация знаний персонала в ключевой перевес. На современном этапе именно сотрудники с накопленными знаниями определяют уровень конкуренции. Интеллектуальное просвещение людей и управление навыками и знаниями выступают главными причинами значимых достижений в сегодняшнем мире.

Функционирующие на данный момент организации являются такими, которые формируются на знаниях персонала, в совокупности со стремлением к обучению и повышению своего уровня интеллекта, дабы осуществить надлежащую деятельность на предприятии. Как следствие, такие организации приспособлены к становлению даже в условиях воздействия кризиса, минуя опасность, и совершенствуя опыт своих подчиненных циклическим обучением.

Важнейшей первопричиной успешного существования современной организации приходится предельно затруднительно воспроизводимые и неиссякаемые знания, в совокупности с умением ими распоряжаться. На эффективное действие аспектов управления данными возможно влияние взаимоотношения начальства к сотрудникам, реальная критика их профессионализма и квалификации. Сотрудники представляют собой важнейшую часть в механизме по применению знаний и управлению навыками, так как они постепенно собирают умения в своем багаже знаний, впоследствии применяя их для эффективного результата работы в организации.

Именно способность умело манипулировать своими знаниями заставляет сотрудников формировать плодотворную среду для прогресса современного интеллектуального пространства в организациях и предприятиях. Управление знаниями и навыками предстает в роли основополагающей научно-технического потенциала и прогресса инноваций.

Пункты манипулирования интеллектуальными ресурсами в виде создания новых идей, механизмы управления навыками, стратегия стимулирования и побуждения к неизведанному, а также совершенствование методик обучения воздействуют на все сферы жизни и деятельности, а главное на инновации и результативность, в совокупности с конкуренции в современной жизни.



**Список использованных источников:**

1. «Управление знаниями. Как превратить знания в капитал»  
Гапоненко А.Л., Орлова Т.М., «Эксмо», 2008 г.

©Кузнецова А.В., 2016 г.

**УДК 004.8****СОДЕРЖАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ  
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Раков Н.О.

Димитровградский инженерно-технологический институт –  
филиал НИЯУ «МИФИ»

Термин «знание» широко используется в образовании, науке и в других сферах человеческой деятельности. Информация и знания взаимозависимые категории, поскольку информация является потоком сообщений, а знания создаются из этого потока. Для знания информация выступает средой сохранения и распространения, из которой посредством интеллектуальной работы выделяется знание [1].

Основными задачами системы управления знаниями (СУЗ) высшего учебного заведения являются: выявление и сохранение имеющихся знаний, в том числе результатов интеллектуальной деятельности (РИД); обеспечение интенсивного обращения знаний при помощи средств, способствующих эффективному взаимодействию сотрудников структурных подразделений образовательной организации и обучающихся; обеспечение сотрудников и обучающихся информацией и знаниями для решения образовательных и научных задач; создание условий для коммерческого использования результатов интеллектуальной деятельности, полученных в результате научно-педагогической деятельности.

Данные задачи позволяют определить подсистемы управления знаниями СУЗ: управление структурными подразделениями организации; управление научно-технической и методической информацией; управление результатами интеллектуальной деятельности.

Основой управления знаниями в образовательной организации является процесс формирования и обмена знаниями, который заключается в выявлении источников информации, в их изучении, структурировании и преобразовании информации в знания, а также их воспроизведение, что реализуется в первой подсистеме «Управление структурными подразделениями организации».

Первым и основным источником знаний являются преподаватели, сотрудники и обучающиеся. Вторым источником знаний выступает

образовательные стандарты и программы, в соответствии с которыми формируются профессиональные знания. Третьим источником знаний являются компьютерные системы, которые накапливают, хранят, используют знания, а также обеспечивают эффективную коммуникацию.

Стратегия формирования знаний предусматривает углубление накопленных и генерирование принципиально новых знаний и непрерывное их усовершенствование. Создание новых знаний происходит при выполнении фундаментальных и прикладных НИР.

Стратегия обмена знаниями особое внимание сосредотачивает на систематическом обмене знаниями – получении, структурировании, хранении, использовании их с целью четкого и своевременного распределения между обучающими и обучаемыми.

Наиболее эффективным способом распространения информации и приобретенных знаний является систематический обмен ими. Проведение разнообразных научных мероприятий позволяет развивать творческий потенциал преподавателей, сотрудников и обучающихся, обуславливая эффективное распространение информации и приобретенных знаний.

Подсистемой «Управление научно-технической и методической информацией» обеспечивается сбор, систематизацию и хранение, использование научно-технической и научно-методической информации. Объектами подсистемы служат: нормативные документы, стандарты, образовательные программы, учебные планы, рабочие программы и фонды оценочных средств; учебные пособия и монографии, методические разработки; отчеты об исследованиях и разработках, отчеты практик; доклады и публикации.

К основным процедурам управления информацией относятся сбор и обработка, её хранение, извлечение и распространение, а также управление их систематизацией. Для обеспечения данных процедур необходимо использовать технологии: базы данных, библиотеки документов, средства извлечения, структурирования и интеллектуального анализа данных и информации.

Подсистема «Управление результатами интеллектуальной деятельности» направлена на обеспечение выявления РИД и их правовую охрану, а также создание условий для вовлечения РИД в коммерческий оборот. К числу задач управления РИД, решение которых осуществляется с использованием средств СУЗ, следует отнести: создание системы учета сведений о РИД; информационное обеспечение процессов управления РИД; разработка целостной системы локальных нормативных актов, позволяющей регулировать процессы, связанные с созданием и правовой охраной РИД.

В образовательной организации знания создаются, распространяются и воплощаются в научно-методических трудах сотрудников и

обучающихся. Объектами являются результаты интеллектуальной деятельности, которым предоставляется правовая охрана (научно-методические произведения, программы для ЭВМ, базы данных, изобретения, полезные модели, секреты производства (ноу-хау), промышленные образцы, конструкторская документация, результаты научно-технических услуг).

Основные процедуры этого блока: идентификация РИД; защита интересов организации в области интеллектуальной собственности; мониторинг РИД. Для поддержки процедур подсистемы необходимо использовать базы данных РИД; информационную систему управления ими; библиотеки документов, содержащие нормативное обеспечение, включая локальные нормативные акты организации; информационные базы международных патентных ведомств, Федерального института промышленной собственности.

#### **Список использованных источников:**

1. Огородников, П.И. Особенности организации системы управления знаниями в научно-исследовательской организации / П.И.Огородников, С.А. Извозчикова // Сборник «Проблемы развития инновационно-креативной экономики». – 2009 – С. 722-740.

©Раков Н.О., 2016 г.

### **УДК 330**

## **ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Соловьева Ю.О., Квач Н.М.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время общество существует на пике глобализации, источниками которой являются научно-технический прогресс, создание огромного количества транснациональных компаний, а также объединение культурных традиций разных стран. В таких условиях происходит обострение конкурентных отношений между людьми, и появляется разрыв между квалифицированными и неквалифицированными работниками. И, как следствие, неквалифицированные работники, выполняя большой объем физической работы, зарабатывают гораздо меньше, нежели работники с квалификацией. С одной стороны, данная ситуация несправедлива, ведь тяжелый труд должен оплачиваться по достоинству, а с другой стороны, этот факт дает определенный сигнал обществу соответствовать инновациям и при этом получать достойную оплату труда, тем самым мотивируя общество к обучению новым навыкам и технологиям, ведь знания – это инвестиции в профессиональное будущее

работника, особенно в период глобализации. Но, несмотря на значимость знаний, организации довольно редко оплачивают дополнительное обучение сотрудников, тем самым возникает несоответствие квалификации работников уровню технологий, а это, в свою очередь, является ограничивающим фактором в развитии экономики. Такая проблема связана с использованием и управлением знаниями, поэтому основная цель экономики, основанной на знаниях – увеличение инвестиций в человеческий капитал путем повышения квалификации, что позволяет достичь высокого экономического роста [1, с. 145].

На этапе развития современной экономики возникает термин «экономика знаний», который в настоящее время используется не только для обозначения сектора экономики, но и для определения ее типа, где решающая роль знаний заключается в создании и использовании источников для повышения конкурентоспособности организаций, регионов и стран. Сама по себе экономика знаний решает такие задачи как: необходимость общества быть основанным на знаниях; количество и качество вложенных инвестиций в образование должны давать отдачу на уровне государства, работодателя и работника; важность осуществления последовательной стратегии в доступности непрерывного обучения [6].

Наряду с «экономикой знаний» одновременно развивается и управление знаниями или по-другому «менеджмент знаний», который представляет собой синтез технологических, организационных и поведенческих составных управления. Понятие «управление знаниями» впервые было введено К. Виигом, а многообразие толкований этого понятия вскоре привели к возникновению концепций управления знаниями. Многие ученые имели довольно разнообразные представления в отношении содержания, сущности и направления развития деятельности по управлению знаниями, в связи с этим возникла эволюция их теоретических представлений. Например, Элвин Тоффлер в свое время считал, что информационное общество – это не только технологии, но и социальные, моральные, культурные и политические отношения, которые характеризуют переход от «экономики грубой силы» к экономике, основанной на знаниях [5]. Л. Эдвинссон же определял человеческий капитал как интеллектуальные способности персонала организации, которые рассматривались в виде необходимого условия конкурентоспособности компании. Следует отметить, что среди большого числа концепций и моделей управления самыми известными являются модели И. Нонака, Г. Хедлунда, М. Эрла, Д. Сноудена и т.д., но, тем не менее, разнообразные положения управления знаниями тем или другим образом взаимосвязаны между собой.

Как следствие того, что общество и экономика непрерывно меняются и модернизируются, происходит формирование прогрессивной

организационной структуры, которая позволяет в современных условиях по максимуму использовать возможности знаний. Следовательно, возникает большое число организаций, которые основываются на новых подходах к управлению человеческими ресурсами и знаниями [4, с. 76]. Это приводит к созданию организаций с минимальным числом уровней между руководителями и исполнителями, тем самым упрощаются их взаимосвязи, становится возможным использование коллективных знаний и превращение их в корпоративный капитал. На примере организации, для достижения успеха в современном обществе необходимо в совершенстве обладать важными составляющими в области знаний: системное мышление, заинтересованность каждого члена организации в бизнес-процессе, умение работать с «ментальными моделями», сплочение различающихся интересов коллектива во благо общей цели и способность уметь слушать своих коллег. Безусловно, если хотя бы одна составляющая перестанет быть устойчивой, то организация не сможет эффективно использовать накопленные знания. По мере развития общества так же возникает необходимость и в создании новых знаний, их обмена и сохранения. Важно отметить, что управление знаниями включает такие виды деятельности, как генерирование знаний, их формализация, хранение, распределение, координация и контроль. И для того, чтобы собрать в единое целое системы управления знаниями, организации и общество в целом используют знакомые всем технологии: информационно-поисковые системы, электронная почта, корпоративные сети и интернет-сервисы, базы и хранилища данных и т.п.

Один из источников оценки экономики, основанной на знаниях – программа «Знания для развития» Всемирного банка. На основе расчета структурных и качественных показателей, предложенных Всемирным банком, определяется комплексный показатель – индекс экономики знаний, используемый для оценки слабых мест в научно-технической и инновационной политике стран мира. В 2012 году Россия занимала 55-е место в данном рейтинге. По оценкам Всемирного экономического форума определяется индекс конкурентоспособного роста, который рассчитывается, исходя из ряда индексов, и оценивает способность национальной экономики к устойчивому росту в долгосрочной перспективе [2, с. 25]. Что касается России, из всех частных индексов самым низким является индекс качества государственного регулирования в сфере информационных и телекоммуникационных технологий. Из других данных, представленных национальными статистическими организациями, следует, что Россия занимала 7-е место по общим затратам на исследования и развитие науки, при этом расходы на образование в консолидированном бюджете в 2012 году составляли 10,9% [3, с. 19]. В 2015 году расходы на образование составили всего лишь 405,54 млрд. руб.

или 9,6% от общего объема консолидированного бюджета [8]. В целом за три года произошло снижение объемов финансирования сферы образования в 6,3 раза. Такое снижение происходит вследствие кризиса. Также необходимо отметить и то, что Россия расходует на образование намного меньше не только развитых, но и развивающихся стран. Этот показатель по отношению к ВВП в 5,5 раз меньше, чем в Германии, в 10 раз меньше, чем в Японии, и в 25 раз меньше, чем в США [7]. В связи с представленными статистическими показателями, на сегодняшний день роль России на мировом инновационном рынке довольно невелика; в то же время в большинстве других стран именно экономический рост определяет инновационное развитие.

В настоящий момент в мире четко прослеживается деление стран на два типа: страны, имеющие достаточно высокий уровень развития знаний; страны с низким уровнем развития и слабым интересом к науке. Следовательно, для построения конкурентоспособной экономики, основанной на знаниях, Россия должна сосредоточиться на таких направлениях: совершенство условий для развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), развитие информационного общества, создание возможностей для частного предпринимательства. Для развития того же общества экономики именно знания являются основным фактором, как когда-то была земля, ресурсы и материальные богатства, но, к сожалению, экономика знаний в России не торопится стать основной экономической моделью. Недостаточное финансирование сфер экономических знаний влечет за собой неполноценную подготовку квалифицированных работников страны. Рост таких работников порождает безработицу, которая расширяет глобализацию, тем самым, увеличивая разрыв между развитыми и развивающимися странами. Экономика России и так переживает кризис за кризисом, поэтому для борьбы с такими отрицательными явлениями необходимо увеличить инвестирование в человеческий капитал во всех областях.

#### **Список использованных источников:**

1. Ивинская И.И. // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Экономика, основанная на знаниях, как закономерный этап развития общества. – 2012. - №2 (том 106). – с. 142 – 146.
2. Орлова Т.М., Гапоненко А.М.: Отдельное издание: Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. / Полный курс МВА / Эксмо, 2008. – 400 с.
3. Плаксий С.И. // Знание. Понимание. Умение. Инвестиции в образование. – 2015. - №3. - с. 18 – 29.

4. Просвирина И.И., Тащев А.К. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. Экономика знаний и современные тенденции использования труда в России. – 2014. - №1 (том 8). – с. 73 – 79.

5. Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. – М.: «Издательство» АСТ, 2008. – 557с.

6. Тхакушинов А.К. // Новые технологии. Управление знаниями в современных экономических системах. – 2013. - №1.

7. Информационный портал Института статистических исследований и экономики знаний НИИ ВШЭ [Электронный ресурс] // URL: <https://issek.hse.ru/press/166405474.html> (дата обращения: 20.11.2015).

8. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] // Структура расходов. URL: [http://info.minfin.ru/kons\\_rash.php](http://info.minfin.ru/kons_rash.php) (дата обращения: 01.03.2015).

©Соловьева Ю.О, Квач Н.М., 2016 г.

#### **УДК 378.1**

### **МОДЕРНИЗАЦИЯ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ НА ОСНОВЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ТЕНДЕНЦИЙ**

Соломяный Р.Н.

Московский государственный университет «СТАНКИН»

В условиях современного информационного общества в мировой сфере образования наблюдаются характерные тенденции к информатизации, оптимизации и упрощению процессов благодаря развитию веб-технологий. Эти тенденции видоизменяют функциональную роль и выработанные методологии системы образования и придают ей характер виртуально-социального института. Постоянная глобализация всех сфер общественной жизни ставит задачу создания непрерывного образования и повышения квалификации населения жизненной необходимостью.

Однако, вместо своевременной разработки ресурсов и технологий, обеспечивающих потребности социума, образовательная сфера находится в состоянии постоянного отставания. Процесс модернизации систем коммуникаций, учитывая переход функционирующей формы обучения от традиционной к электронной форме, является сложным и болезненным из-за неготовности высших учебных заведений к подобным кардинальным изменениям. В процессе совершенствования подобной аналитической систематизации информации важную роль играют социологические

методы, системный анализ, информатика, инноватика и новейшие технологии.

В быстро развивающемся обществе уже невозможно ориентироваться на то, что мы имеем сегодня. Всё более важным фактором эффективного развития является ориентация на будущее. Крупнейшие мировые компании выстраивают прогнозирование на несколько лет вперёд: планируют разработку технологий на пять, десять и более лет, чем и обеспечивают свою актуальность в будущем.

На данный момент ускоренные темпы развития технологий напрямую затрагивают и образовательные процессы, так как образование является социальным процессом, задача которого подготовить специалистов и дать им необходимые специальные знания и навыки. В связи с этим одной из главных проблем, препятствующих процессу актуализации образования, является время, затраченное на предварительную подготовку новых программ, разработку методических материалов и переподготовку преподавателей (что занимает не менее года), а также время на обучение специалистов (от 4-х до 6-ти лет). В итоге от момента запуска обновления учебных программ до получения готовых специалистов, проходит минимум шесть лет, что в современных условиях весьма критично, так как за это время технический прогресс успевает уйти гораздо дальше, делая эти учебные программы уже совершенно не актуальными и несоответствующими новым реалиям и стандартам.

Особо острое отставание существует у отечественных ВУЗов. Не смотря на то, что наши высшие учебные заведения имеют колоссальный потенциал за счёт высокого качества фундаментальной базы, они практически не способны реализовывать конъюнктурные задачи. Особенно явно эта проблема просматривается при выпуске специалистов, знания которых не соответствуют требованиям работодателей, что приводит к затруднениям при трудоустройстве и к вынужденной переподготовке молодых специалистов.

В качестве мер, способных сократить разрыв отставания образовательных программ от актуальных задач можно выделить ряд следующих ключевых этапов:

Создание центров прогнозирования, занимающихся исследованием тенденций и потенциальных задач образования, создание центров, поддерживающих развитие образа ВУЗа в Интернете (идентификация в веб-среде, создание положительного образа отечественного ВУЗа, как современного и эффективного);

Фундаментальная модернизация веб-ресурсов высших учебных заведений, разработка единых веб-платформ, с внедрением новейших методик обучения с применением веб-технологий (интерактивные и мультимедийные технологии), которая позволит как автоматизировать



часть задач образовательной деятельности, так и сделать процесс обновления учебных программ более гибким и простым [5];

Активное внедрение платформ для обеспечения дополнительных подготовительных курсов на базе ВУЗов с привлечением работодателей, таких, как испанская веб-платформа Fundecor, и подобных систем, помогающих грамотно и эффективно простроить путь студентов к их работодателям начиная с первого курса;

Внедрение кроссплатформенных приложений и платформ для институционального репозитория (DSpace, OpenDOAR), предоставляющих безграничные информационные возможности, как для студентов, так и для сотрудников ВУЗов [6, 7, 8];

Всестороннее содействие и поддержка развития электронного обучения с использованием модульной объектно-ориентированной динамической обучающей среды (Moodle, ILIAS, Wikiversity).

