

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	8
Секция III.МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА	9
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТЕХНИЧЕСКОГО НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Абрашкин М.С., студент	9
СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖЕР	
Абрашкин М.С., студент, Поталицына Л.М., доцент	10
ОБОСНОВАНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ	
Абрашкин М.С., студент	12
КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ: НЕТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА	
Агафонова И.Ю., студент, Красовская К.С., студент, Фаина Е.А, студент	13
ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ, СВЯЗАННЫЕ С ЕЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИМ ПОЛОЖЕНИЕМ	
Адова А.В., студентка	15
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОАО «РЖД»	
Акимова Т.А., студент	17
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ	
Антонова И.С., ассистент	19
РАБОТА В КОМАНДАХ С ПОЗИЦИИ ТЕОРИИ ОЖИДАНИЙ	
Бабич Ю. Ю., студент; Бочанов Т. Г., студент; Сумин Д. В., студент,	21
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА СТАДИИ РАЗРАБОТКИ И ПРОИЗВОДСТВА	
Богданов В.А., студент;	24
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В УСЛОВИХ КРИЗИСА	
Болдакова К.А., студент; Криницына З.В., доцент	26
ЯПОНСКИЙ ОПЫТ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ КАК ПРАКТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	
Бондарева А.Ю., студент; Коврижина А.Н., студент	28
РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	
Бородин А.Ю., студент	30
ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	
Брезгина Е.Е. студент; Щеглова Т.В. студент	32
МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИИ НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПЕРЕМЕЩЕНИЯ РАБОЧЕГО СТОЛА МНОГОКООРДИНАТНОГО МЕХАТРОННОГО МАНИПУЛЯТОРА	
Бузырева А. С. - студентка, Сергеев Д. В. -студент	34
ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ ПЕДАГОГОВ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	
Бурыхина Ю.П., студент	36
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ	
Вахтангури Ш.Р., студент	38
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	
Вершинская А.И., студент	40
ОБОСНОВАНИЕ УСТАНОВЛЕНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ГРАНИЦ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ	

Воробьева Т.Г., студентка.....	42
СТРАТЕГИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ	
Гнедаш К.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель.....	43
СТРАТЕГИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ	
Гнедаш К.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель.....	44
КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КАК МЕРА ВЫЖИВАЕМОСТИ БИЗНЕСА В КРИЗИСЕ	
Горденко Д.А., студент; Ермушко И.А., студент; Никитин П.А., студент.....	45
ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Городникова Ю.В., студент.....	48
ДЕВАЛЬВАЦИЯ РУБЛЯ	
Гребенников М.М., студент, Багаев К.А., студент.....	50
МЕТОДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ КАДРОВ В СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ	
Григорьев М.И., студент.....	52
РАЗРАБОТКА БЮДЖЕТОВ В СООТВЕТСТВИЕ С МСФО	
Данилова М.Н., студентка.....	53
МЕТОДИКА ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОЧИХ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ НОРМАТИВНОГО ПОДХОДА И МЕТОДА ВИЛКИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА (ВСТ)	
Дерябина Е.В., ст.преподаватель.....	54
ИЗУЧЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	
Довгаль А. А., студент.....	56
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА НАЧАЛЬНОЙ СТАДИИ РЕАЛИЗАЦИИ	
Елисеева В.В., студент; Антонова И.С., ассистент.....	58
СОЗДАНИЕ БИЗНЕС-КОМАНД И ОПЫТ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ SIFE	
Емельянова Е. А, Гречушникова В. А., Закирова И. Ш., студенты,.....	60
ВНЕДРЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ	
Еремина К.Е., студент; Хныкин С.А., студент.....	61
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА США	
Ефимова О.Ю., студент; Габдуллина Э.Р., студент.....	63
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНДЖЕМЕНТ	
Ефимова Ю. Б., студент; Хасанова В.Х., студент.....	65
ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Жарова Т.Ю., студентка; Зеленова Е.С., студентка.....	67
ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА ISO 9001	
Жиркеева К.А., студент.....	69
ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В НЕФТЕГАЗОВУЮ ОТРАСЛЬ	
Зеленова Е. С. студент, Жарова Т.Ю., студент.....	71
К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ	
Зуева А.С., аспирант.....	73
МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРА, НЕОБХОДИМЫХ ЕМУ В ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СИТУАЦИИ	
Ислямов И.Ш., студент; Васильев А.А., студент.....	75

УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ

Калинина М.М., студент 78

МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ (МВО): ХАРАКТЕРИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Каммер И.А., студент..... 81

ФАКТОРЫ, ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Карибова Л.В., аспирант..... 83

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Кашафтинова К.А., студент 85

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РОССИИ

Кирсанов Д.А., студент; 87

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СОЦИОНИКИ

Киселева Е.С., аспирант 89

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ КОМАНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Классина О.С., магистрант..... 91

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ЧЛЕНСТВА РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Ковальчук Т.В., студентка 93

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кривоzubова А.Е. 95

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Крисковец Л.А., студент 96

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

Кузьмина Е. В. , студентка; Коршунова Л.А., к.т.н., доцент 98

УЧЕТ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНЕРГИИ

Кузьмина Н.Г., ст. преподаватель..... 100

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Лемза А.Л., студент 102

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРА

Маскова К.Р., магистрант; Кильдигулов Т.И., магистрант 105

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Мертус Ю.А., студентка..... 107

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФОРМА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Михальченко Е.В., доцент; Верховская М.В., доцент..... 109

БЕНЧМАРКИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Мухамедова М.М., студентка..... 111

ГИПОТЕЗА О НООСФЕРЕ И ИДЕОЛОГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Нагайцев П.М., студент..... 113

ВЫБОР АЛЬТЕРНАТИВ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Напрюшкина А. Н., студентка..... 115

СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАДРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Нардина С. А., аспирант 117

РАЗВИТИЕ ГОРОДА ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСС АГЛОМЕРАЦИИ

Ослопова Ю.Ю. 119

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОАО «КЭЗСБ» ПО УРОВНЮ ЕГО КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ	
Мельникова Н.С., Парфимова Е.Ю., студентки.....	122
ИНСТРУМЕНТЫ ВСЕСТОРОННЕГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ	
Петухов О.Н., доцент, к.э.н.	124
ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Плахута К.Ю., студент	126
ПОЛИТИКА ЗАНЯТОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ	
Половников И.В., аспирант.....	128
УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Порватова А.В., студент	130
АНАЛИЗ ТАРИФОВ IPHONE 3G ОПЕРАТОРОВ СЕТЕВОЙ СВЯЗИ	
Прасолов П.В., студент.....	132
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СТРЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ	
Пыхтова Т.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель.....	133
РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА «УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА КАЧЕСТВО» ДЛЯ ОАО «СИБЭЛЕКТРОМОТОР»	
Руднева А.В., студент	135
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И СТИМУЛЫ К ИННОВАЦИЯМ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ	
Савостина О.А., студент.....	137
ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	
Саулина О.В., студент.....	139
УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	
Саулина О.В., студентка	141
БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСОНАЛ	
Серикова Г.Н. – доцент, Сериков А.Л. –.....	143
РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ КОМПАНИИ	
Спесивцева А.Л.....	147
РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В АНАЛИЗЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Спесивцева А. Л., магистрант	149
СПОСОБЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г.ТОМСКЕ	
Спирина Е.Н., Павлова О. В., студентки.....	151
ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	
Стародубцева Д.В., студентка	153
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ «ARIS» ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	
Тарабановский А.А., аспирант	155
ПРОБЛЕМЫ НАБОРА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА	
Теущакова Н.В., студент;.....	157
КАЙДЗЕН: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА	
Токарева М.В., студент	159

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Трофимова С.С., студент 161

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

Тухватулина Л.Р., доцент; Черепанова Н.В., доцент 163

ЯПОНСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА И ЕЕ СПЕЦИФИКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Усманова А.А., студентка; Дойникова Е.П., студентка 165

КРЕАТИВНЫЙ И ЭВРИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ 167

Феденкова А.С., ассистент 167

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ МЕТОДОМ РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ

Федосеенко Т.В., студентка 169

РЫНОК ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ РОССИИ

Харитонов К. А. студент; 171

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Хрупин И.М., студент 173

МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА КАК ФОРМЫ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕВИЖИМОСТИ

Цой М.Е., аспирант 175

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Чебан Д.П., студент ИЭФ 176

КАК МОТИВИРОВАТЬ ПЕРСОНАЛ?