Преимуществом коммуникаций электронного типа является возможность сочетания различных типов информации, включая интерактивные технологии, что расширяет возможности методик образования, создавая единое мультимедийное пространство, повышающее удобство работы, несмотря на многовекторность информации, которая может в нем храниться.

В процессе внедрения новых технологий в ВУЗах важную роль будут играть «Центры прогнозирования», задача которых будет в отслеживании тенденций, в оперативном информировании других структур высших учебных заведений, в подборе и внедрении технологий в процессы образовательной деятельности. В рамках своей деятельности подобные центры будут использовать все доступные методы прогнозирования: методы экстраполяции, футурологическое моделирование, индукционные методы, исследование трендов, опросы экспертов и многие другие. Прогнозирование потребностей образовательной системы, как некой субъективной системы, отражающей потребности практически всех сфер жизнедеятельности человека, также может быть построено на более тесном сотрудничестве с инновационными отделами предприятий, которые в свою очередь уже достаточно плотно занимаются изучением потребительского спроса, тенденций к росту/спаду тех или иных социальных потребностей.

Однако стоит учитывать тот факт, что, прогнозируя будущее, мы не только предсказываем, но и создаём его, ведь проектная футурология по своей сути направлена не на описание будущего, а на его создание. Примерами такого прогнозирования являются «Государство» Платона или коммунистические идеи, которые не описывали ни вероятность наступления тех или иных событий, ни время и место их наступления. Вместо этого в процессе создается идеальный образ, к которому должна

стремиться эволюция [2]. В связи с этим на систему образования ложится очень сложная и серьёзная задача: правильное формирование нашего будущего, а также влияние на систему наших ценностей, что обеспечит технологическую сингулярность – гипотетическую точку во времени в ближайшем будущем, в которой ускорение прогресса приводит от количественного к качественному переходу.

Таким образом, процесс изменения образовательных методик и их модернизация являются важнейшей и необъемлемой частью процессов эволюции человечества. Глобальные мировые тенденции будут порождены локальными внедрениями новаторских разработок на базе высших учебных заведений, и эта гонка инноваций предполагает достаточно жёсткие последствия для образовательных систем, которые могут приводить к закрытию большого количества ВУЗов, не успевающих адаптироваться под условия новых реалий.

Поэтому на сегодняшний день очень важно обеспечить отечественные ВУЗы наличием необходимых веб-ресурсов и повысить доступность информации и возможность обмена, сокращая временные затраты на поиск необходимой информации, систематизируя информационные массивы, которые в дальнейшем можно использовать для анализа и прогнозирования программ развития образования.

Подобные проекты уже начинают зарождаться в странах СНГ, однако, «Центрам», обеспечивающим развитие таких программ, всё ещё не уделяется должного внимания и финансирования, в силу того, что проблемы кризиса современного образования до сих пор пытаются решить преимущественно глобальными методами с помощью единых реформ, несмотря на то, что данный вопрос требует сложных локальных решений, поэтапно принятых внутри ВУЗов. Таким образом, кризис образования можно преодолеть с помощью грамотно принятых внутренних решений, реструктуризации, модернизации и автоматизации на основе инновационных технологий.

#### **Список использованных источников:**

1. Найденова, Л. И. Научные исследования российской системы образования в начале XXI в. [Текст] / Л. И. Найденова // Социосфера. – 2011.

2. Футурология. XXI век: бессмертие или глобальная катастрофа? / А. В. Турчин, М. А. Батин. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 263 с.

3. Бестужев-Лада И. В. Социальное прогнозирование. Курс лекций. М.: Педагогическое общество России, 2002.

4. Медведев Д. А. Конвергенция технологий как фактор эволюции // Диалоги о будущем. М.: УРСС, 2008.

5. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Система\\_управления\\_обучением](https://ru.wikipedia.org/wiki/Система_управления_обучением)

6. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Dspace>
7. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/OpenDOAR>
8. URL: <http://www.opendoar.org/>

©Соломяный Р.Н., 2016 г.

**УДК 541.124**

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МАРШРУТА  
ОБУЧАЮЩЕГОСЯ  
КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ  
СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

Косякова С.А.

Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского

В документах, посвященных модернизации российского образования, ясно выражена мысль о необходимости смены ориентиров образования с получения знаний и реализации абстрактных воспитательных задач к формированию универсальных способностей личности, основанных на новых социальных потребностях и ценностях.

Достижение этой цели прямо связано с индивидуализацией образовательного процесса, что вполне осуществимо при условии обучения детей по индивидуальным образовательным маршрутам. Проблема построения индивидуального образовательного маршрута ребенка в процессе образования в последнее время активно рассматривается в педагогической науке и практике отечественными учеными (В.П. Беспалько, Л.В. Байбородова, А.П. Тряпицина, И.С. Якиманская и др.). Анализ психолого-педагогической литературы показывает, что нет единого мнения о понятии «индивидуальный образовательный маршрут», мнения авторов в данном вопросе расходятся. Мы склоняемся к тому, что под индивидуальным образовательным маршрутом понимается замысел ребенка относительно его собственного продвижения в образовании. Это проект, который конкретизирует образовательную программу и планы обучающегося [1].

Больше всего возможностей для осуществления индивидуализированного обучения детей есть в дополнительном образовании, где создаются все необходимые условия для проектирования индивидуальных образовательных маршрутов в окружающем индивидуальном пространстве ребенка. При этом особая роль отводится педагогу дополнительного образования, который должен быть высококвалифицированным профессионалом в области проектирования,

разбираться во всех вопросах, но в тоже время быть и профессиональным педагогом [2]. Следовательно, он должен владеть рядом компетенций, предъявляемых сегодня к этой группе профессиональных работников квалификационными характеристиками, профессиональными стандартами, ФГОС СПО и ВО. Но в действительности этого не происходит.

Большинство педагогов понимают важность и значимость построения индивидуального образовательного маршрута вместе с обучающимся, но мало кто владеет данной технологией и использует ее на практике. Для того чтобы глубже разобраться в данном вопросе, было проведено исследование среди педагогов дополнительного образования города Ярославль, цель которого заключалась в изучении готовности педагогов организации к проектированию и использованию индивидуального образовательного маршрута в образовательной деятельности. По результатам проведенного исследования можно сказать, что большинство педагогов имеют представление о понятии индивидуальный образовательный маршрут, из каких компонентов состоит, какие элементы включает (75%). Всего в практической деятельности 15% опрошенных используют индивидуальный образовательный маршрут, 50% респондентов планируют в будущем применять в профессиональной деятельности. Среди педагогического состава 20% педагогов владеют информацией об основах проектирования индивидуального образовательного маршрута детей. Недостаточно владеют информацией 50% опрошенных, и 5% совсем не владеют информацией по данному вопросу. К проектированию индивидуального образовательного маршрута готовы 40% педагогов, объясняя это тем, что в процессе проектирования происходит обогащение опыта, появляются новые знания, умения, навыки, формируются профессионально значимые компетенции. Около 60% педагогов не готовы заниматься данной деятельностью, ссылаясь на отсутствие методической поддержки, банка материалов по вопросу проектирования индивидуальной образовательной деятельности и нормативных документов, регламентирующих данный процесс.

В результате проведенного анкетирования мы выяснили, что у педагогов возникают трудности в теоретических и практических аспектах проектирования индивидуального образовательного маршрута обучающегося, в связи с этим возникает необходимость формирования у них знаний, умений и опыта в области организации индивидуальной образовательной деятельности. Встает вопрос о совершенствовании системы, характера, содержания и методов повышения квалификации педагогов дополнительного образования в парадигме индивидуализации.

На основании вышеизложенного мы выделили одну из главных целей подготовки педагога дополнительного образования: формирование

компетентностного, социально устойчивого профессионала в области проектирования педагогического процесса с учетом принципов индивидуализации [3]. Отсюда вытекает основная задача – оказание содействия в развитии профессиональной компетенции педагога, особенно в освоении им нового и реализации этого нового в собственной практике.

В Ярославском государственном педагогическом университете имени К.Д. Ушинского в образовательной программе по направлению «Педагогическое образование» выделен профиль «Дополнительное образование», в рамках которого осуществляется подготовка кадров для системы дополнительного образования детей. В обозначенной образовательной программе практически все учебные дисциплины предусматривают включение студента в процесс проектирования собственной образовательной деятельности. В рамках изучения курсов происходит ознакомление будущих педагогов с основными проектами индивидуализации: индивидуальный маршрут, индивидуальная образовательная программа, индивидуальная образовательная траектория.

Также в ЯГПУ им. К.Д. Ушинского действует факультет дополнительного профессионального образования – факультет дополнительных возможностей, предоставляющий возможность повышения квалификации педагогического состава за счет прохождения курсов и освоения дополнительных образовательных программ. Так, ежегодно в стенах педагогического университета на базе межрегионального ресурсного центра по поддержке одаренных детей и подростков проводятся курсы повышения квалификации для специалистов в области проектирования индивидуальной образовательной деятельности, в рамках которых осуществляется знакомство с технологией индивидуального образовательного маршрута.

На курсах педагоги подробно изучают алгоритм разработки индивидуального образовательного маршрута обучающегося, изучают его структурные элементы. Разбирают условия, необходимые для осуществления данной деятельности. В качестве основной формы проведения используется формат деловой игры, таким образом, происходит отработка полученных теоретических знаний на практике. Участники самостоятельно разрабатывают собственный проект (индивидуальный образовательный маршрут) под конкретную ситуацию своей образовательной организации, конкретного ученика, имеющего потребность в использовании индивидуального образовательного маршрута для достижения поставленной цели. Маршрут должен быть построен и спроектирован с учетом изученного материала, соблюдая последовательность и точность этапов. В дальнейшем происходит защита проекта, оставшиеся участники выступают в качестве экспертов.

Повышение квалификации работников системы дополнительного образования возможно, непосредственно, и на базе образовательной организации. Осуществлением повышения образовательного уровня педагогического состава занимается, как правило, отдел методической службы учреждения. Так, в МОУ ДОД ДЮЦ «Лад» г. Ярославля сотрудниками центра ежегодно организуются семинары-практикумы, круглые столы, пресс-конференции по вопросам проектирования индивидуального образовательного маршрута обучающихся.

Таким образом, для эффективного осуществления подготовки педагогов к проектированию индивидуального образовательного маршрута обучающегося необходимо:

- систематически повышать уровень развития профессиональных компетенций в рамках прохождения педагогами курсов повышения квалификации и переподготовки;
- стимулировать педагогов к участию в создании стажерских и экспериментальных площадок, связанных с индивидуализацией образовательного процесса для обогащения практического опыта, повышения уровня профессионального развития;
- активно взаимодействовать с различными образовательными организациями для обмена опытом по вопросам проектирования индивидуальных образовательных маршрутов.

Все направления, обозначенные выше, способствуют, на наш взгляд, развитию профессиональной компетентности педагогов, сформированные умения позволят им успешно проектировать и реализовывать совместно с обучающимися и родителями индивидуальные образовательные маршруты в системе дополнительного образования детей.

#### **Список использованных источников:**

1. Байбородова Л.В. Индивидуализация образовательного процесса в школе: монография. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2011.- 281с.
2. Золотарева А.В., Мухамедьярова Н.А., Пикина А.Л., Тихомирова Н.Г. Концептуальные и организационные основы дополнительного образования детей: учебное пособие / под ред. А.В. Золотаревой.- Ярославль: РИО ЯГПУ, 2014,- 419 с.
3. Концепция и модели подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы дополнительного образования детей: коллективная монография/ под науч. ред. А.В. Золотаревой.- Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014.- 443 с.

©Косякова С.А., 2016 г.

УДК 658.336

## РОЛЬ ФОРМАЛЬНЫХ И НЕФОРМАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ

Данилевская Н.О., Смирнова Е.В.  
Костромской государственной университет

Знания всегда были неотъемлемой частью жизни каждого человека. Человечество вступило в «стадию построения информационного общества», которая характеризуется процессами глобализации, изменением механизмов конкуренции, увеличением объемов информации, необходимой для принятия решений, внедрением информационных технологий. Знания становятся основным источником конкурентных преимуществ личностей и организаций [2].

Наиболее часто под управлением знаниями понимают любые процессы и принципы, связанные с созданием, приобретением, распространением, обменом и использованием знаний. В некоторых определениях подчеркивается, что это процесс приобретения коллективного опыта для его дальнейшего всестороннего использования компанией там, где он может оказаться полезным для достижения наивысшей отдачи [3]. Процесс создания системы управления знаниями включает несколько этапов (рис. 1).

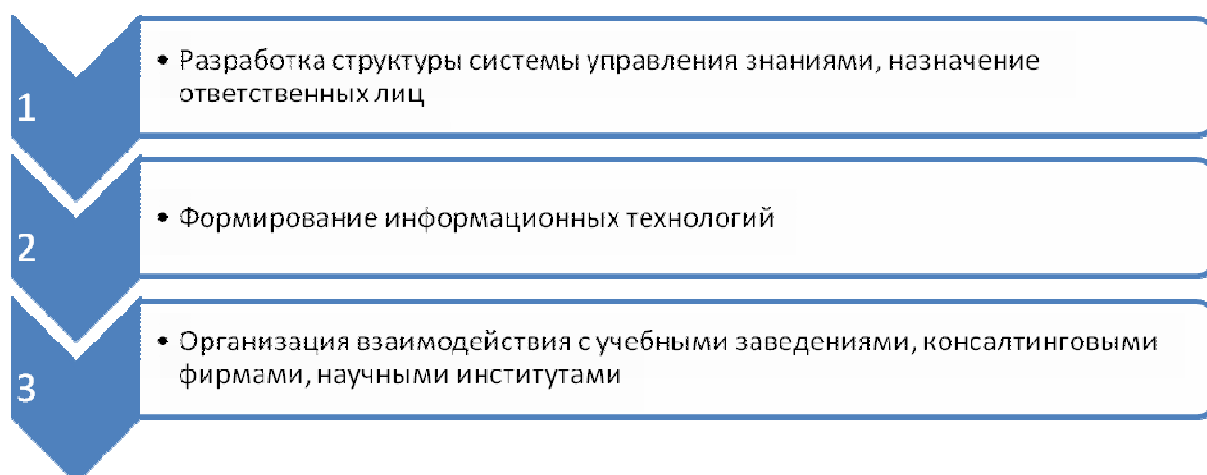


Рисунок 1 – Процесс построения системы управления знаниями в организации

Как видно из рис. 1, система управления знаниями включает в себя взаимодействие персонала, использование процессов и технологий, что позволяет организации сформировать ресурсы знаний, коллективный опыт, организовать обмен знаниями и обеспечить их сохранение.

Система управления знаниями отвечает на 3 вопроса:

1. Как создаются и обновляются знания?
2. Как они распространяются, легко ли их получить?
3. Как они хранятся и защищаются [1].

Исходя из этого, принято выделять основные функции системы управления знаниями:

- формирование стратегии и политики управления знаниями;
- приобретение, усвоение, передача знаний (обучение персонала);
- получение или создание собственными силами новых знаний;
- оценка (учет, мониторинг) знаний и процессов их производства;
- включение новых знаний в состав объектов интеллектуальной собственности, нематериальных активов;
- защита знаний (обеспечение информационной безопасности) [3].

Как правило, если речь идет о созданной системе управления знаниями, то она достаточно формализована и представлена перечнем должностных инструкций, регламентов и прочих документов. Это позволяет любому сотруднику быстро найти нужную информацию – о структуре компании, бизнес процессах и функциях выполняемых в компании, зонах ответственности, правилах выполнения работ. Качественная система также предполагает мотивацию персонала для постоянного обмена информацией и опытом.

Исходя из общих принципов и требований к созданию и дальнейшему развитию системы управления знаниями в организации, можно сказать, что ее основой должно быть организационное построение, направленное на работу со знаниями и определяющее всю систему взаимодействия персонала. Организационная структура современных компаний должна изменяться и совершенствоваться с учетом особенностей и закономерностей процессов работы с интеллектуальными ресурсами.

Современные тенденции преобразования оргструктур отражают:

- 1) создание подразделений, отвечающих за формирование системы управления знаниями;
- 2) увеличение горизонтальных связей и отказ от многосупенчатости;
- 3) обеспечение обратной связи;
- 4) развитие информационных каналов;
- 5) применение коллективных форм организации труда (групп, команд, бригад и др.).

Вновь создающиеся организации характеризуются малыми размерами, гибкостью, высокой конкурентоспособностью. Таким организациям присущи следующие качества:

- политика компании разрабатывается совместно с сотрудниками;
- требования к работникам им понятны и не вызывают противодействия;



- все сотрудники продолжают обучение благодаря доступности знаний, информации и свободе выбора;
- оценка исполнения основана на культуре обсуждения;
- цель организации – помочь работникам достичь успехов в своей деятельности.

В последнее время получили распространение матричные оргструктуры в результате децентрализации компаний и принятия программ всеобщего управления качеством. Они наиболее приемлемы, когда необходима координация использования знаний в сложной и нестабильной среде. Матричные организации ведут к эффективной расстановке специалистов, своевременно реагируют на изменение внешней среды, дают возможность техническим специалистам взаимодействовать между собой. Подразделения используют разные производственные методы, но имеют общую информационную, техническую и технологическую базу, единые научно-технические лаборатории, обеспечивающие измерения, исследования и испытания. Главное заключается в том, что данное сотрудничество способствует развитию творчества и росту производительности труда [5, с. 95-97].

На основе теоретических исследований формирования горизонтального типа организаций, можно выявить следующие его признаки:

- организационная структура формируется вокруг базовых процессов со специфическими целями в каждом из них (разработка новых изделий, производство и сбыт продукции), а не в зависимости от функционального разделения труда;
- организационная структура формируется по функциям управления, отдельным заданиям, поставленным задачам (прогнозирование рыночного спроса на данный продукт);
- плоская иерархия, при которой сокращается вертикальное администрирование, возложен полный отказ от иерархии и обособление функциональных органов;
- выявляются и устраняются работы, которые не обеспечивают получение добавленной стоимости;
- происходит минимизация деятельности внутри каждого базового процесса.

Однако, не смотря на все достоинства формальной оргструктуры, развивающейся в соответствии с современными тенденциями, можно утверждать, что она подразумевает регламентированное взаимодействие персонала и участие руководства в организации процессов по обмену информацией и знаниями. Но система управления знаниями подразумевает и самостоятельное участие сотрудников в работе со знаниями, в их приобретении и распространении.

Таким образом, наряду с формальной структурой управления организацией большое значение имеют неформальные объединения персонала. К ним относятся сообщества практиков, кружки по интересам, обучающиеся сообщества, неформальные сети. Они создаются по инициативе сотрудников организации, имеют неиерархическую структуру, самоуправляемы. Однако, не смотря на их независимость, результаты деятельности неформальных оргструктур достаточно весомы для современных компаний. Они способствуют созданию и быстрому внедрению нововведений; проведению конкурентной разведки рынка и быстрому реагированию на изменение его тенденций; росту эффективности использования знаний; постоянному повышению квалификации сотрудников. При этом сокращаются финансовые и временные затраты на оперативную деятельность.