Шеренговская Ю.Е., студентка; 179

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Щеглова Т. В., магистрант 181

СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Юдина К.В., студент 183

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

Яркова И.А., студентка 185

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сегодня Томский политехнический университет входит в число крупнейших технических вузов России и представляет собой научно-образовательный комплекс с хорошо развитой инфраструктурой научных исследований, инновационной деятельностью и подготовки кадров высшей квалификации.

Томский политехнический университет, основанный в 1896 г., стал крупнейшей за Уралом кузницей инженерных кадров и лидером в сфере образования и науки.

ТПУ активно участвует в крупных международных программах и проектах, таких как TEMPUS, DAAD, TACIS, INTAS, REAP, FULBRIGHT. Наш университет получил первым в России сертификат National Quality Assurance (NQA, Великобритания) на соответствие Системы Менеджмента качества ISO 9000.

Огромное внимание в ТПУ уделяется развитию молодежной и студенческой науки. На факультетах и кафедрах ежегодно проводятся более 130 научных мероприятий: конференций, школ, конкурсов, олимпиад, совещаний и праздников. В университете действует 30 молодежных объединений, в том числе 2 международных.

Ощутимый вклад в международную науку вносят и кафедры инженерно-экономического факультета ТПУ. Экономические науки начали преподаваться в университете с 1904 г. И первая лекция по политэкономии была прочитана 26 октября профессором Михаилом Николаевичем Соболевым. Событие было знаменательным, так как в то время ни в России, ни на Западе политэкономия в технических вузах не преподавалась. Примерно в это же время сформировалась кафедра политэкономии, которая за столетнюю историю своего существования внесла большой вклад в развитие экономического образования и подготовку инженерных кадров для Сибири и Дальнего Востока.

Бережно сохраняя традиции ТПУ и осуществляя единство фундаментальных и прикладных исследований, инженерно-экономический факультет стремится к освоению новых направлений современной экономической теории, решению проблем менеджмента, маркетинга и экологии; к формированию у будущих специалистов нового видения будущего Российской экономики.

На протяжении последних лет все кафедры ИЭФ ведут огромную работу по привлечению талантливой молодежи к участию в научно-практической конференции «Энергия молодых – экономике России».

Атмосфера торжественного праздника науки и творчества, царившая на конференции, надолго останется в душе каждого из ее молодых участников. Останется этот праздник и в памяти ее организаторов не только потому, что каждый из нас искренне болел и переживал за это интересное дело, но и потому, что оно одарило энергией молодости, радости и творчества.

Ученый секретарь конференции,
доцент кафедры маркетинга
и антикризисного управления

Н.В. Варлачева

Секция III. МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТЕХНИЧЕСКОГО НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Абрашкин М.С., студент

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: Evderyabina@ms.tusur.ru

Научный руководитель Дерябина Е.В., ст. преп.

Одним из направлений по повышению экономической эффективности производственной деятельности машиностроительного предприятия является снижение внутренних производственных затрат. Поэтому на передний план выходят задачи организации труда на предприятии и обоснованного формирования заработной платы, что непосредственно связано с нормированием и системой оплаты труда. Ключевую роль при этом играет техническое нормирование труда. Под техническим нормированием труда понимается определение времени выполнения работы на основе установленного технологического процесса при рациональной организации труда и производства. На данный момент при решении этой задачи предприятия сталкиваются с серьёзными трудностями – организационными и техническими.

На многих предприятиях произошло расформирование подразделений, которые занимались техническим нормированием, и их функции были возложены на другие отделы, что в свою очередь снизило эффективность выполнения соответствующих задач, таких как увеличение сроков нормирования изделий, уменьшение доли технически обоснованных норм (при условии расширения использования норм, которые получены с применением методов аналогий, точность которых в большей части обусловлена субъективными факторами и хронометражностью норм). Как следствие, нормы перестали служить стимулом к повышению эффективности труда, они лишь регистрируют его затраты при сложившемся организационно-техническом уровне производства.

Помимо этого, руководство предприятий зачастую игнорирует важность восстановления механизма контроля за эффективностью производства и расходом производственных ресурсов.