Следовательно, организационное построение, ориентированное на управление знаниями, должно учитывать создание и развитие, как формальных структур, так и неформальных. При этом необходимо обеспечивать условия для их деятельности, разрабатывать систему мотивации, стимулирующую их функционирование.

#### **Список использованных источников:**

1. Гуслева А. Как мы построили систему управления знаниями [Электронный ресурс] / А. Гуслева – Режим доступа : <http://hr-portal.ru/blog/kak-my-postroili-sistemu-upravleniya-znaniyami>
2. Олейник О. Н. Формирование системы управления знаниями в условиях библиотечно-информационного центра [Электронный ресурс] / О. Н. Олейник – Режим доступа : <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2012/disk/020.pdf>
3. Система управления знаниями предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://diplomba.ru/work/25924>
4. Современные тенденции в развитии структур управления [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://lib.sale/upravlenie-organizatsii-knigi/631-sovremennyye-tendentsii-razvitiia-struktur-54421.html>
5. Трофимова Л.А., Трофимов В.В. Управление знаниями : учебное пособие / Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 77 с.

©Данилевская Н.О., Смирнова Е.В., 2016 г.

**УДК 304**

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЕ ВРЕМЯ**

Киселев А.П., Пурьскина В.А.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Последние несколько лет являются переломным периодом во многих сферах, включая сферу образования. Высшее образование представляет собой достаточно сложную систему, так как включает множество подсистем. В последние годы всё чаще происходят реорганизации, отзывы аккредитации, а так же закрытия высших учебных заведений.

Проблема организаций высшего образования в том, что они не успевают адаптироваться под рынок труда и обеспечить должный уровень развития в нужных направлениях. Во многих ВУЗах открыты факультеты, не актуальные для современного рынка труда. А ВУЗы, признанные неэффективными в своём направлении, не могут расширить деятельность путём организации новых факультетов и специальностей.

Таким образом, высшие учебные заведения не способны адаптироваться под современные требования. В первую очередь, к таким требованиям можно отнести ремонтное состояние учреждений, их техническая оснащённость. От технической оснащённости напрямую зависит уровень научно-исследовательской деятельности, что формирует не только имидж высшего учебного заведения, но ещё и уровень качества обучения. Во многих университетах страны уровень технической оснащённости не соответствует современным тенденциям. Важно отметить тот факт, что причиной невозможности своевременной модернизации образовательных учреждений является низкий уровень эффективности финансирования.

Наиболее важным требованием к высшему образовательному учреждению является уровень соответствия общественным тенденциям. В этом аспекте необходимо упомянуть, что значительное влияние на рынок труда оказал мировой экономический кризис. Из-за ряда сокращений и оптимизаций, которые произошли практически во всех предприятиях, спрос на рынке труда сильно изменился. Специалисты, которые были востребованы несколько лет назад, потеряли свою ценность для организаций и общества в целом. Среди самых невостребованных профессий, по статистике, отмечаются экономисты, юристы, финансисты, психологи, страховые агенты и некоторые другие специальности. Именно специалисты этих профессий попали под сокращение в первую очередь.

Среди молодых специалистов доля тех, кто отмечает серьезные трудности с поиском работы, составляет 27%. По изучению динамики резюме по профобластям в Москве спрос на труд студентов и начинающих карьеру снизился на 5% по сравнению с 2015 годом [3].

Помимо этого, существует ряд специальностей, не предусматривающих дальнейшего трудоустройства с высокой заработной платой. Примером могут служить специальности в сфере культуры и просвещения.

Портал Career.ru провел опрос среди студентов. Согласно его результатам, лишь треть российских студентов уверены в профессионализме всех своих преподавателей. При этом 61% респондентов уверены в профессионализме лишь некоторых своих преподавателей, а 2% не уверены вовсе. По мнению большинства (62%) студентов и выпускников, преподаватель прикладной дисциплины обязан иметь соответствующий опыт работы [2].

Серьезной мерой для повышения эффективности системы образования в целом является ряд мероприятий по подготовке учащихся в средних школах. Необходимо проводить информационно-просветительские мероприятия, а так же мероприятия по профориентации, чтобы заранее нацеливать учащихся на наиболее востребованные профессии рынка труда.

В современное время одним из наиболее важных критериев качества образовательного процесса является активность в исследовательской работе, её научная результативность. Репутация современного учебного заведения строится, на количестве и качестве публикаций. Поэтому необходимо реализовать качественную систему мотивации преподавателей, связав количество и качество публикаций напрямую с заработной платой. Иными словами, необходимо изменить условия мотивации преподавателей и сделать особый акцент на их профессиональной подготовке.

Немаловажную роль для образования играет сотрудничество с вузами других стран. Глобализация и развитие транснациональных корпораций диктуют принципиально новые условия для молодых специалистов. Чтобы соответствовать их требованиям необходим обмен опытом между студентами разных стран, что позволит более комплексно и качественно дать знания и навыки, необходимые для успешной трудовой деятельности в информационном постиндустриальном обществе. Однако практика показывает достаточно слабую степень международного сотрудничества большинства ВУЗов в силу недостаточного количества связей с зарубежными образовательными учреждениями, а так же нехватки финансирования со стороны государства.

В связи с этим необходимо разработать особую политику в отношении формирования международных отношений с зарубежными высшими учебными заведениями. Это должен быть комплекс мер, включающий разработку специальной государственной политики, ряд проектов по финансированию развития международных отношений в сфере образования, а так же по финансированию информационного обеспечения.

Таким образом, текущая система образования нуждается в комплексной модернизации и в крупном инвестировании со стороны государства. Одной из программ развития образования является Федеральная целевая программа развития образования 2016-2020 г.г. Целью программы является создание условий для эффективного развития российского образования, направленного на обеспечение доступности качественного образования, отвечающего требованиям современного инновационного социально ориентированного развития Российской Федерации. Современное высшее образование должно не только давать студентам знания, но ещё и учить их мыслить креативно, искать новые пути по решению стандартных задач [4].

Программа предусматривает разработку и внедрение структурных и технологических инноваций в среднем профессиональном и высшем образовании. Это включает реализацию мер по развитию научно-образовательной и творческой среды в образовательных организациях, развитие эффективной системы дополнительного образования детей, создание инфраструктуры, обеспечивающей условия подготовки кадров для современной экономики, формирование востребованной системы оценки качества образования и образовательных результатов. Таким образом, программа предусматривает формирование сети вузов (преимущественно многопрофильные университеты), ориентирующихся на ключевые отрасли региональных экономик, и реализующих программы магистратуры и аспирантуры с активной исследовательской и инновационной работой [4].

Программа будет проходить в 2 этапа. В результате реализации первого этапа будут апробированы и внедрены инновационные модели и комплексы мер. В результате выполнения второго этапа произойдут значительные изменения структуры образовательных организаций в системе высшего и среднего профессионального образования. Планируется широкое распространение новых образовательных программ магистратуры и аспирантуры, а так же новых технологий их реализации. Программа будет осуществляться в условиях реализации в полном объеме Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации». Объем финансирования мероприятия Программы составляет около 112987,1 млн. рублей [4].

Таким образом, систему высшего и профессионального образования в РФ ожидают достаточно сильные изменения, некоторые из них уже произошли, некоторые лишь предстоит реализовать.

**Список использованных источников:**

1. Образовательный портал [Электронный ресурс] // URL: <http://edu-inform.ru> (Дата обращения 15.20.2016);
2. Портал по трудоустройству для студентов и молодых специалистов [Электронный ресурс] // URL: [career.ru](http://career.ru) (Дата обращения 16.20.2016);
3. Портал по трудоустройству и аналитике рынка труда [Электронный ресурс] // URL: <https://hh.ru> (Дата обращения 16.20.2016);
4. Постановление правительства РФ «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы» от 23 мая 2015г. № 497.

©Киселев А.П., Пурыскина В.А., 2016 г.

**УДК 658.5.011**

**ФОРМИРОВАНИЕ ВИДЕНИЯ КОМПАНИИ  
(ПО РАБОТЕ Д. КОЛЛИНЗ, Д. ПОРРАС  
«ФОРМИРОВАНИЕ ВИДЕНИЯ КОМПАНИИ»)**

Ковальчук А.Е., Титов В.Н.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Современные организации, действующие в сложной, динамичной среде с высоким уровнем неопределенности, должны непрерывно изменяться. Умение осуществлять эти изменения, перестраиваться, адаптироваться к постоянно меняющейся среде или, что еще более важно, способность изменять саму среду является важнейшей характеристикой современных организаций, обеспечивающей их конкурентоспособность и выживание в долгосрочной перспективе.

Организационное изменение можно определить, как процесс освоения новой идеи, типа поведения или как любое относительно самостоятельное видоизменение какого-то ее элемента [2, с. 181].

Примерами крупных изменений могут быть освоение улучшенной технологии, создание нового продукта, необходимого рынку, совершенствование организационной структуры, обучение и повышение квалификации работников, формирование соответствующей корпоративной культуры с новыми ценностями, традициями, стилем управления.

Видение может быть сформулировано одним гениальным провидцем, а может формироваться командой единомышленников. В любом случае, видение несет в себе личностную составляющую, частицу индивидуального субъективного понимания, желаемого будущего, отражает ценности тех, кто это видение создает, и кто его будет реализовывать.

Особый интерес представляет работа Джеймс Коллинз, Джерри Поррас «Формирование видения компании». Авторы дают чёткую характеристику компаниям-лидерам рынка, их базовой идеологии, философии бизнеса присущей этим компаниям, а также формированию образа будущего с точки зрения их основателей.

Джеймс Коллинз и Джерри Поррас утверждают, что, компании-лидеры рынка всегда верны своим ключевым целям и ценностям: последние остаются неизменными, в то время как стратегия организаций и формы ведения бизнеса постоянно корректируются в соответствии с изменениями внешней среды. Это редко встречающаяся способность сочетать постоянство и изменчивость, тесно связанная с умением создавать видение. Видение определяет, какие аспекты деятельности организации нужно сохранить, а какие – подлежат изменению.

Предлагаемая авторами новаторская концептуальная система позволяет внести большую ясность в понятие корпоративного видения.

По мнению авторов, система состоит из двух главных компонентов: базовой идеологии и образа будущего. Базовая идеология соединяет в себе ключевые корпоративные ценности и основное предназначение. Она служит «клеем», который сплачивает организацию во все периоды ее существования. Ключевые ценности – это фундаментальные нормы организации. Эти ценностям компания остается верна, даже если это будет неоправданно с точки зрения конкуренции. Основное предназначение организации – это ключевая цель, определяющая смысл её существования.

Второй компонент системы видения – это образ будущего. Сначала компания должна поставить перед собой дерзкие долгосрочные цели, а затем создать наглядное описание состояния, которое наступит при условии их достижения.

Ключевые ценности – это основные и неизменные нормы. Речь идет о небольшом числе руководящих принципов, не связанных с условиями внешней среды, а являющихся внутренней ценностью сотрудников организации [4, с. 206].

Ключевые ценности компании Walt Disney – творческая фантазия и следование нравственным нормам – рождаются не из требований рынка, а из твердой уверенности основателя компании в том, что данные понятия важны сами по себе.

Основное предназначение – вторая составляющая базовой идеологии – говорит о том, зачем компания существует. Основное предназначение отражает идеалистические представления работы сотрудников компании о смысле и сути деятельности. Оно не описывает выпускаемую продукцию или целевые группы потребителей; в ней представлен дух организации.

Основное предназначение (которое должно сохраняться неизменным как минимум в течение 100 лет) не стоит путать с конкретными целями или вариантами бизнес-стратегии (которые за эти 100 лет меняются неоднократно). Основное предназначение неизменно, однако именно оно вдохновляет компанию, стимулирует стремление к переменам.

Один из основных компонентов системы корпоративного видения – образ будущего. Он состоит из двух частей. Первая – амбициозная цель, достичь которую компания планирует в течение 10-30 лет. Вторая – наглядное описание того, какой будет компания при условии достижения этой цели.

Глобальная амбициозная цель основы видения компании. Корпоративное видение включает в себя смелые замыслы компании – глобальные, труднодостижимые, амбициозные цели. Амбициозная цель, которая должна быть достигнута в течении 10-30 лет, необходима компаниям, чтобы постепенно реализовать модель будущего.

Цели, разумеется, есть у всех фирм. Но одно дело – просто поставить перед собой цель и совсем другое – дать себе слово достичь некой «вершины» [1, с. 98].

Для создания образа будущего, помимо глобальной, труднодостижимой, амбициозной цели, необходимо так называемое наглядное описание – то есть яркая, привлекательная и точная картина будущего компании, которое наступит при условии достижения этой цели.

На подобное описание нужно смотреть как на средство передачи видения словами, создающими живые запоминающиеся образы. То есть перед вами стоит задача нарисовать картину с помощью слов [3, с. 241].

Зримость образа имеет ключевое значение, потому что только так можно сделать далёкую цель наглядной и убедительной для сотрудников.

Изучив работу Джеймс Коллинз, Джерри Поррас «Формирование видения компании», можно прийти к следующему заключению. Видение организации – это образное представление смысла деятельности и перспектив (будущего) организации. Оно объясняет и демонстрирует всем сотрудникам и общественности, что представляет собой организация, какой она должна стать и к чему она стремится.

Формирование видения – это одна из задач высшего руководства. Горизонт видения, т.е. период отдаленности во времени формируемого образа предприятия, может быть различным, от нескольких месяцев до нескольких лет. Видение будущего крупной компании – это представление



о политической, экономической, социальной ситуации в стране, в отрасли, а также о желаемом состоянии предприятия в этой ситуации.

Видение относится лишь к будущему: оно теряет свою актуальность при достижении желаемого состояния предприятия и должно быть сформулировано вновь. Формулировка видения должна быть лаконичной, динамичной конструкцией, удобной для восприятия (часто это бывает лозунг), и отвечать следующим требованиям: вдохновлять, быть простой, как воспоминание или образ, заслуживать доверие и содержать ориентиры, которые могут служить основой для разработки стратегии.

#### **Список использованных источников:**

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. Спб: Питер, 2013
2. Одинцов А. А. Инновационная предпринимательская деятельность. М: РИО МГУДТ. - 201- 191 с.
3. Одинцов А. А. Теория организации и организационное поведение. Учебное пособие. - М.: РИО МГУДТ. - 201- 279 с.
4. Резник С. Д. Управление изменениями. Учебник. - 2 изд., перераб. и доп. / М.: ИНФРА-М, 2014 - 382 с.

©Ковальчук А.Е., Титов В.Н., 2016 г.

**УДК 658.336**

### **ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ЗНАНИЯМИ И ПРАКТИКА ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ**

Куликова Т.А., Смирнова Е.В.

Костромской государственный университет

Одним из важнейших направлений современного менеджмента является управление организационными знаниями, которые рассматриваются в настоящее время как стратегический ресурс предприятия. И как все ресурсы они требуют грамотного управления и эффективного использования, что позволяет организации повышать инновационную активность, конкурентоспособность, приобретать гибкость и адаптивность, увеличивать свою рыночную стоимость. При этом управление знаниями можно определить как совокупность управленческих воздействий на способы, методы и формы организации социальных отношений в сфере производства, распространения и использования знаний, нацеленную на повышение эффективности этих процессов и осуществляемую в конкретных экономических рамках [2, с. 31].

Не смотря на то, что теоретические знания и результат практического их применения в виде навыков и опыта лежат в основе

развития человека с древних времен, представление о знаниях как главном ресурсе организации сложилось не так давно. Возможно, что это связано с непростой природой возникновения знаний, с многообразием источников их создания и видов знаний, с разными формами их проявления. Управление знаниями также осложнено тем, что включает достаточно много различных процессов (приобретение, создание, распространение, обмен, приращение, внедрение знаний). Необходимо также учитывать, что знания со временем могут утрачивать свою актуальность и возникает необходимость их обновления. Исходя из этого, и теории, и практики управления понимают всю важность дальнейшего изучения вопросов работы со знаниями, а также необходимость разработки методического обеспечения управления интеллектуальными ресурсами.

Проблемы управления и обмена знаниями изучаются зарубежными исследователями уже более 35 лет. При этом многие крупные транснациональные компании в таких областях деятельности, как информационные технологии (IBM, Hewlett-Packard, Microsoft, Oracle), консалтинговые услуги (PricewaterhouseCoopers), нефтегазовая отрасль (BP, Shell), промышленность (General Motors) внедрили и продолжают совершенствовать системы управления знаниями [3, с. 15].

Управление знаниями в России стало популярной управленческой технологией сравнительно недавно, но многие уже успели в ней разочароваться: до 90% проектов по ее внедрению закончились провалом. Управление знаниями в российских компаниях налаживается годами, но не многие компании получили выгоду от данных внедрений. Эксперты полагают, что проблема заключается в некомпетентности тех, кто внедряет данную теорию [1].

Эксперты выделяют три этапа развития управления знаниями в России:

1995-1998 г.г. – главным образом предназначалось для поддержки отдела маркетинга и аналитических служб организаций.

Конец 1990-х – начало 2000-х г.г. – активно развивались технические решения для хранения данных.

С 2004 года интерес к управлению знаниями проявляли как крупные организации (IBS, «Быстров», «ИстЛайн», ЛУКОЙЛ, «Росинтер», «Русал», «Северсталь»), так и совсем небольшие (юридическая фирма «Алруд», газета объявлений и рекламы «Камелот») [1].

Причин неудачного внедрения проектов по управлению знаниями можно выявить несколько:

незаинтересованность сотрудников в обмене знаниями; нежелание персонала к работе с базами данных и базами знаний;

недостаточное количество адаптированных методик по созданию системы менеджмента знаний; коммуникационные барьеры и др.

Решение выявленных проблем заключается в повышении информационной освещенности вопроса по формированию системы управления знаниями, в привлечении внимания руководителей предприятий к данной проблеме, в повышении интереса сотрудников предприятия к обмену информацией и знаниями через построение системы мотивации, ориентированной на эти процессы, в государственной поддержке научных исследований в данной области знаний.

**Список использованных источников:**

1. Данилина Н. Вечная память / Главная причина неудач при внедрении проектов по управлению знаниями – незаинтересованность сотрудников [Электронный ресурс] / Н. Данилина – Режим доступа : <http://news.ners.ru/vechnaya-pamyat-glavnaya-prichina-neudach-pri-vnedrenii-proektov-po-upravleniyu-znaniyami-nezainteresovannost-sotrudnikov.html>

2. Ефимов, В. В. Управление знаниями: учебное пособие / В. В. Ефимов. - Ульяновск: УлГТУ, 2005. - 111 с.

3. Управление знаниями. Теория и практика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. А. И. Уринцова. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 255 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

©Куликова Т.А., Смирнова Е. В., 2016 г.

**УДК 658.336**

**ФОРМЫ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ,  
ОСНОВАННЫЕ НА УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ**

Федотова Д.О., Смирнова Е.В.

Костромской государственный университет

Управление знаниями представляет собой процесс, который заключается в оценке организационных процедур, людей и технологий и в создании системы, использующей взаимосвязи между этими компонентами с целью своевременного предоставления необходимой информации персоналу, что приводит к повышению продуктивности деятельности организации [2, с. 94]. Согласно теории взаимодействия типов знаний организация имеет возможность постоянно наращивать и развивать уже имеющийся корпоративный капитал знаний. Организация, вкладывая средства в обеспечение условий для создания знаний и их поддержку, получает собственное новое знание, распространенное в рамках всей организации. При этом главной задачей является создание эффективной системы управления знаниями, которая будет способствовать обмену и созданию знаний на всех уровнях организации.

Знания, как интеллектуальные ресурсы являются уникальными вследствие их особенностей, главной из которых является способность к самовозрастанию или капитализации. Последнее означает, что при увеличении объемов производства продукции с использованием интеллектуальных ресурсов их стоимость увеличивается, а не амортизируется.

Интеллектуальные ресурсы включают в себя несколько элементов: интеллектуальную собственность, человеческие ресурсы, инфраструктурные активы, рыночные активы. Интеграция интеллектуальных и креативных возможностей структурного и интеллектуального капиталов специалистов в единое целое создает тот интеллектуально-креативный ресурс организации, который способен решать конкретные бизнес-задачи самыми различными способами, которых может быть «бесконечное» множество. Стратегия предприятия в сфере интеллектуальных ресурсов должна реализовываться в следующих трех направлениях: активизации изобретательской деятельности на предприятии; коммерциализации услуг в области интеллектуальной собственности; формировании нематериальных активов как стратегического ресурса повышения конкурентоспособности.

Современный менеджмент разделяет формы организаций, основанных на управлении знаниями, к основным из которых относятся:

- 1) сетевые организации;
- 2) виртуальные организации;
- 3) обучающиеся и интеллектуальные организации;
- 4) стратегические альянсы и консорциумы;
- 5) частно-государственное партнерство;
- 6) оболочечные организации.

Создание новых форм организации, использование новых технологий в управлении означает обязательную смену корпоративной культуры, т.е. перестройку комплекса разделяемых членами организации отношений, эталонов поведения, символов, способов ведения бизнеса, подчеркивающих индивидуальность компании.

Сетевая организация в сфере производства определяется как гибкое, в ряде случаев временное взаимодействие между производителями, покупателями, поставщиками и потребителями. Сетевые организации весьма разнообразны. Сетевая организация в сфере производства от обычных организаций отличается тем, что тип связи организации заключается в единстве целей и взаимной выгоды, а у обычных организаций типы связей административные, иерархические. Тип структуры у сетевой организации динамичный, у других организаций жестко фиксированный, устойчивый. Отношения между участниками организации в обычных организациях на административных началах

(последовательность команд), в сетевой организации на рыночных началах («внутренние рынки», т.е. цепь контрактов).

Преимущества сетевых организаций достаточно значительны:

- 1) адаптивность организаций к изменяющимся условиям, быстрая реакция на изменение конъюнктуры;
- 2) концентрация деятельности организации на приоритетных областях, специализация на уникальных процессах;
- 3) существенное сокращение издержек, их рациональная структура и повышение доходов;
- 4) низкий уровень занятости, исключение дублирования использования квалифицированной рабочей силы;
- 5) привлечение к совместной деятельности в рамках сети самых лучших партнеров, исключение использования второсортных исполнителей.

Виртуальные организации – это особый тип сетевых организаций, появившихся в эпоху становления и развития инновационной экономики, требующей обширных и разнообразных знаний, доминирования новой техники и технологий в производственных процессах. Их отличительной чертой является преимущественно электронная связь между участниками кооперации в процессе создания новой добавленной стоимости в общих интересах.

Ключевым достоинством виртуальных форм организаций является: возможность выбирать и использовать наилучшие ресурсы, знания и способности с меньшими временными затратами. Из этого достоинства вытекают такие основные конкурентные преимущества виртуальных предприятий, как скорость выполнения рыночного заказа; возможность снижения совокупных затрат; возможность более полного удовлетворения потребностей заказчика; возможность гибкой адаптации к изменениям окружающей среды; возможность снизить барьеры выхода на новые рынки.

Обучающиеся организации способны адекватно понять мир, в котором они существуют и действуют, гибко и творчески реагировать на происходящие изменения, что напрямую зависит от их способности обучаться. Характерные черты обучающихся организаций: высокая степень сплоченности и идентичности культуры организации; толерантность к новым или противоположным идеям и видам деятельности (это часто ведет к децентрализации), обеспечивающей открытость к обучению; консервативное финансирование как сдерживающий фактор рискованных инвестиций корпорации. Преимуществом обучающихся организаций является то, что из-за своей выдающейся способности обучаться понимать и даже создавать новые потребности

своих клиентов, возможно создание новых источников своего конкурентного преимущества.

Стратегические альянсы и консорциумы – это формы хозяйственного взаимодействия и сотрудничества, способствующие стратегическому и оперативному хозяйственному взаимодействию и обмену необходимыми ресурсами знаний. В стратегических альянсах и консорциумах процессы организации направлены на создание новых организационных форм и эволюцию действующих под воздействием усиления функции управления знаниями. Задачи новых форм заключаются в создании соглашений по получению доступа к новым знаниям, технологиям и рынкам и в интересах взаимной выгоды. К видам альянсов относятся соглашения по объединению ресурсов знаний, соглашения об участии в активах. Конечной целью альянсов является завоевание новых рыночных ниш, улучшение доступа к ресурсам, создание условий для развития маркетинга и сбытовых сетей.

К преимуществам стратегических альянсов можно отнести:

- 1) возможность быстро выходить на новые идеи;
- 2) не просто выход на сбытовые сети партнера или снижение издержек производства, но и освоение знаний партнера и захват его ключевых компетенций;
- 3) возможность переноса акцента с двусторонних партнерств на создание сетей стратегических альянсов с участием нескольких компаний;
- 4) возможность коллективного использования ресурсов без потери собственной специализации и независимости;
- 5) на основе союзов фирмы могут выйти на ресурсы и знания гораздо быстрее, чем при вхождении в новые отрасли самостоятельно.

Частно-государственное партнерство (ЧГП) – институциональный и организационный альянс между общественной властью и частным бизнесом. Выделяют следующие формы ЧГП: контракты, концессии, соглашения о разделе продукции, совместные предприятия, аренда [1, с. 38-43].

Особенностью ЧГП является тесное сотрудничество и обмен знаниями между частным бизнесом и общественной властью.

Знания со стороны государства – знания об общих условиях хозяйствования: налоговой, финансовой и антимонопольной политике, тарифах естественных монополий, условиях импорта новых технологий и поддержки высокотехнологичных производств в отраслях экономики. Знания со стороны бизнеса: знания о работе главных рыночных институтов, знания о барьерах для роста приоритетных отраслей и производств, знания об организации эффективных производственно-хозяйственных связях; знания о потенциальных возможностях и условиях участия бизнеса в решении государственных задач.

ЧГП имеет следующий ряд достоинств:

- 1) повышение качества и эффективности предоставления общественно-значимых услуг;
- 2) развитие индустриальной инфраструктуры;
- 3) активизация инновационных процессов;
- 4) усиление конкуренции;
- 5) повышение инвестиционной привлекательности отдельных объектов;
- 6) получение целевого финансирования научных разработок;
- 7) снижение рисков частных инвесторов;
- 8) реализация государственной политики экономического развития регионов;
- 9) мобилизация значительных финансовых средств для внедрения региональных инвестиционных проектов;
- 10) повышение конкурентоспособности бизнеса и российской экономики.

Оболочечная организация – это организация, которая часть бизнес-функций, прежде всего производство продукции, передает на контрактной основе сторонним подрядчикам, а сама сосредотачивается на транзакционной составляющей бизнеса, т.е. определяет, что и сколько производить, как и кому реализовывать.

К достоинствам оболочечной формы организации относятся: адаптация к изменяющимся условиям, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры; концентрирование своей деятельности на приоритетных областях специализации, на уникальных процессах; существенное сокращение издержек, повышение доходов; исключение нерационального использования квалифицированной рабочей силы; привлечение самых лучших партнеров к совместной деятельности в рамках сети.

Сходство форм организаций, основанных на управлении знаниями, заключается в том, что они отражают растущую потребность в быстрых, ничем не ограниченных потоках знаний, направленных на удовлетворение пользователей с целью выработки все более сложных и неординарных решений.

Таким образом, в целях развития менеджмента знаний и повышения эффективности деятельности компаний за счет использования интеллектуальных ресурсов, становится необходимым дальнейшее исследование закономерностей создания различных форм организаций, выявление их особенностей, создание инструментов их управления.

#### **Список использованных источников:**

1. Трофимова Л.А., Трофимов В.В. Управление знаниями : учебное пособие / Л.А. Трофимова, В.В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 77 с.

2. Шарабаева Л. Ю. Теоретические основы и ключевые технологии построения системы управления знаниями вуза // Управленческое консультирование. 2008. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-i-klyuchevye-tehnologii-postroeniya-sistemy-upravleniya-znaniyami-vuza>.

©Федотова Д. О., Смирнова Е. В., 2016 г.

**УДК 304.2**

## **НАКОПЛЕНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЗНАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Картушин Е.А.

Димитровградский инженерно-технологический институт –  
филиал НИЯУ МИФИ

С тех пор как существует мирозданье,  
Такого нет, кто б не нуждался в знанье.

Какой мы ни возьмем язык и век,

Всегда стремится к знанью человек

Рудаки Абу Абдаллах Джафар (ок. 860-941)

персо-таджикский поэт, учёный, основоположник таджикско-  
персидской литературы [1]

Еще древние люди начали накапливать знания об окружающем их мире. Люди пытались познать мир, чтобы упростить своё существование. Таким образом, с развитием человека, знаний становилось всё больше и по мере увеличения объемов знаний возникали различные науки, которые исследовали природу, жизнь людей, духовный мир, экономику и др.

Опыт людей передавался вначале устно в виде наскальных рисунков, сказаний, рассказов, легенд и только потом записями, книгами. Были времена, когда книги были доступны только высшим слоям общества, а большинство людей не могли получать знания. По этой причине, множество людей были необразованны и использовались высшими слоями общества как грубая рабочая сила, которая жила в страхе перед своим «хозяином». Таким образом, раньше, для добычи знания приходилось изрядно потрудиться.

Сегодня же, один человек способен узнать за один день больше, чем его далёкие предки узнавали за всю жизнь. В современном мире информацию обо всем можно найти в свободном доступе в сети Интернет. Стоит беспокоиться только о достоверности информации, предоставляемой к прочтению, так как, в нынешнее время, к сети Интернет имеет доступ любой человек. Следовательно, любой человек может разместить там какую-либо информацию. Поэтому нужно потратить



немало сил, чтобы из тонны мусора отфильтровать нужные нам знания. Кроме этого, люди также получают много знаний в образовательных учреждениях, на лекциях, чтениях либо во время внеурочной деятельности при посещении семинаров, тренингов и т.п.

То есть все накопленные ранее знания доступны всему населению планеты. Но другой вопрос заключается в том, хочет ли это население сейчас получать эту информацию. Несомненно, есть такие, которые тянутся к знаниям сами, также есть люди, которых необходимо направить в нужное русло, чтобы они получали знания. Существуют и те, которым не хочется узнать что-то новое, потому что их устраивают те условия, в которых они пребывают.

Большинство студентов относятся ко второму типу, то есть к тем людям, которых необходимо направлять. Эта часть молодежи вполне может находить информацию, но часто не ту, которая им необходима. Именно поэтому их нужно направлять, чтобы они начали получать именно те знания, которые им нужны в данный момент и в ближайшем будущем. А молодые люди, в свою очередь, сами выберут, как ими распорядиться. Но и при этом выборе, их тоже стоит направлять. Так как, вполне возможно, что они будут использовать их не рационально, и большая часть знаний просто останется неиспользованной.

Студентов же, которые не хотят узнавать что-то новое, нужно заинтересовывать в этом, научить фильтровать знания, и, возможно, только после этого они начнут что-то искать и узнавать. И кто знает, вероятно, среди них найдутся и те, которых не нужно будет направлять и которые станут сами тянуться к знаниям.

В любом случае, основными распространителями знаний в наше время являются преподаватели, опытные люди, Интернет и книги. По моему мнению, сегодня в наибольшей степени знания распространяют именно Интернет и преподаватели. Преподаватели, потому что они часто являются именно теми направляющими нас опытными людьми, которые нам, молодежи, так необходимы. А интернет из-за того, что многие книги уже оцифрованы и мы можем получить к ним свободный доступ, также в интернете много блогов и форумов, на которых обсуждают проблемы и просто о чём-нибудь рассказывают уже набравшиеся опыта люди. Книги, в свою очередь, постепенно устаревают и сейчас, наверное, очень сложно отыскать книгу, которой не было бы в Интернете.

Александр Максимович Яковлев, доктор юридических наук, профессор, заслуженный юрист РФ сказал так: «Человек по-прежнему не может жить без хлеба, металла или мощи механизмов. Однако именно интеллект сегодня «решает все». Только те, кто смогут поддерживать и интенсивно повышать свой уровень знаний, смогут занять и сохранить достойное место в сегодняшнем мире» [2].

**Список использованных источников:**

1. <https://ru.wikipedia.org>
2. Яковлев А.М., статья «Обретая уверенность: роль знаний в постиндустриальном обществе», <http://www.psychology.ru/library/2240>

©Картушин Е.А., 2016 г.

**УДК 304.2****СОЦИАЛЬНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ**

Литау М.А.

Димитровградский инженерно-технологический институт –  
филиал НИЯУ МИФИ

Любые школы современной теории управления особое внимание уделяют человеку, приоритету личности при изучении любых социальных процессов. Роль человеческого фактора особенно важна в современной России, поскольку для советского строя были характерны обезличенность общества, недооценка индивидуальной самобытности человека и инерция псевдосоциалистического мышления, сказывающаяся до настоящего времени.

Социальное программирование – один из важнейших вариантов (наряду с планированием и проектированием) реализации требований социального прогнозирования. Если социальное проектирование сосредоточивает внимание на процессах создания прообраза (прототипа) предполагаемого социального объекта, явления или процесса, а социальное планирование предусматривает целенаправленное регулирование всех без исключения элементов социального развития любых организаций, структур, общностей, то социальное программирование нацелено на решение значимых и важных социальных проблем, наиболее актуальных и перспективных для общества, данной организации или института.

Продуктом социального программирования являются программы, которые включают в себя цель и совокупность действий по решению существующих проблем. Программы предусматривают наличие субъекта и объекта воздействия, масштабы (объемы) предполагаемых изменений, временные интервалы, этапы их осуществления. Социальное управление включает несколько видов, различающихся по целям, задачам, функциям, субъектам и их полномочиям, а также процедурам управления:

- 1) государственное управление (управление в области организации и функционирования государства);
- 2) местное управление (муниципальное управление, местное самоуправление, коммунальное управление);

3) общественное управление (управление в общественных объединениях и некоммерческих организациях);

4) коммерческое управление (управление в коммерческих организациях, созданных с целью извлечения прибыли).

По содержанию социальное программирование представляет собой: постановку управленческой задачи, исходя из анализа проблем социального развития в реальной ситуации, возможность их разукрупнения на составные части (подзадачи), их взаимную увязку; установление приоритетов и на той основе выделение ведущего звена; выявление условий и ограничений при решении сформулированных задач; обоснование возможных вариантов достижения намеченной цели и выбор среди них оптимального; формирование соответствующего организационного механизма и оценку ожидаемых последствий от практического воплощения избранного варианта действий.

На этой основе социальное программирование учитывает:  
анализ и диагностирование проблемы, ее актуальность;  
выдвижение неотложных управленческих целей и задач, поиск средств и методов воздействия;

разработку альтернативных вариантов действий;

оценку каждой альтернативы;

измерение и оценку последствий реализации программ.

Для социальной программы важна комплексность, системность, конкретность, адресность, наличие обратной связи в процессе ее реализации.

История знает примеры, когда на уровне интуитивного понимания необходимости определить коренную проблему осуществлялись осознанные меры по решению ситуационных, злободневных и часто неотложных задач. Хотя в большинстве случаев слово «программирование» не употреблялось, но сути дела оно имело место. Это относится в той или иной мере ко всем без исключения реформам, осуществляемым во многих обществах, особенно на этапе их индустриального и постиндустриального развития. Эти реформы, будучи основанными на пожеланиях, интуиции, предположениях, не имели научно обоснованной базы, не опирались на продуманную методологию и методики их решения, всегда зависели от прозорливости принимающих решения, от их умения познать (предвидеть) объективные тенденции и правильно определить средства достижения поставленной цели.

Все примеры программированного развития – реформы после отмены крепостного права в России и освоение Дикого Запада в США в XIX в., переход от одного уклада к другому в странах Европы – исходили из необходимости решать самые важные, насущные проблемы, которые влияют на развитие всего общества. Однако только в XX в. люди

озаботились разработкой научных основ программирования вообще и социального в частности.

В зависимости от целей и специфики решаемых задач социальное программирование выражается в следующих формах.

Оно реализуется в виде целевого комплексного программирования, которое представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимосогласованных приемов, средств целенаправленного воздействия на объект управления для достижения желаемых результатов, к которым относятся различные формы координации деятельности; определенные способы концентрации, распределения и перераспределения наличных ресурсов; экономическое и социальное стимулирование; разносторонняя поддержка инициатив, направленных на развитие инновационных процессов в обществе; формирование положительной мотивации совместной деятельности, ориентированной на конечные результаты; приемы и способы организационного проектирования.

Социальное программирование воплощается в такой форме, как программно-целевой подход, который предполагает определение основных противоречий в развитии того или иного процесса (например, в сфере демографической политики). На этой основе формулируются главная цель и ее подцели (иерархия целей), что достигается при целостном и комплексном подходе, а также при отборе таких средств, которые обеспечивали бы возможность учета всех без исключения результатов, характеризующих реализацию намеченной программы.

Социальное программирование реализуется при помощи проблемно-целевого подхода, который направлен на подготовку эффективных решений по отдельным важнейшим и актуальным вопросам данного социального сообщества, организации, социального института. Данный подход также применяется при решении ключевых, неотложных задач социального развития вне зависимости от административно-территориальной или ведомственной принадлежности.