Следует также отметить, что на предприятиях до сих пор используют нормативно-справочную литературу, которая существенно устарела (она использовалась ещё в советские годы). Поэтому, используемые в настоящее время методы нормирования не обеспечивают формирования общей базы для оценки эффективности функционирования производственной системы и описания единиц производственной номенклатуры с использованием показателей, базирующихся на их объективных конструкторско-технологических свойствах.

Решение столь не простой проблемы как обеспечение технического нормирования на машиностроительном предприятии, должно происходить комплексно и предусматривать создание системы технического нормирования (СТН), которая будет включать в себя:

- определение технико-экономических задач для СТН на конкретном предприятии;
- разработку структуры подразделений для обеспечения СТН
- создание стандартов предприятия и определение оптимальных методов технического нормирования;
- оценка трудоёмкости изготовления изделия в соответствии с применяемыми технологиями, конкретными производственными условиями и имеющимся персоналом;
- реинжиниринг бизнес-процессов предприятия в области организации и нормирования труда и формировании перспективной структуры СТН;
- мониторинг и анализ эффективности труда на предприятии, которые направлены на создание программы мероприятий, направленных на её повышение.

В результате проведения мероприятий, разрабатывается концепция комплексного метода технического нормирования, обеспечивающая решение практически всего спектра задач, стоящих перед СТН на машиностроительном предприятии, которая подразумевает существование нескольких уровней декомпозиции нормируемого изделия в соответствии со степенью детализации о нём. Оно рассматривается как единое целое с учетом его классификации, функционального назначения, габаритно-весовых характеристик, используемых при его изготовлении материалов и комплектующих. Выстраивается структура изделия с учетом иерархии деталей – сборочных единиц, для каждой из которых формируется вектор технологических переделов и соответствующих конструктивно-

технологических элементов; определяется конструктивно-технологическая сложность каждого элемента иерархии и всего изделия в целом.

Использование данных методов обеспечивает повышение точности оценки, увеличивается объем необходимых исходных данных и объем затрат на сам процесс оценивания. Выбор уровня должен определяться в соответствии с требованиями решаемой производственной задачи.

В основу созданного метода положено использование показателя конструктивно-технологической сложности машиностроительного изделия, которое является его неотъемлемым атрибутом и представляет собой меру затрат ресурсов на его изготовление.

Менеджмент современного машиностроительного предприятия должен осуществляться в условиях единого информационного пространства, формирование которого невозможно без широкого использования автоматизированных систем, решающих, в том числе, задачи организации и нормирования труда.

На основе данных методов технического нормирования разработаны автоматизированные системы технического нормирования, которые позволяют автоматизировать практически весь комплекс задач по прогнозированию, оценке и технически обоснованного расчёта трудоёмкости изготовления машиностроительного изделия на основных этапах его жизненного цикла с использованием показателя конструктивно-технологической сложности.

В основу СТН положено использование показателя конструктивно-технологической сложности машиностроительного изделия, которое является его неотъемлемым атрибутом и представляет собой меру затрат ресурсов на его изготовление. Техническое нормирование широко используется при внутризаводском проектировании производства. При технико-экономическом планировании технически обоснованные нормы времени служат исходным началом для определения производственных мощностей отдельных агрегатов, участков, цехов и предприятий в целом. Они необходимы для обоснования производственных программ и расчета потребного числа рабочих для их выполнения. Оперативно-календарное планирование использует технически обоснованные нормы для разработки производственных графиков, предназначенных для обеспечения повседневного ритмичного выпуска продукции каждым цехом, участком и рабочим местом.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖЕР

Абрашкин М.С., студент, Поталицына Л.М., доцент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Развитие современных предприятий в значительной степени зависит от внутренних факторов: состояния организации производства, уровня технологий, совершенствования направлений по управлению предприятием. Состояние отечественных предприятий определяются крайне высоким уровнем издержек производства и низким качеством выпускаемой продукции. Даже после 1992года, когда в результате перехода к новой экономике, предприятия России очень быстро из дефицитного рынка перешли в конкурентный рынок. Именно этот переход сыграл ключевую роль в становлении Российского менеджмента: Наши деловые, предпринимательские способности слишком долго подавлялись, а когда наступила свобода действий, то инициатива, предприимчивость набирали обороты.