Как показывает практика, реализация научных требований социального программирования не всегда приводит к желаемым результатам. Это случается тогда, когда не учитываются ограничения, накладываемые на процесс подготовки, обоснования и разработки социальных программ: минимизация задач, выбор наихудшего варианта, ориентация на минимум ожиданий; необеспеченность ресурсами, недооценка изменяющейся окружающей среды, ошибки в обосновании сроков и что особенно важно – игнорирование (полное или частичное) состояния общественного сознания и поведения, т.е. установок целесообразных ориентаций и ожиданий участников программируемого процесса.

Таким образом, если обобщить имеющиеся идеи, то можно сказать, что социальное программирование – это целенаправленный, научно обоснованный процесс планового решения назревших (актуальных) проблем на всех уровнях социальной организации общества посредством присущих ему специфических целевых, программно-целевых и проблемно-целевых средств и методов.

Приведем несколько примеров, позволяющих взглянуть серьезно на социальное программирование и то, как оно может быть использовано.

Пример 1. За столом сидит около десяти детей. Несколько детей имеют установку на то, что и как говорить. На столе стоят две пирамиды – одна белая, другая черная. Ведущая начинает спрашивать детей: – Машенька, какого цвета пирамидки? – Обе белые. – Коля, какого цвета пирамидки? – Обе белые. Так до тех пор, пока не подходит очередь «не подставного ребенка». После небольшого раздумья он тоже говорит: «обе белые». Потом ведущая просит ребенка подвинуть к себе черную пирамидку. И ребенок пододвигает. И потом не может ответить на вопрос, почему он до этого сказал: «обе белые».

Пример 2. В лифт заходит несколько человек, из которых один – подопытный, остальные – знают условия эксперимента. В один момент времени все мужчины снимают шляпы, подопытный после секундного замешательства тоже снимает. Затем участники эксперимента поворачиваются синхронно налево – испытуемый после паузы тоже. И так продолжается несколько раз.

Таким образом, социальное программирование представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимосогласованных приемов, средств целенаправленного воздействия на объект управления для достижения желаемых результатов, к которым относятся различные формы координации деятельности.

#### **Список использованных источников:**

1. Минина В.Н. Социальное программирование: теоретико-методологический аспект. СПб., 1997.
2. Тихонов А.В. Социология управления. Теоретические основы. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2012.
3. <http://texts.news>
4. <http://ponjatija.ru>
5. <https://4brain.ru>
6. <http://somatra.ru>
7. <http://www.razlib.ru>

©Литау М.А., 2016 г.

УДК 371.39

## РОЛЬ ГАДЖЕТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ СТУДЕНТОВ

Локотков В.П.

Димитровградский инженерно-технологический институт –  
филиал НИЯУ МИФИ

В настоящее время люди активно пользуются гаджетами. Эта активность с каждым годом повышается быстрыми темпами, особенно в России, где современные технологии лишь в последнее десятилетие стали доступны широкому классу населения. Активно растут темпы продаж разных гаджетов. Слово гаджет с английского переводится, как «портативное техническое приспособление, обладающее определенной функциональностью в какой-либо области». Цифровые фотоаппараты, коммуникаторы, планшетные компьютеры, мобильные телефоны, GPS-навигаторы, MP3-плееры, флешки – это самые привычные гаджеты для нас. Студенты чаще всего используют в процессе обучения ноутбуки, планшетные компьютеры и смартфоны.

Молодые люди являются основными пользователями гаджетов, однако в одном случае это приводит к тому, что они учатся лучше (дополнительные возможности и т.п.), а в другом случае – использование гаджетов отрицательно и нейтрально влияет на процесс обучения (отвлекаются от главного, играют в игры, не умеют искать информацию и т.п.). Интересно понять, чем это может быть обусловлено – спецификой самих студентов, спецификой образовательной программы или особенностью гаджетов. Почему для одних использование гаджетов приводит к качественному скачку в эффективности обучения, а для других – оно является губительным и лишь мешает освоению учебных дисциплин [1].

А.М. Таунсенд в своей статье «Жизнь в городе реального времени: мобильные телефоны и городской метаболизм» говорит о том, что с появлением всемирной паутины в 1993 году полностью изменилась жизнь человечества, и это произошло за какие-то несколько лет. Мобильные телефоны стали своего рода «пионерами» в этом процессе. Автор указывает на то, что они «возглавили» выход портативных средств коммуникации на мировой рынок, что, без сомнения, повлекло за собой фундаментальные трансформации в процессах восприятия отдельных людей.

В его статье также сделана попытка определить место и роль мобильных телефонов, новых технологий мобильных коммуникаций в градостроительных процессах, в процессах современной урбанизации. В

исследовании говорится, что по данным на 2000 год в Северной Америке было свыше 95 миллионов пользователей мобильной связи, данная цифра почти догоняла показатели относительно количества Интернет-пользователей. В других же странах, в частности в развивающихся странах, количество пользователей мобильной связи неустанно росло, в то время как количество Интернет-пользователей оставалось довольно незначительным.

Говоря об Интернет-пользователях, А.М. Таунсенд выразил мнение о том, что пользователи смартфонов и сети Интернет должны быть достаточно образованы, чтобы иметь возможность максимально эффективно использовать возможности новых технологий, однако, в то же время говорится, что смартфоны с распознаванием голоса сыграют неоцененную важную роль в жизни тех людей, которые не умеют читать и писать.

Образование – один из старейших и самых фундаментальных социальных институтов. В течение многих веков люди учились и развивались, сформировав определенную систему усвоения знаний. Эта система росла и прогрессировала, заняв основополагающее место в процессе социализации типичного индивида 21 века. Молодая пара, еще не имея детей, уже думает о том, где и как их предполагаемый ребенок будет учиться, понимая огромную важность образования в его жизни. Каждый из нас является участником образовательного процесса в течение своей жизни: мы учимся сами, потом учим и наблюдаем за тем, как учатся наши дети, кто-то занимается профессиональной преподавательской деятельностью. Образование – это часть общества, его характерный признак, на основе которого можно понять уровень его развития [2].

Новые технологии не могли не затронуть сферы образования. Все больше и больше студентов по всему миру не представляют своего обучения без современных гаджетов.

Использование средств информационных технологий в процессе образования открывает дополнительные возможности для качественного улучшения образования, повышения его интенсивности.

Вот ряд основных возможностей, предоставляемых средствами информационных технологий:

1. Компьютерная визуализация учебной информации любого характера: как реальных объектов изучения, так и виртуальных;
2. Архивное хранение больших объемов информации любого характера: графическая, текстовая;
3. Возможность передачи больших объемов информации;
4. Легкая доступность информации;
5. Автоматическое решение вычислительных и информационно-поисковых задач;

6. Облегчает возможность контакта с преподавателем в любой момент времени в случае необходимости, моментальная доступность к необходимым в рамках курса материалам, облегчает контроль успеваемости, как для педагога, так и для обучающегося [4].

Если раньше было более чем достаточно иметь книги, тетради, ручку и мозги, то сейчас в условиях конкуренции современного общества студентам необходимо все больше современных устройств.

У большинства студентов в наше время есть смартфоны и это, разумеется, накладывает свой отпечаток на образовательный процесс: многие прямо на лекциях активно выходят в соцсети или же используют смартфоны при подготовке и сдачи экзаменов.

Тот факт, что использование гаджетов позволяет выходить в соцсети непосредственно на занятиях, негативно влияет на процесс обучения студентов. Однако те, кто действительно хочет получить качественные знания будет по назначению использовать инновационные устройства. Для этого необходимо собственное желание и в определенных случаях сила воли.

Студенты в большинстве своем не слишком полагаются на мобильные устройства в учебе: они считают, что с ними удобнее, но не более того. Тех, кто не знает, как учиться бы без технических устройств, не может представить жизнь без гаджета. Самые активные пользователи электронных устройств – это студенты технических профессий. На втором месте экономисты. После них следуют студенты менеджмента [3].

Что касается реакции преподавателей, то здесь нет однозначных результатов, так как, по словам студентов, все преподаватели по-разному реагируют на гаджеты. Негативная реакция со стороны преподавателя проявляется очень редко.

Очень интересный факт, что чаще всего студенты списывают на таких предметах, как философия, история и литература. Скорее всего, это связано с обширным объемом информации, которая зачастую дается в рамках этих курсов. Менее всего студенты списывают в рамках курсов высшей математики и иностранных языков.

Еще один не менее интересный факт в том, студенты каких курсов списывают чаще всего. На первом месте в таком рейтинге стоят студенты вторых курсов, следом за ними студенты пятых курсов. А первокурсники, напротив, закрывают этот рейтинг, так как имеют страх попасться на списывании, а потому и не прибегают к использованию технических средств.

Как видим, использование гаджетов в процессе образования играет немаловажную роль в жизни студентов. Очень жаль, что студенты воспринимают технические средства все еще чаще как шпаргалку. Лет 5 назад это было нормально, тогда ноутбуки были в большинстве своем



тяжелые и мало работали без сети, телефоны не имели таких больших экранов, а в ходу были КПК. Тогда мобильное устройство действительно подходило больше как шпаргалка, но сейчас это уже полноценный учебный комплекс, использовать его как шпаргалку – это задействовать только 5% возможностей.

Посредством гаджетов студенты получают новую информацию, готовятся к занятиям, записывают лекции – это положительные моменты их использования. Среди негативного воздействия гаджетов на образовательный процесс студентов можно назвать списывание на контрольных, просиживание в соцсетях во время лекций.

Однако, учитывая все плюсы и минусы того, что дают современным студентам гаджеты, я пришел к выводу, что они положительно влияют на процесс образования и развития нового поколения.

#### **Список использованных источников:**

1. Boyd, John. «Flashing the Finger in Japan» The Industry Standard, April 3, 2000. p. 45.
2. Goggin G. Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life. Routledge, 2012. 271 p.
3. Katz J.E., Rice R.E. Social consequences of Internet use: access, involvement, and interaction. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2002
4. Townsend A.M. Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism //Journal of Urban Technology. 2000. Vol. 7, №2. P. 85-104
5. <http://www.dallassouthnews.org/tag/hack-college-survey/>

©Локотков В.П., 2016 г.

**УДК 338.24**

### **ПРЕИМУЩЕСТВА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА**

Баранникова М.В., Иващенко Н.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Ни для кого не секрет, что в настоящее время рынки постоянно развиваются и в их среде происходят постоянные изменения. Это приводит к тому, что предприятия сталкиваются с проблемой выживания при изменении рыночной конъюнктуры. Так, одни из них более успешные, и достигают свои цели, получая при этом выгоду, другие – менее успешные. В такой среде фирмы борются за увеличение доли рынка и получение преимуществ над своими соперниками, что, в свою очередь, усиливает конкуренцию. И менее успешные фирмы, дабы обеспечить свое будущее, формируют стратегические партнерства. Они развивают отношения между

двумя или более независимыми фирмами, которые соглашаются совместно использовать свои ресурсы для достижения некоторых общих целей. Стратегическое партнерство обеспечивает повышение эффективности производства, расширяет возможности, а в ряде случаев без него попросту невозможно решение стратегических задач, поэтому оно столь привлекательно и для лидеров, и для аутсайдеров рынка.

Преимущества кооперации выбирают компании различных организационно-правовых форм, являющиеся субъектами малого, среднего и крупного предпринимательства, функционирующие на разных региональных и отраслевых рынках: от транснациональных нефтяных компаний до небольших специализированных издательств детской литературы со штатом сотрудников несколько человек [1]. Создание благоприятных условий для развития предпринимательства, повышение конкурентоспособности малых и средних промышленных предприятий, развитие наиболее эффективных форм субконтрактных и иных партнерских отношений между малыми, средними и крупными предприятиями – все перечисленное является необходимыми и действенными мерами по развитию предпринимательской среды в России [2]. Сегодня успех бизнеса обеспечивается оптимальным совмещением стратегического партнерства, объединяющего интегрированные предприятия, и системы маркетингового управления, регулирующей это партнерство, развивающей и расширяющей предпринимательскую деятельность и отношения с местными и зарубежными партнерами [3].

Так что же, все-таки, побуждает предприятия формировать стратегические партнерства, каковы их мотивы? Ответ да данный вопрос рассмотрим более подробно.

В результате глобальной конкуренции постоянно растет спрос на новые технологии не только в производстве, но и в управлении, и в маркетинге, стратегические партнерства становятся популярнее, их цель заключается в оказании поддержки конкурентоспособности в соответствующей деятельности. Это достигается за счет использования основных компетенций и специализации друг друга. Стратегическое партнерство принимает разные формы. Это может быть группа, группировка, союз, альянс, ассоциация, консорциумы, коалиция, конгломерат, концерн, содружество, корпорация, объединение, финансово-промышленная группа, картель, синдикат, пул, трест.

Большинство причин формирования стратегических партнерств, связаны между собой, и составляют комбинацию из нескольких. В самом общем виде цель стратегического партнерства можно определить, как получение преимуществ в той или иной области деятельности. Эти преимущества связаны со снижением издержек, получением доступа к новым технологиям, новым рынкам сбыта, результатам маркетинговых

исследований, расширением информационной базы и системы коммуникаций и т.д.

Критический обзор литературы позволил выявить следующие цели создания стратегических партнерств:

Координация деятельности по важным и перспективным направлениям. Это самое простое и первое преимущество, которого добиваются контрагенты, создающие стратегическое партнерство. Умение договариваться сегодня альтернатива конкуренции, что позволяет организациям не соперничать, а соревноваться и сотрудничать, не выживая друг друга с рынка, а увеличивая возможности друг друга.

Объединение ресурсов с целью их экономии или их обновления. Речь идет о всех видах ресурсов (материальных, человеческих, информационных, финансовых). Малым и средним фирмам часто не хватает ресурсов для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, для чего они и создают альянсы. Стратегическое партнерство в этой области позволяет сокращать время и издержки на освоение продукции, информацию о ней и рекламу, сокращать затраты на человеческие ресурсы за счет использования высококвалифицированного научно-исследовательского и инженерного потенциала контрагентов, уменьшать затраты времени на проведение поисковых исследований и разработок, сокращать временной лаг между открытием (изобретением) и появлением нового продукта. Компании могут обмениваться транспортными и распределительными системами, чтобы сэкономить деньги и обеспечить более быструю доставку продукта. Растет квалификация и специализация управления предприятиями.

Диверсификация рисков. Высокие бизнес-риски чаще всего проявляются в научно-исследовательских и опытно-конструкторских областях. Ускорение темпов научно-технического развития отраслей приводит к быстрому устареванию продуктов и технологий, к сокращению их экономических циклов жизни, а риски инвестирования в разработку новых продуктов все увеличиваются. Совместное использование научных исследований и разработок сокращает расходы и ускоряет этот процесс. Партнерство в этой и других областях позволяет диверсифицировать риски.

Совместный маркетинг – это еще один способ распределения рисков и увеличения прибыли. Сегодня чрезвычайно популярно в среде производителей фильмов, книжных издательств, производителей игрушек и владельцев торговых точек быстрой еды, диверсифицировать затраты на рекламные кампании новых продуктов и услуг, что усиливает каждого из участников и позволяет обеспечить им максимальный возврат средств. Совместные продажи и осуществление совместной маркетинговой деятельности снижают риск невостребованности продукции.

Проникновение на рынки и их углубление. Проникнуть на новые рынки и углубить существующий рынок можно через сбытовую сеть партнера по совместной разработке и производству продуктов и услуг. Компании могут принять решение объединить свои усилия для выхода на рынок, на который компании не могли выйти поодиночке. Стратегическое партнерство создает потенциал для освоения более крупного рынка путем привлечения многих новых потенциальных клиентов. Союз с местными компаниями помогает получить достоверную информацию о незнакомом рынке и его культуре. Партнеры могут предоставить результаты своих маркетинговых исследований, знание систем распределения рынков, которые они обслуживают, гарантируя, что продукты быстро выйдут на рынок, и, скорее всего, будут куплены. Все это может создать «плацдарм» и для вхождения в новую отрасль. Организации, работающие в застойных отраслях, входят в альянсы, чтобы наращивать свое присутствие в новых отраслях. Помимо цели расширить и углубить национальный рынок, организации часто ставят своей целью выход на международные рынки, что в связи с государственной политикой и правилами разных стран достаточно трудно. Союз помогает выйти на новые международные рынки путем преодоления политических, экономических и социальных барьеров. Отсюда, мощным мотивом для создания альянсов является снижение входных барьеров путем объединения усилий с другими организациями. Иностранцы могут консультировать компании о том, как изменить продукт для удовлетворения местных потребителей, соблюдения местных правил производства и торговли, и рыночных предпочтений. Они могут помочь с такими вопросами, как перевод документации, преобразование метрической системы мер, соблюдение правил упаковки и т.д.

Доступ к новым технологиям. Стратегические альянсы создают, чтобы получить новые навыки и знания. Получение знаний является одним из наиболее важных факторов в создании альянсов. Партнеры по альянсу узнают друг от друга технологии и технические стандарты, овладевают навыками и опытом работы друг друга. Часто, когда компании сотрудничают над проектом, они обмениваются навыками, которые не предназначены для продажи. Традиционно компании пытались разработать или сохранить все необходимые навыки в собственном доме. Однако когда технологические и административные сложности возрастают, компании начинают осознавать, что они не могут делать все сами. В результате, наиболее конкурентоспособные корпорации сохраняют только свои ключевые компетенции. Пробелы в базах квалификации затем заполняются в процессе партнерских отношений с компаниями, которые обладают недостающими навыками. Эта стратегия позволяет избежать дополнительных затрат и снижает риски, связанные с развитием

собственных навыков. Развитие новых технологий создает совершенно новые рыночные возможности. Первая компания, чтобы создать новую технологию может установить стандарты для своей отрасли просто потому, что она является первым. Тем не менее, некоторые конкуренты могут разрабатывать подобные технологии примерно в то же время. Очень трудно предсказать, чья технология будет устанавливать стандарт для отрасли, поэтому попытка быть первым на рынке с новой технологией может быть очень рискованной. Формирование альянсов является одним из подходов к разработке стандартов в отрасли. Это также увеличивает вероятность того, что стандарты, в разработку которых компания вкладывает деньги, будут приняты во всей отрасли. Стандарты делают рынки, и по этой причине, многие высокотехнологичные компании не могут позволить себе не участвовать в каком-то альянсе, консорциуме или другом объединении совместных усилий.

Помимо выше названных преимуществ стратегических альянсов можно также отметить следующие:

Мобилизация творческого потенциала за счет объединения ресурсов и возможностей.

Расширение информационной базы и знаний.

Доступ к таким нематериальным активам, как фирменное наименование, экспертиза и т.д.

Уменьшение внутренних и внешних неопределенностей окружающей среды. Стратегические альянсы снижают риск конкуренции в будущем, вступая в союз с другой организацией, что открывает новые возможности.

Повышение эффективности за счет достижения экономии на масштабах и вертикальной интеграции. Альянсы помогают повысить производительность, обновить и улучшить использование производственных мощностей. Союзы также создаются для достижения конкурентоспособных преимуществ и увеличения за счет этого прибыли.

Проведение маркетинговых исследований и разработка стратегии являются важнейшими причинами формирования альянса.

Преодоление конкуренции. Компании часто сотрудничают в области маркетинга или распространения, чтобы преодолеть конкуренцию.

От совместного партнерства корпорации хотят получить: капитал, крупные системы распределения, опыт в области маркетинга, сети обслуживания, доверие на рынке и т.д. Таким образом, корпорации, как правило, заключают стратегические договора с теми, кто обладает жизненно важными ресурсами и используют партнерство, чтобы расширить свои умения и навыки в новых областях, достичь определенные положительные экономические эффекты, которые возникают в результате

объединения когнитивных, финансовых, производственных, управленческих и научных ресурсов.

**Список использованных источников:**

1. Матвиенко Д.Ю. Стратегические альянсы в конкурентном взаимодействии компаний / Матвиенко Д.Ю. // Современная конкуренция. – 2010. – № 6.

2. Ракутина Н.М. Стратегическое партнерство в региональном малом бизнесе:

<http://www.egpu.ru/lib/elib/Data/Content/128867578325689541/Default.aspx>

3. Попова Л.В. Маркетинговое управление в формате вертикальной интеграции предприятий партнерской группы «Кнауф» (опыт динамичного развития)// Проблемы современной экономики, №2(6), 2003. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=237>

©Баранникова М.В., Иващенко Н.С., 2016 г.

УДК 338.24

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО  
КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ПРОДУКЦИИ КОРПОРАЦИИ**

Губина Ю.А., Иващенко Н.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в настоящее время предприятиям и компаниям приходится осуществлять свою деятельность в условиях хаотичной, динамичной окружающей среды, которая характеризуется глобальной конкуренцией, быстрыми переменами, сложностью ведения бизнеса. Все это приводит к изменению принципов формирования деловых отношений между партнерами. Интеграционное взаимодействие на основе стратегического партнерства сегодня ключи к успеху в бизнесе. Партнерство организаций предполагает кооперацию ресурсов и координацию деятельности компаний с целью получения взаимных выгод [1].

Понятие «стратегическое партнерство» происходит от сочетания двух слов: «стратегическое» и «партнерство». Первая часть словосочетания «стратегическое партнерство» указывает на долгосрочный, длительный характер, определение «стратегическое» обращает внимание на то, что данный вид партнерства призван обеспечить решение стратегических задач, вторая часть – связана с сотрудничеством, объединением, или, иными словами, интеграцией. Партнер в переводе с английского – это участник какой-либо совместной деятельности. В этом

смысле, если придерживаться теории соучастников в области корпоративного управления, то помимо менеджеров и собственников соучастниками бизнеса являются работники, потребители, поставщики, государственные органы, кредиторы и т.д., а, следовательно, всех их в той или иной степени можно рассматривать как партнеров корпорации или как корпоративных партнеров [2].

Исследование места и роли стратегических партнерств в системе корпоративных отношений представлено в работах отечественных и зарубежных авторов, таких как Х.С. Алхор, А.М. Аракеляна, М.А. Бобиной, А.В.Большакова, К. Боул, Б. Гаррета, М. Гэргета, М. Герлаха, П. Дюссожа, А.Б. Ефимова, Дж. Линкольна, Е.А. Карпухиной, Н. Канга, Б. Дж. Каудена, К. Кулса, Д. Морриса, А. Руса, У. Маейрхофера, М. Портера, С. Сакай, С. Филлипова. В частности, проблематика создания эффективных партнерских отношений между компаниями рассмотрена в работах А. Ван Де Вена, К.Р. Гэрриган, А.К. Ляско, М. Кантер, Р.Л. Уоллеса, П.С. Ринга.

Партнерство – это не простой набор целей, инструментов и методов управления: это образ мышления, бизнес-философия, определяющая как вести дела со своими контрагентами по бизнесу. Сегодня существуют различные формы и типы партнерства, потому что это важно для бизнеса и приносит значительные выгоды.

Стратегическое партнерство ведет к росту доверия и улучшению репутации корпорации.

Уважение, доверие и сотрудничество – это основные принципы партнерских взаимоотношений. Помимо перечисленных следует отметить еще следующие принципы:

общая заинтересованность партнеров во взаимовыгодном сотрудничестве,

долгосрочный характер отношений;

готовность поступиться собственными интересами в интересах стратегического альянса в целом;

наличие эффективных механизмов реализации долгосрочного формата отношений;

правовое обеспечение стратегического партнерства путем заключения двухсторонних договоров и иных документов;

отсутствие зависимости от смены руководства стратегических партнеров, что должно обеспечиваться договорными обязательствами;

надежность долговременных отношений, что реализуется через дисциплинированность, последовательность и прогнозируемость выполнения партнерских обязательств;

высокая двухсторонняя эффективность стратегического партнерства.

Потенциальные выгоды, основанные на тактике стратегического партнерства, легко увидеть на примере сотрудничества корпорации с потребителями продукции, с покупателями. Можно выделить следующие преимущества стратегического партнерства с потребителями на рынке B2B:

- совместные программы разработки продукции, программы ее совершенствования, развития и модернизации;

- минимизация затрат времени, материальных, человеческих и финансовых ресурсов при проведении исследования рынка и максимизация вероятности успеха;

- получение обеими сторонами более полной информации о тенденциях развития рынка, прогнозирование будущих потребностей в улучшении старой и создании новой продукции;

- диверсификация рисков при создании и выведении новой продукции на рынок;

- осуществление совместного финансирования затрат на проведение рекламных кампаний и другие мероприятия по продвижению продукции на рынке;

- формирование отношения доверия и уважения с покупателями для повышения их лояльности.

Стратегическое партнерство обеспечивает надежность выполнения договорных обязательств между предприятием и потребителями продукции, сокращает сроки поставок, улучшается качество и снижает цены на готовую продукцию в результате применения гибкой системы скидок. Растет доверие потребителей к производителю продукции, улучшается репутация и, в конечном счете, растет эффективность деятельности на рынке [3].

Стратегическое партнерство корпорации с потребителями продукции является одной из сильных сторон в борьбе с конкурентами, позволяет достигать высоких результатов своей деятельности и при этом удовлетворять потребности потребителей.

Однако, стратегическое партнерство с потребителями, если речь идет о потребителях на рынке B2B, имеет не только выгоды, но и слабые стороны:

- необходимость считаться с интересами потребителей, несмотря, может быть, на их недостаточную целесообразность для себя;

- интересы участников стратегического альянса могут не совпадать с интересами альянса в целом, что может порождать конфликты;

- конфликты, порождаемые различиями в ведении бизнеса участниками отношений, могут ослаблять сотрудничество между фирмами и препятствовать возникновению длительного и плодотворного партнерства;



наличие конфликтов вызывает необходимость постоянного поиска форм их разрешения;

прочные связи с одним из потребителей могут заставить корпорации отдалиться или ограничить связи с другим;

совместное принятие решений может требовать существенно большего времени, затягиваться и завершаться слишком большим количеством компромиссов;

необходимость преодолевать языковые и кросс-культурные барьеры.

Однако, несмотря на указанные недостатки, эффект от сотрудничества столь велик, что заставляет все больше и больше организаций создавать альянсы, союзы, ассоциации и т.д.

#### **Список использованных источников:**

1. Матвиенко Д.Ю. Стратегические альянсы в конкурентном взаимодействии компаний / Матвиенко Д.Ю. // Современная конкуренция. – 2010. – № 6.

2. Иващенко Н.С., Тимохина Е.Ю. Стратегические партнеры корпорации // Международная научно-практическая конференция «Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность», 25-27 апреля 2016, Москва, МГУДТ: сборник статей в 8 частях. Часть 6 / Под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кашеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., С. 201

3. Тимохина Е.Ю., Иващенко Н.С. Стратегическое партнерство как фактор устойчивой конкурентоспособности корпорации // Социально-гуманитарные проблемы образования, моды и дизайна: сборник материалов Всероссийского научного форума молодых исследователей. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015., с.145-147.

©Губина Ю.А., Иващенко Н.С., 2016 г.

#### **УДК 338.24**

### **К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ**

Опекунова М.В., Иващенко Н.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Видение будущего корпорации, обеспечивающего выполнение ее миссии, всегда является одной из основных задач топ-менеджмента.

Общим проблемам разработки стратегий посвящены работы И. Ансоффа, Э. Боумана, О. Виханского, А. Градова, П. Друккера, Г. Минцберга, М. Портера, К. Прахалада, К. Эндрюс, Г. Хэмела и других. Каждый из ученых давал своё определение стратегии и разрабатывал ее

классификации в рамках интересующей его предметной области исследования. Следует отметить, что на сегодня в науке нет единого определения понятия «стратегия корпорации», выделяется несколько основных подходов к его определению:

- 1) основан на четком выделении миссии, целей и задач организации в процессе разработки стратегии;
- 2) рассматривает стратегию развития предприятия как объединение отдельных стратегических решений;
- 3) представляет собой комбинацию первых двух подходов.

Критический обзор литературы по вопросам стратегического планирования и управления позволил выделить следующее определение стратегии корпорации. Стратегия корпорации – это постоянно уточняемый комплекс взаимоувязанных мероприятий, направленных на достижение целей и обеспечение эффективного функционирования и развития предприятия в долгосрочной перспективе.

Роль стратегии развития весьма многогранна. Стоит отметить, что существование «идеальной» стратегии невозможно.

Во-первых, невозможно разработать «единую» стратегию для всех корпораций, так как стратегия развития должна учитывать уникальные особенности каждой корпорации, от которых будут зависеть не только масштабы стратегических мер, но и механизмы развития, заложенные в стратегию.

Во-вторых, со временем происходят серьёзные изменения в окружении, в котором функционируют корпорации, что также требует внесения изменений, зачастую кардинальных, в стратегию развития. Уникальность стратегии развития каждой корпорации не означает, что невозможно выделить ряд основных типовых видов стратегий, наиболее оптимальных для реализации в определенных условиях, что позволяет рекомендовать их в целях упорядочивания процесса разработки стратегии в корпорации.

Существуют разные методы и инструменты формирования стратегий. Так, Портер предлагал формировать стратегию развития организации в зависимости от занимаемой ею конкурентной позиции на рынке, для чего следует анализировать пять сил конкуренции, дающих специалисту представление о сильных и слабых местах организации на рынке, а также и о наиболее выгодных позициях. Прахалад и Хэмел видели процесс формирования стратегии организации как выделение уникальных свойств организации и создание мер на поддержание и усиление этой уникальности. Эндрюс предлагал для определения стратегии поведения корпорации, прежде всего, анализировать сильные и слабые стороны деятельности организации, возможности и угроз со стороны внешнего

окружения, действие факторов макросреды корпорации, что получило название SWOT-анализа.

Практически все методы формирования стратегии предприятия, так или иначе, основываются на анализе внутреннего и внешнего воздействия среды на организацию, что неудивительно, ведь именно потенциал организации и рыночные условия экономики, в которых она существует, определяют возможные пути ее развития.

Разработка стратегии развития корпорации – многогранный и трудоемкий процесс. Так, стратегия корпоративного развития включает в себя ряд функциональных стратегий, таких как стратегия развития ассортимента и производства продукции, стратегия развития человеческих ресурсов, маркетинговая стратегия, финансовая стратегия и др. Одно из центральных мест в этом отношении занимает производственная стратегия.

Современная экономическая реальность характеризуется высокими темпами преобразований во всех областях деятельности организаций. В таких условиях необходима четкая стратегия производственного развития. Следовательно, надо обеспечить промышленные корпорации соответствующими методическими и практическими рекомендациями, позволяющими им разрабатывать эффективные стратегии производственного развития.

Производственная стратегия – это одна из разновидностей корпоративной стратегии, обычно она представляется в виде долгосрочного плана создания и реализации продукции. Она связана с разработкой и реализацией основных направлений деятельности предприятия в области выпуска продукции [1].

Заслуга в разработке моделей производственной стратегии принадлежит исследователям Гарвардской бизнес-школы Уильяму Абернати, Киму Кларку и др., которые, основываясь на более ранних исследованиях Уикхэма Скиннера, в конце 70-х – начале 80-х г.г. XX века предприняли ряд попыток описания различных типов производственных стратегий [2].

Множество ученых обращало своё внимание на то, каким образом руководители производственных предприятий могут применять свои производственные мощности как стратегическое оружие в борьбе с конкурентами. Основополагающими в их теории являются такие понятия, как фокусировка производства и производственные альтернативы.

У организации в одно и то же время не может быть по всем направлениям максимальных производственных показателей. Одни стратегические бизнес-единицы являются наиболее успешными и перспективными, другие – менее, третьи – только начинают завоевывать рынок и требуют дополнительных затрат для усиления их

конкурентоспособности. Отсюда Бостонская консалтинговая группа предложила все стратегические бизнес-единицы корпораций классифицировать как «дойные коровы», «звезды», «трудные дети» и «дохлые собаки». В этом смысле главное, чего должно добиваться руководство корпорации, – это сбалансированность товарного портфеля, под которой понимается необходимость наличия в товарном портфеле такого количества «дойных коров», чтобы прибыли от их реализации хватало на развитие «звезд» и «трудных детей». При этом товары «трудные дети» или «знаки вопроса» обязательно должны присутствовать в портфеле предприятия, так как именно они завтра эволюционируют в «звезды» и «дойные коровы». Гораздо сложнее обстоит дело в том случае, если организация работает под заказ. Именно так сегодня существует большое число коммерческих научно-технических и опытно-конструкторских организаций. Разработка их товарных портфелей и производственных стратегий во многом зависит от возможностей и направлений развития потенциальных заказчиков, что требует значительных усилий по проведению соответствующих маркетинговых исследований.

В процессе разработки производственной стратегии корпорации преследуют, прежде всего, такие цели, как:

- соответствие производства требованиям заказчиков;
- снижение затрат на производство;
- оптимальная загрузка мощностей.

Производственная стратегия таких организаций призвана обеспечить комплексное решение задач эффективности в соответствии с общей корпоративной стратегией и выпуском рыночно ориентированной продукции, т.е. соответствующей требованиям потребителя по количеству, качеству, цене и уровню сервиса. В этом заключается стратегическая цель производственной стратегии – удовлетворение запросов рынка по ассортименту, объему и качеству выпускаемой продукции, обеспечивая эффективность собственного производства и заданную конкурентную позицию на рынке.

Руководство должно направить силы на разработку четко сфокусированной стратегии, целью которой было бы создание организации, предельно успешно выполняющее ограниченный спектр задач.

Уровень производственных затрат, должен давать возможность организации устанавливать наиболее привлекательные цены и получать прибыль, а также увеличивать и поддерживать потребительский спрос.

**Список использованных источников:**

1. Селиванова Т. А., Атабаева Ш. А. Разработка производственной стратегии на предприятиях отрасли // Молодой ученый. — 2014. — №8. — С. 588-589.
2. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учебник, 2-е изд. перераб. и доп. — М.: Гардарики, 2010
4. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е изд. — М.: Вильямс, 2009
5. Фирсова И. А. Управленческие решения: Учебник / И. А. Фирсова, О. В. Данилова, С. В. Карпова; Под ред. И. А. Фирсовой. — М.: Юрайт, 2013.

©Опекунова М.В., Иващенко Н.С., 2016 г.

**УДК 338.24**

**К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПАРТНЕРСТВА**

Рыжик А.В., Иващенко Н.С.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В век рыночных отношений и изменчивой, не всегда предсказуемой внешней среды очень весомой стороной в совершенствовании организации являются обдуманые и взвешенные расходы ресурсов на поддержание профессиональной деятельности, а также их распределение, что в последующем и предрешает степень экономической результативности предприятия. В этом отношении формирование эффективного механизма взаимодействия с поставщиками ресурсов является одним из наиболее значимых средств выполнения стратегических задач, поставленных корпорацией.

В качестве организационно-экономических мер, направленных на повышение эффективности работы корпорации, необходимо рассматривать ее взаимоотношения с партнерами и, в том числе с поставщиками. Требуется совершенствовать систему экономических отношений корпорации, складывающихся с партнерами в процессе производства продукции, для которых характерна свобода выбора продавцов сырья и материалов, оборудования, рекрутинговых агентств, предоставляющих рабочую силу, и т.д., в направлении создания долгосрочных, глубоких и надежных связей.

Основой для создания эффективного долгосрочного и надежного партнерства корпорации с поставщиками должен стать организационно-

экономический механизм их взаимодействия, разработанный на базе конструктивно-критического анализа современного состояния и накопленного опыта промышленного бизнеса, научно и практически адаптированных к современной экономической реальности, что и определяет актуальность данного исследования.

Партнерство представляет собой механизм, в котором стороны, известные в качестве партнеров, соглашаются сотрудничать для продвижения своих взаимных интересов. Партнерами могут быть физические лица, предприятия, организации по интересам, школы, правительства или их комбинации. Организации могут создавать партнерства, чтобы повысить вероятность каждого достижения своей миссии и для усиления своего влияния.

Слово партнерство берет начало в XIX веке, когда оно было позаимствовано в значении участника совместного действия по отношению к другим участникам игр или танца. Во второй половине XX века оно приобретает экономическое значение – деловой партнер, торговый партнер, участник совместной деятельности [1].

Партнерские соглашения могут быть сформированы в следующих областях.

**Бизнес.** Две или более компании объединяют усилия в создании совместного предприятия или консорциума в:

работе над проектом (например, промышленным или исследовательским проектом), который был бы слишком тяжелым или слишком рискованным для одного субъекта;

объединении усилий, чтобы иметь более сильную позицию на рынке; соблюдении конкретных регулирований (например, в некоторых развивающихся странах, иностранцы могут инвестировать только в форме партнерства с местными предпринимателями). В этом случае альянс может быть структурирован в процессе, сравнимом со сделкой слияний и поглощений.

**Политика.** В этой области партнерством обычно называют союз, в котором правительства могут становиться партнерами для достижения своих национальных интересов, иногда против союзов правительств, имеющих противоположные интересы, как это имело место во время Второй мировой войны и холодной войны.

**Образование.** В системе образования, аккредитованные агентства все чаще оценивают школы или университеты, уровень и качество их партнерских отношений с местными или международными коллегами и различными другими объектами, связанными с социальным сектором.

**Индивидуальное партнерство.** Некоторые партнерства происходят на личном уровне, например, когда два или более лиц, соглашаются на

постоянное жительство вместе, в то время как другие партнерства не только личные, но и частные, известные только вовлеченным сторонам.

Автор работы «Экономика: в начале было слово» Фокин Н.И. [1] выделяет несколько видов партнерств: коммерческое, некоммерческое, полное, ограниченное, стратегическое.

Дадим определение каждому из них.

Коммерческое партнерство – основанная на членстве коммерческая организация, цель которой – получение прибыли.

Некоммерческое партнерство – основанная на членстве некоммерческая организация, цель которой – содействие ее членам в достижении социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и других целей.

Полное партнерство – партнерство, члены которого несут как солидарную, так и общую ответственность.

Ограниченное – партнерство, члены которого несут ограниченную ответственность.

Стратегическое партнерство – сотрудничество партнера с экономически значимым партнером, как правило, на уровне юридических лиц, то есть сотрудничество одной компании с более крупной и мощной в финансовом отношении компанией, которая может обеспечить ресурсы для достижения ее стратегических целей.

В некоторых случаях партнерские отношения между поставщиком и его клиентом приобретают форму совершенно нового предприятия. Одной из существеннейших особенностей этого альянса является ориентация всех участников союза на достижение некой стратегической цели. Определение «стратегическое» обращает внимание на то, что данный вид партнерства призван обеспечить решение стратегических задач [2]. Другая важная особенность стратегических альянсов – совместное использование ресурсов. Все стратегические альянсы предполагают сотрудничество партнеров и привлечение ими капиталов и управленческих ресурсов с целью повышения конкурентоспособности партнеров [3].

Для организаций важен поиск деловых партнеров, которые помогут им достичь поставленной цели. Деловой партнер – это коммерческая организация, с которой другая коммерческая организация имеет дело, ведет бизнес. Поиск делового партнера – это процесс поиска покупателей или клиентов, поставщиков, людей, имеющих лицензии и патенты, и т.д.

Автор статьи «4 совета как идти дальше и быстрее с помощью стратегического партнерства» Мэтт Эрликман [4], который ранее был директором по стратегическому планированию, а сейчас является генеральным директором крупной компании, выделяет несколько правил,

основываясь на которых организация может найти себе наиболее подходящего бизнес партнера.

Мэтт Эрликман пишет, что некоторые предприниматели не решаются сотрудничать с другими компаниями из-за страха попасть под подавляющее влияние, потерять контроль над ситуацией, но партнерство может быть весьма полезным, если все сделано правильно.

Для тех, кто задумывается о формировании партнерства или планирует его, автор статьи предлагает несколько правил о том, что для этого следует сделать:

Определить свои возможности. Любая компания может составить большой список партнеров, с которыми они хотели бы работать менее, чем за час. Сложность заключается в том, чтобы определить, что вы можете предложить, и согласовать эти предложения с компанией, которая подходит для осуществления одной из ваших целей.

Следует рассмотреть компании, которые могли бы принести ценных клиентов, доверие или новые связи. Ключ поиска партнера в согласованном видении и желании получить больше, чем просто транзакционные отношения. Скорее всего, организация будет работать в тесном контакте с этими компаниями в течение длительного периода времени, так что в интересах каждого убедиться, что настрой, видение будущего и культура совпадают.

С помощью партнерства наращивать свои темпы роста. Если вы говорите с клиентами, инвесторами или другими потенциальными партнерами, вам необходимо доверие, чтобы получить необходимые ресурсы для достижения цели. Сотрудничество с большим, хорошо известным брендом через взаимовыгодное партнерство является способом быстро создать свой собственный бренд и доверие к нему.

Убедиться, что у своей компании имеются необходимые ресурсы. Компании необходимо выделить ресурсы для партнерских отношений. Это означает, что обе стороны должны иметь капитал, человеческие ресурсы и руководителей, чтобы иметь возможность вложить время, энергию и деньги в партнерство. Следует удостовериться, что компания выполняет эти обязательства.

Тем не менее, следует помнить, что большинство партнерских отношений не будут такими, какими их задумывали в самом начале, у компаний могут поменяться цели и потребности.

Согласовать условия и двигаться в своем направлении, оставаться верным своим целям. Часто в ситуации, когда молодые фирмы состоят в отношениях с более крупными, более солидными компаниями случается так, что больший бизнес использует свой вес, чтобы получить то, что он хочет. Это оставляет меньшую компанию в неудобном положении. Не следует позволять этому случиться. Крайне важно убедиться, что сделка



оформлена таким образом, чтобы позволить сохранить контроль над своей компанией.

Как правило, лучше держаться подальше от предоставления исключительности той или иной компании, чтобы не оказаться в проигрышном положении в долгосрочной перспективе.

Мэтт Эрликман всегда оценивает партнерские отношения прагматично, рассматривая их в каждом случае на индивидуальной основе.

Часто поиск деловых партнеров – это сложный, долгий и трудоемкий процесс, требующий анализа слабых и сильных сторон своей организации, ее стратегий и целей, но, в конечном счете, создание прочных и взаимовыгодных партнерских отношений оказывает положительное влияние на фирму, ее имидж, эффективность работы и многое другое, что в итоге повышает ее конкурентоспособность на рынке.

#### **Список использованных источников:**

1. Фокин Н.И. Экономика: в начале было слово. [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary-economics.ru/art-20> (Дата обращения: 18.11.2016)

2. Иващенко Н.С., Тимохина Е.Ю. Стратегические партнеры корпорации // Международная научно-практическая конференция «Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность», 25-27 апреля 2016, Москва, МГУДТ: сборник статей в 8 частях. Часть 6 / Под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кашеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., С. 201

3. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: учебник. М: Инфра-М, 2009.

4. Matt Ehrlichman. 4 Tips to Go Further, Faster with Strategic Partnerships. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.entrepreneur.com/article/233450> (Дата обращения: 18.11.2016)

©Рыжик А., Иващенко Н.С., 2016 г.

**УДК 301+001**

## **ЗНАНИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ИННОВАЦИЯМИ**

Куликов А.А., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

На сегодняшний день знание является основным источником ценности, и в данном ключе необходимо отметить, что новыми экономическими лидерами стали те организации, что научились применять знания эффективно и структурированно. Рассмотрение знания как объекта

управления институциональными инновациями есть явление закономерное, вытекающее из общего развития сегодняшнего мира. Для начала рассмотрим само понятие знаний и возможность их использования в современных реалиях, а также определим их отношение к институциональным инновациям.

В современной научной литературе термин «знание» имеет трактовку в широком и узком смыслах. В широком смысле «знания» – это информация, данные, а также знания в узком смысле слова. В узком смысле дефиниций больше, однако, в наиболее подходящем для данного случая определении «знание» трактуется как совокупность опыта, ценностей, контекстной информации и экспертных оценок, которыми обладают люди [2, с. 174-176].

Необходимо также установить, что знание есть информация осмысленная, т.е. информация, вписанная в определённый, справедливый для данного конкретного случая, контекст, что характерно в первую очередь для институционального подхода, когда рассмотрение объекта не ограничивается одним лишь анализом экономических категорий и процессов в чистом виде, а присовокупляет также и анализ окружающих исследуемый объект институтов при учёте воздействия внешних факторов [3, с. 11]. Поэтому знание не может существовать вне субъекта. В данном процессе примат отдаётся в первую очередь практике, в ходе которой знание апробируется и используется для достижения запланированных целей, при этом порождая новый комплекс знаний. Приобретение ценности знанием происходит только при его использовании.

Знание как ключевая и интегральная характеристика деятельности качественно меняет основы и механизмы в управлении: организация в данном случае воспринимает себя в форме субъекта, генерирующего, интегрирующего, защищающего и применяющего знания, что приводит к созданию нового интеллектуального механизма управления – концепции управления знаниями. Задачами нового управленческого метода входит систематическое формирование, обновление, распространение и применение знаний с целью максимизации эффективности работы.

Современное экономическое развитие базируется на ценности человеческого потенциала и потоке знаний в терминах инноваций. Основа современного развития – знание. Конечно, в данном случае этот постулат наиболее применяем к знаниям организации. Однако, нельзя однозначно утверждать, что ранее организации в своей деятельности знания не использовали. Правильным будет упомянуть, что компании базировали свои действия на применении материальных познаний (компетенции, навыки сотрудников, а также знания в виде техники, оборудования). В современном виде изменившиеся подходы к менеджменту вызвано акцентированием динамического знания, т.е. знания об изменениях в

организации, а также наличия двух характеристик: управляемости знания и возможности использования знания как механизма управления организацией.

Таковым образом, задача передового управления видится в том, чтобы развить и сберечь креативные мысли и знания, а потом претворять их в жизнь там, где они смогут принести наибольшую выгоду. Всё это требует от организации наличия умений по эффективной работе со знаниями и инновациями, а также последующую их коммерциализацию, что требует обособления данных видов деятельности.

Знание на сегодняшний день интегрируется в систему управления организацией, обеспечивая принятие своевременных, адекватных и выверенных решений, вызванных изменениями в её функционировании. Сегодня организации должны воспринимать и позиционировать себя как генераторов, пользователей и защитников знаний. Интеллектуальная основа нового механизма управления – это концепция управления знаниями, которая предполагает интегрированный взгляд на систему управления в целом.

Управление знаниями является современным перспективным направлением междисциплинарного исследования и непосредственного применения на практике в первую очередь в области стратегического менеджмента. Синтезирование опыта в технологии управления знаниями, его всесторонний анализ, детекция возможности использования новообразованных моделей и механизмов с учётом конкретной ситуации и особенностей хозяйствующих субъектов превращаются в одну из главных задач теории и практики управления.

Реализация концепции управления знаниями на практике видится возможной в форме системы, которая, кроме прочего, имеет возможность использоваться как механизм менеджмента организации, базирующийся на знаниях. Данная система должна быть интегрирована в общую организационную систему управления, при этом являясь базисом стратегического развития организации. Для создания системы управления знаниями в первую очередь необходимо представлять данную систему в комплексе, со всеми взаимосвязями её элементов между собой и с системой управления организации. Только в данном контексте можно говорить о системном управлении знаниями [4, с. 16-17].

Наибольшее влияние на видоизменение и трансформацию обмена знаниями влияют информационно-коммуникационные технологии, возможности ЭВМ и интернета. Примером новообразовавшейся методики можно привести краудсорсинг, который заключается в передаче знаний (который используется обыкновенно персоналом организаций или внешним контрагентом) неопределённо большой группе людей в форме публичной оферты. Обыкновенно данное предложение подразумевает под

собой получение нового знания – это может быть равно как создание новой технологии или продукта в виде программного обеспечения, создание баз данных (или электронных энциклопедий), либо обработка большого количества информации. Некоторые примеры использования краудсорсинга показывают небывалый объём обмена знаниями, который происходит в рамках проекта. Основой краудсорсинга является свободный и открытый обмен знаниями большого количества людей, возможный благодаря современным способам коммуникации. В своей практике краудсорсинг ставит перед управленческой и экономической науками задачи доньше нерешённые и новые, в основе которых стоит предположение о знаниях и информации как об общественном благе [5, с. 66-69].

Рассмотрев в комплексе понятие «знания» как совокупность информации и элемента жизнедеятельности организации, перейдём к их роли в управлении институциональными инновациями.

Институциональные инновации – это такие изменения институциональной структуры, которые придают принципиально новое качество её элементам, либо предполагающие появление нового элемента институциональной структуры (субъекта, объекта, механизма институциональной среды), который разрешает возможные существующие противоречия между элементами институциональной структуры и / или внешней средой [3, с. 15-18].

Институциональные инновации могут в своей основе иметь как прежние, давно установленные нормы, так и возникать безо всякой связи с прежними институтами в т.н. институциональном вакууме, когда вообще отсутствуют какие-либо установки и нормы [1, с. 574-577]. Процесс институциональных изменений запускается путём консолидации внешних изменений и внутреннего агрегирования знаний субъектов.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно сделать однозначный вывод – знание есть тот самый компонент, стартер институциональных инноваций. Умелое, технологическое управление знаниями, наличие высокого уровня достоверности к используемой информации, позволяет проводить инновации в жизнь с минимальными (насколько это представляется в каждом конкретном случае) издержками [5, с. 155]. Экономика знаний базируется на институциональной структуре, предполагая использование соответствующих экономических стимулов и особого режима, содействующего широкому распространению и эффективному использованию локальных и глобальных знаний во всех секторах экономики, способствующих развитию предпринимательства, а также служить стимулом к социальной и экономической трансформации, причиной которой является революция знаний [3, с. 25-27].

Следовательно, знания как объект управления институциональными инновациями есть один из самых главных компонентов, без которого разработка и качественный рост эффективности производственных процессов или продукции (а также услуг) не представляется возможным.

**Список использованных источников:**

1. Воробьева И. М. Институциональные основы управления инновационной деятельностью // Молодой ученый – 2015 – №10 – С. 574-577.

2. Жуликова, О.В. Роль знаний и образования в информационном обществе / О.В. Жуликова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки – 2010 – №10 – с. 174-179

3. Ливанский М.В. Управление институциональными инновациями: Учебное пособие. – М.: ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2016 – с.114.

4. Румянцева И.В. Управление обменом знаниями как фактор развития современных организаций: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Румянцева Ирина Викторовна – Москва, 2009.

5. Суслов Д.С. Управление знаниями на разных этапах жизненного цикла организации: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Суслов Дмитрий Сергеевич – Москва, 2004. – 179 с.

©Куликов А.А., Ливанский М.В., 2016 г.

**УДК 001:658.5**

**РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ  
В ПРОЦЕССЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Гулько И.А., Назмиева И.И., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

В информационной экономике на каждом предприятии такие активы, как знания имеют особую ценность. Вывести продукт на рынок более эффективно, чем конкуренты возможно только благодаря экспертным знаниям в различных областях деятельности субъектов управления. Поэтому все большее количество промышленных предприятий начинают относиться к таким знаниям как к своим нематериальным активам, а многие из них относят их выше, чем материальные и финансовые активы. Знания становятся стратегически важным активом, и нет сомнения в том, что будущее любого промышленного предприятия напрямую зависит от его способности искать, хранить, создавать, обменивать и распространять

знания. В то же время, в управленческой практике выделилась и получила самостоятельное развитие новая функция – управление знаниями, к сфере действия которой отнесены аккумуляция интеллектуального капитала, выявление и распространение имеющихся информации и опыта, создание условий для передачи знаний и вовлечения их в хозяйственный оборот [1, с. 20].

Рекомендации по формированию решений в области управления знаниями в инновационном процессе промышленных организаций представляют собой ряд следующих шагов.

1. Формирование тезауруса. Менеджер инноваций формирует перечень ключевых слов, определяющих его предметную область (задача, проект и т.д.). Количество слов не ограничивается.

2. Менеджеру инноваций необходимо классифицировать входящий файл для дальнейшего удобства работы с ним. Данный этап также содержит работу формализованных/неформализованных моделей, что означает возможное применение действий над ним (формализовать, удалить, изучить и классифицировать).

3. К новому файлу необходимо «привязать» термины из заранее сформированного тезауруса. Количество терминов может быть разным, в зависимости от содержимого файла и интерпретации данных менеджером. Данное действие необходимо для того, чтобы в дальнейшем, при необходимости, найти этот файл при помощи ключевых слов тезауруса. Данный способ напоминает использования технологии «облака тэгов».

4. Помимо самостоятельной работы менеджера инноваций, также необходима информационная поддержка. Речь идет о формировании тематического словника (ТС). Путем извлечения лексических единиц (слов и словосочетаний) из документа создается тематический словник. На основании ТС формируется первоначальный список понятий (СП) предметной области (ПО), а затем выполняется подсчет часто повторяющихся слов из списка понятий, и на основе них формируются узлы онтологии РОД – ВИД. Соответственно, в рамках предлагаемой методики, онтология формируется двумя способами – самим менеджером, что позволяет вручную редактировать, и за счет информационных средств.

5. Процесс извлечения информации подразумевает два процесса – формирование поискового образа и формирование списка релевантных документов. На этапе формирования образа релевантного документа из запроса пользователя выделяются значимые слова и термины ПО, которые используются для формирования поискового образа с применением эвристических правил и вывода на онтологии. Образ релевантного документа представляет собой результат работы, который включает в себя: набор терминов, которые должны содержаться в документе; набор характеристик документа; набор требований к результату поиска, таких

как количество документов, автор, язык и т.д. На этапе построения запроса менеджером инноваций, с помощью атомарной модели выполняется преобразование запроса в набор терминов и понятий, соединенных логическими связками, такими как синоним, омоним, род-вид, часть-целое, ассоциация, средство для, причина, следствие.

6. После проведенного «отсечения» лишних документов, результаты поиска отображаются в удобном менеджеру виде [2, с. 132].

Основное преимущество предлагаемых рекомендаций по формированию решений в области управления знаниями заключается в повышении эффективности инновационной деятельности и конкурентных способностей промышленных организаций, а также сохранения и организации компетенций сотрудников, занятых в трудовой деятельности. Предполагаемые выгоды от внедрения системы управления знаниями в целом могут отличаться между различными промышленными организациями в зависимости от того, с какими данными они работают. В связи с этим, единый подход к технико-экономическому обоснованию проектов по созданию и внедрению СУЗ, пригодный для всех промышленных организаций, не представляется возможным, поскольку ценность этих систем зависит от структуры организации, ее потребностей и целей, которые оно перед собой ставит [2, с. 146].

#### **Список использованных источников:**

1. Дасаев Е.О. Разработка подхода к развитию СУЗ для применения на предприятиях в сфере НИОКР (на примере MBDC). // Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация).- М: 2015.

2. Бакулин А.А. Развитие системы управления знаниями в процессе инновационной деятельности промышленных предприятий.// Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.- М: 2015.

©Гулько И.А., Назмиева И.И., Ливанский М.В., 2016 г.

**УДК 001:658.5**

### **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

Филимонова Д.А., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Развитие организации на протяжении многих десятилетий является вопросом, интересующим не только исследователей в области экономики и менеджмента, но и управленцев в целом. Формирование различных подходов к этому имеет в основе своей единственную цель – узнать, за

счет каких факторов происходит развитие организации, тем самым понять, как сделать деятельность организации максимально эффективной [1, с. 3].

В связи с этим сформировалось целое направление по изучению развития организации, подход, который получил название жизненный цикл организации (ЖЗО). В основе любого жизненного цикла организации лежит набор факторов или характеристик, которые терпят различного рода изменения при переходе от одного этапа жизненного цикла к другому. Данные переходы сопровождаются разнообразными кризисами организации, с которыми необходимо справляться также за счет рассматриваемого перечня факторов. По этой причине целесообразно провести исследование, углубив рассмотрение жизненного цикла организации по направлению конкретной функциональной области – управления знаниями [1, с. 3].

Формирование экономического и организационного развития фирмы требует:

- установления определенного режима, способного вовлечь всех участников данного процесса;
- эффективного использования имеющихся ресурсов знаний у компании;
- создания новых ресурсов знаний;
- постоянного развития и поддержания интеллектуального капитала.

Знания сегодня являются основным источником ценности, и можно отметить, что лидерами новой экономики стали организации, которые научились эффективно и структурировано управлять знаниями, то есть воплощать знания в новые продукты и услуги.

Жизненный цикл организации является постоянным фактором, а управление знаниями – переменным фактором, между ними существует зависимость, которая означает, что внедрение и развитие управления знаниями в организации может повлиять на её положение на кривой жизненного цикла, то есть способствовать развитию организации [2, с. 25].

Рассмотрим жизненный цикл организации с учетом теории управления знаниями. В качестве источника используем модель ЖЦО И. Адизеса.

Ухаживание. На этой стадии предприниматель обдумывает свои идеи. Организации еще нет.

Младенчество. Компания уже имеет предпринимательские функции. Пока не приходится говорить о целенаправленном управлении данным процессом, образованная компания только начинает накапливать знания.

Юность. Компания сильно меняется, и управлять ей самостоятельно становится очень трудно. Начинается подбор профессиональных управленцев, которые уберут старые недостатки с помощью своих приобретенных знаний.



**Расцвет.** В ходе организации компании используются новейшие технологии, растет интерес к спросу. Компания делает все для клиента, конкретно, что он захочет видеть в продукте.

**Стабильность.** Меняются цели, увольняют старых работников и руководителей, заменяя их на новых. Слежение за тенденциями и новинками. Потребитель доволен.

**Аристократизация.** Снижение интереса к завоеванию новых рынков. Организация больше не хочет выпускать новую продукцию, она делает ставку на ранние её достижения. Компания перестает следить за информацией от потребителя.

**Бюрократизм.** Руководство теряет контроль. Существует возможность продлить компании жизнь искусственным образом, с помощью государственной или другой поддержки. Организация может выжить, но шансы не велики.

**Смерть.** Нехватка рабочих мест. Исчерпание всех ресурсов. Никто не стремится к новым знаниям. Отсутствие хорошей мотивации. Потеряны все клиенты.

Формирование каждого этапа требует подробного экономического и организационного развития, установления определенного режима, способного вовлечь всех участников данного процесса в эффективное использование имеющихся у них ресурсов знаний, создание новых ресурсов знаний, и постоянное поддержание и развитие интеллектуального капитала. Основным фактором создания добавленной стоимости, поддержания конкурентоспособности и общего экономического развития организации становится организационная активность в области управления знаниями.

**Список использованных источников:**

1. Суслов Д.С. Роль знаний в информационном обществе. Интеллект.\\ Инновации. Инвестиции.- №1.-2013.

2. Суслов Д.С. Комплексная система управления знаниями в организации (с учетом жизненного цикла организации).\\ Экономика и предпринимательство.- №1.-2013.

©Филимонова Д.А., Ливанский М.В., 2016 г.

**УДК 67:339.9**  
**РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**  
**В РАМКАХ СОЗДАНИЯ ЕАЭС**

Смирнов Д.А., Ливанский М.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Роль социально-экономических институтов в функционировании экономики определяется их задачами и функциями, которые они фактически выполняют и должны выполнять. В самом общем случае основной задачей, стоящей перед социально-экономическими институтами, является создание институциональной среды, предназначенной для регулирования поведения экономических агентов [1, с. 114].

ЕАЭС – как новое перспективное интеграционное объединение – стоит перед сложной практической задачей по созданию внутреннего рынка (в соответствии со ст. 28 Договора о ЕАЭС), экономического пространства, в котором обеспечивается свободное передвижение товаров, лиц, услуг и капиталов [2]. Устранение препятствий в развитии деятельности по оказанию услуг между резидентами государств – членов ЕАЭС – необходимое условие усиления процесса интеграции и содействия устойчивому и сбалансированному экономическому и социальному прогрессу.

Евразийский экономический союз – это международная региональная организация, обладающая международной правосубъектностью и учрежденная в соответствии с Договором о ЕАЭС. Государствами – членами Евразийского экономического союза являются Республика Беларусь, Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Армения и Кыргызская Республика.

Первым шагом развития легкой промышленности в рамках ЕАЭС, стало проведение экспертной группой комплексного анализа состояния легкой промышленности государств-членов Евразийского экономического союза в 2013 году. Анализ позволил выявить ключевые проблемы развития этой отрасли. Уже в январе 2014 г. был подготовлен и принят первый отраслевой документ – Рекомендация Совета ЕЭК «О развитии сотрудничества государств – членов Таможенного Союза (ТС) и Единого Экономического Пространства (ЕЭП) в отрасли легкой промышленности». Этим документом предусмотрен ряд мероприятий, направленных на создание условий для углубления промышленной кооперации, стимулирования развития и повышения инвестиционной привлекательности отрасли и формирования плана мероприятий по

развитию отрасли легкой промышленности государств-членов в рамках ТС и ЕЭП [3, с. 16-33].

Следующим шагом стала разработка и принятие комплексного плана мероприятий по развитию легкой промышленности государств-членов на среднесрочный период (на 2015–2016 г.г.), который был утвержден решением Межправсовета от 29.05.2015 № 3. План содержит комплекс системных мероприятий, направленных на обеспечение условий для повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности отрасли путем развития межотраслевой и межгосударственной кооперации, обеспечения участия производителей сторон в государственных закупках, реализации мер по борьбе с нелегальным ввозом, производством и оборотом продукции, а также улучшения обеспеченности производителей сырьевыми ресурсами [4].

Реализация Плана позволила национальным производителям продукции легкой промышленной более эффективно встраиваться в глобальные цепочки производства продукции, обеспечивая повышение доходности данного сектора за счет расширения рынков сбыта.

24 февраля 2016 года директор Департамента промышленной политики Евразийской экономической комиссии Владимир Мальцев в рамках III-го Международного форума «Легпромфорум-2016: легкая промышленность России в современных экономических условиях» рассказал о влиянии Евразийского экономического союза (ЕАЭС) на развитие промышленности. По его мнению, основными направлениями развития легкой промышленности в Союзе должны стать увеличение интенсивности импортозамещения в России с вовлечением в этот процесс производителей всех стран ЕАЭС, развитие кооперации, создание цепочек добавленной стоимости, евразийской технологической платформы по легкой промышленности, производство в Союзе новой конкурентоспособной продукции. Он так же отметил, что ключевыми вопросами являются развитие экспортного потенциала с использованием глобальных электронных торговых площадок и инновационное развитие отрасли. Владимир Мальцев полагает, что эффективно развивать легкую промышленность можно только за счет совместных усилий правительств стран ЕАЭС по поддержке отрасли [5].

20 сентября 2016 года, в Москве на площадке ВДНХ в рамках крупнейшей федеральной оптовой ярмарки товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности «Текстильлегпром» прошло заседание экспертной группы в сфере легкой промышленности. В заседании приняли участие представители департаментов Евразийской экономической комиссии, уполномоченных государственных органов, отраслевых ассоциаций легкой промышленности, а также крупнейших производителей отрасли и научных кругов стран Евразийского

экономического союза. Были обсуждены основные итоги работы отрасли стран Союза в прошлом году и первом полугодии этого года, взаимодействие с российской ассоциацией розничной торговли «Аккорд» по продвижению продукции легкой промышленности государств-членов в торговые сети. Рассмотрены предложения стран по реализации совместных кооперационных проектов и итоги реализации Плана по развитию легкой промышленности государств Евразийского экономического союза на 2015-2016 годы [6].

Особое внимание было уделено механизмам реализации совместных кооперационных и инвестиционных проектов, совместному освоению в отрасли новейших технологий, актуальным мерам поддержки производителей. Эти механизмы предусмотрены в проектах рекомендаций Комиссии, разработанных для реализации мероприятий Плана.

В целях ознакомления бизнеса и производителей с конкретными инвестиционными проектами, эксперты договорились организовать их презентацию на производственных площадках государств Евразийского экономического союза. В части совместного освоения новых технологий была отмечена необходимость формирования общей базы уже имеющихся в государствах-членах инновационных разработок и уточнения потребностей производителей в этих разработках. Эксперты одобрили основные положения о механизмах поддержки производителей, в том числе при поставке продукции на рынки третьих стран.

**Список использованных источников:**

1. Ливанский М.В. Управление институциональными инновациями: Учебное пособие. – М.: ИТД «ПЕРСПЕКТИВА», 2016.

2. «Договор о Евразийском экономическом союзе» (Подписан в г. Астане 29.05.2014)(ред. От 08.05.2015) – Статья 28 // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс»

URL:

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163855/5d9b701e2dd72def5faf731400583d66f4be1442/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/5d9b701e2dd72def5faf731400583d66f4be1442/)

3. Основные итоги 2014 года // Евразийский Экономический Союз. Архитектура будущего. Годовой отчет 2014. - М.: Пресс-служба Евразийской Экономической Комиссии, 2014.

4. Созданы условия для развития легкой промышленности в государствах ЕАЭС // Евразийская Экономическая Комиссия  
URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/24-11-2016-2.aspx>

5. Основные направления развития лёгкой промышленности в ЕАЭС обсуждены на форуме «Легпромфорум-2016» // Евразийская Экономическая Комиссия

URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/26-02-2016-3.aspx>

6. Эксперты стран Евразийского Экономического Союза обсудили инструменты развития промышленного сотрудничества в легкой промышленности. // Евразийская Экономическая Комиссия

URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/21-09-2016-5.aspx>

©Смирнов Д.А., Ливанский М.В., 2016 г.

**УДК 35.354**

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Амбарникова В.И., Крюкова Е.Л., Губачев Н.Н.  
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Тема развития малого и среднего предпринимательства в России обсуждается не одно десятилетие. Государство применяет различные административные и экономические механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства (далее МСП). В настоящее время в России действуют 5,5 млн. субъектов МСП, в том числе 2,6 млн. малых предприятий – юридических лиц и 2,9 млн. индивидуальных предпринимателей. Они обеспечивают работой 18 млн. россиян, которые производят 20% валового внутреннего продукта России. Однако принятых мер по данному вопросу недостаточно, что подтверждает статистика.

В Бразилии 17,2% граждан трудоспособного возраста являются начинающими предпринимателями, в Китае – 15,5%, в США – 13,8%. Россия сильно отстает по данному показателю (4,7%), тем самым уступая Индии (6,6%) и ЮАР (7%). Доля экспорта в 2014 г. МСП в общем обороте экспорта России составила около 6%. По данным ОЭСР, этот показатель у МСП развитых стран колеблется от 25% до 35%. Инновационная и инвестиционная активность МСП остается низкой [1, с. 2-4].

В связи с этим Правительство РФ разработало Стратегию развития МСП до 2030 г. Данная программа нацелена на достижение следующих показателей:

- увеличение в 2,5 раза оборота МСП в постоянных ценах по отношению к 2014 г. (в реальном выражении);
- увеличение в 2 раза производительности труда в секторе МСП в постоянных ценах по отношению к 2014 г. (в реальном выражении);

- увеличение доли МСП в валовом внутреннем продукте с 20% до 40%.

Административные меры. Наименьшие затраты при соблюдении актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность – новый качественный показатель государственной политики. В связи с этим Правительство РФ планирует:

- сократить перечень показателей, сроков и периодичности представления отчётности;

- развивать интерактивные сервисы для взаимодействия между предпринимателями и органами государственной власти и местного самоуправления.

Продолжится работа по дальнейшему упрощению правил ведения бухгалтерского учёта на малых и средних предприятиях.

Развитие информационной инфраструктуры. На электронной площадке «Открытое правительство» и предпринимательских объединениях будет обеспечено регулярное обсуждение инициатив в сфере развития МСП.

Кроме этого Федеральная корпорация МСП разрабатывает бизнес-навигатор. Эта геомаркетинговая информационно-аналитическая система будет предоставлять информацию о рыночной среде, перспективных местах для развития бизнеса, каталоге типовых бизнес-планов для различных видов деятельности, существующих видах поддержки МСП.

Экономические меры. Реализации государственной поддержки МСП будет способствовать также увеличение доля участия МСП в государственных закупках. Планируется, что государственные корпорации и организации с государственным участием будут в обязательном порядке проводить закупки у МСП, если начальная цена лота не превышает 200 млн. рублей. Если цена начальная цена лота больше 200 млн. рублей, но менее 400 млн. рублей, то заказчик по своему усмотрению будет осуществлять закупку у МСП.

Стратегия определяет увеличение годового объёма закупок у МСП, осуществляемых государственными корпорациями и компаниями с государственным участием, в совокупном стоимостном объёме договоров в 2030 г. до показателя «не менее 25%».

Согласно Стратегии, МСП будет развиваться в монопрофильных муниципальных образованиях. Кроме этого планируется предоставлять льготы на приобретение или долгосрочную аренду сельскохозяйственных земель для личных приусадебных хозяйств в целях последующей реализации произведённой продукции на местных рынках.

Также государству предстоит разработать дополнительные механизмы снижения арендных ставок, повысить уровень

информированности предпринимателей о возможностях получения имущественной поддержки.

Субъектам МСП до 1 июля 2018 г. предоставлена возможность преимущественного права выкупа арендуемого ими имущества, находящегося в государственной собственности либо в муниципальной собственности.

Фактический мораторий на увеличение налоговой нагрузки в ближайшие 3 года должен обеспечить стабильность налоговой системы и развитие инвестиционной активности в сфере МСП. Необходимо принять решение о сохранении моратория в отношении увеличения налогов, уплачиваемых малыми и средними предприятиями, на долгосрочную перспективу [1, с. 25].

Развитие кадрового потенциала малых и средних предприятий остаётся важным фактором их конкурентоспособности, чему будет способствовать:

- внедрение программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников малых и средних предприятий;
- развитие обучающих программ по основам предпринимательства, налогам, бухгалтерскому учёту, вопросам интеллектуальной собственности и проектной деятельности;
- предоставление образовательных услуг с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

На наш взгляд, одной из главных проблем в подготовке кадров для инфраструктур поддержки МСП является отсутствие системного подхода. Считаем, что целью подготовки кадров для инфраструктур поддержки МСП должно стать формирование высокопрофессиональных команд, способных обеспечивать необходимое качество обучения и оказывать действенную консультационную и профессиональную поддержку начинающим и опытным предпринимателям.

Полагаем, что привлечению внимания общества к проблемам МСП будет способствовать активная информационная политика. Объявление очередного года Годом предпринимательства, выявление лучших практик и распространение их в бизнес среде, проведение форумов среди студентов по выявлению бизнес-идей, дальнейшее уменьшение административных барьеров поможет раскрыть предпринимательский потенциал страны.

Популярными стартовыми проектами для молодёжи может стать оказание услуг в сфере Интернет-технологий, т.к. люди именно этого возраста владеют необходимой информацией, следят за новинками в сфере информационных технологий, а подобные проекты требуют относительно малых вложений.

**Список использованных источников:**

1. Буздалина О. Б. Развитие государственной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях экономической неопределенности: Монография / О. Б. Буздалина. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. - 86 с.

2. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года».

**©Амбарникова В.И., Крюкова Е.Л., Губачев Н.Н., 2016 г.**



## Авторский указатель

Амбарникова В.И. ....	157	Картушин Е.А. ....	120
Анисимова Е.В. ....	10	Квач Н.М.....	91
Афоница О.А. ....	5	Кириллов В.П.....	7, 59, 65
Баранникова М.В. ....	129	Киселев А.П.....	107
Белова В.....	80	Ковальчук А.Е. ....	110
Бондаренко М.В.....	76	Комаров Г.А. ....	3, 22, 56, 71, 76
Васянин А.А.....	62	Конкина А.Б. ....	34
Гамарко Ю.О.....	14	Константинова Г.М. ....	37
Губачев Н.Н. ....	10, 157	Косякова С.А.....	99
Губина Ю.А. ....	134	Крюкова Е.Л. ....	157
Гулько И.А.....	149	Кузнецов Е.А. ....	34
Данилевская Н.О.....	103	Кузнецова А.В. ....	86
Данильченко А.А.....	71	Куликов А.А. ....	145
Ерёмина А.А. ....	17	Куликова Т.А. ....	113
Ерисова Н.Д. ....	22	Ливанский М.В...40, 53, 145, 149, 151, 154	
Ероценкова Е. ....	26	Литау М.А.....	122
Зотов В.В. ....	5	Локотков В.П. ....	126
Иванова Ю.А.....	59	Морозов Р.В.....	69
Иващенко Н.С..129, 134, 137, 141		Мясоедова Ю.И. ....	65
Извальцева М.Я.....	17	Назарова В.Ю. ....	40
Ишмуратов Р.Р.....	83	Назмиева И.И.....	149
Камышева А.В. ....	30	Носова Д.А.....	49
Карпова Е.Г. ....	37		

<b>Огурцова Н.С. ....</b>	<b>17, 34, 56</b>	<b>Скоцкая Т.В. ....</b>	<b>71</b>
<b>Одинцова О.В.....</b>	<b>14, 30</b>	<b>Смирнов Д.А. ....</b>	<b>154</b>
<b>Опекунова М.В.....</b>	<b>137</b>	<b>Смирнова Е.В.....</b>	<b>103, 113, 115</b>
<b>Орлова А.А. ....</b>	<b>5</b>	<b>Соловьева Ю.О.....</b>	<b>91</b>
<b>Орлова М.....</b>	<b>80</b>	<b>Соломяный Р.Н. ....</b>	<b>95</b>
<b>Панкратов А.И.....</b>	<b>3</b>	<b>Титов В.Н.....</b>	<b>110</b>
<b>Перегудова Т.А.....</b>	<b>43</b>	<b>Федорова А.О.....</b>	<b>7</b>
<b>Пурыскина В.А. ....</b>	<b>107</b>	<b>Федотова Д.О. ....</b>	<b>115</b>
<b>Раков Н.О.....</b>	<b>89</b>	<b>Феклисова А.А.....</b>	<b>49</b>
<b>Рамазанова С.Р. ....</b>	<b>46</b>	<b>Филимонова Д.А.....</b>	<b>151</b>
<b>Редько Д.В.....</b>	<b>69</b>	<b>Хабибуллина Ю.З.....</b>	<b>53</b>
<b>Рыжик А.В. ....</b>	<b>141</b>	<b>Хоменко С.К.....</b>	<b>10</b>
<b>Сергеева А.В.....</b>	<b>73</b>	<b>Чекалова А.В.....</b>	<b>46</b>
<b>Синякин Н.Ю.....</b>	<b>62</b>	<b>Шахова С. ....</b>	<b>56</b>