Динамичное развитие экономики, ключевую роль в которой, особенно в последние годы, занимают инновации, создало предпосылки для создания новых подходов к управлению и на смену традиционной модели, которая теряет свою эффективность, пришли новые модели.

Новые подходы к управлению создаются для нового вида организационных структур – горизонтальных, гибких и распределенных, сфокусированных на управление людьми, знаниями и интерфейсами, охватывающие различные части бизнес - процессов воедино. Данная модель характеризуется скачкообразными изменениями и нарастающей сложностью взаимосвязей между разными сегментами, процессами и участниками бизнеса.

Руководители высшего звена должны начать осознавать, что им необходимо изменить свои мысли и поступки путем создания внутри компаний атмосферы радости, тепла, эффективного труда и отсутствия страха, что решение многих проблем заключается в балансировании работы и личной жизни сотрудников, а также в сопоставлении их личных устремлений с устремлениями организации. Это будет способствовать созданию атмосферы открытого общения, устранив чувство страха и повысит удовольствие, получаемое от работы. Что бы современный менеджер был востребован на рынке труда, ему необходимо переходить к новой модели менеджмента.

Сейчас настало то время, когда необходимо понять, что решение проблем корпорации лежит не во внедрении косметических концепций менеджмента, таких как, сбалансированная карта показателей,

управление компетенциями и т.д. Чаще результаты таких традиционных концепций несут косметический и поверхностный характер и в некоторых случаях ведут к противоположному результату. Сущностью данной проблемы является отсутствие некоторых важнейших элементов. Традиционные подходы обычно слишком размыты и забывают о человеческом факторе. В большинстве случаев не существует четкой связи со стратегией организации, а баланс между устремлениями отдельных сотрудников и устремлениями организации регулярно игнорируется. В этом и заключается главная причина бесконечных провалов мероприятий по улучшению проектов сбалансированных карт показателей и внедрения систем управления компетенциями.

Подобная неадекватность руководителей приводит к тому, что многие компании продолжают испытывать на себе высокую степень мысленного отсутствия своих сотрудников, ограниченную мотивацию персонала, низкую производительность труда. Также компании сталкиваются с проблемами, связанными с состоянием стресса и хронической усталости своих сотрудников, преобладающим чувством страха и отсутствием у работников самосознания. В то же время в таких компаниях отсутствуют чувство доверия и знание направления движения компании.

Хороший менеджер старается ставить перед подчиненными интересные задачи, а также привлечь персонал к участию в принятии решений. Практика показывает: если человек участвует в принятии решений вместе с руководством, он работает намного эффективнее, чем когда ему приходится выполнять уже готовые решения. Необходимо также гибкое руководство. Люди делятся на две категории — над одними надо «с палкой стоять», и они должны знать, что контрольное «око не спит». А другие сами все сделают. Целесообразно дать больше самостоятельности, пусть сами решают поставленные задачи. Но при этом необходимо периодически контролировать.

У персонала организации не должно возникать недоверия к управляющему персоналу. Доверительное отношение к сотрудникам крайне необходимо, чтобы дать им понять, насколько их высоко ценят. Это доверие будет оправдано с лихвой. Давая работнику больше поручений менеджер обеспечивает возможность работнику проявить себя, повысить самооценку посредством работы, мотивируя его на достижение новых целей. Таким образом, управленец, создав себе больше свободного времени, может заниматься вопросами человеческого фактора, т.е. контакта со своими подчиненными.

Неуправляемое и пагубное поведение менеджера может превратить отличную работу в жалкое ее подобие. Подчиненные не только теряют свою продуктивность и творчество, но и, ко всему еще, не выполняют свои рабочие обязательства. Неэтичное поведение менеджера создает атмосферу недоверия и страха и как результат негативно влияет на продуктивность. Что еще хуже, это приводит к увеличению затрат предприятия или компании. Работник, являющийся живым существом, который находится в процессе выполнения работы и у которого присутствует недостаток внутреннего обязательства или вообще его отсутствие, является одним из главных элементов, влияющих на затраты.

Классическая модель основывается на управлении активами, сконцентрировав внимание на цифрах. Она иерархична, строга, не готова к риску под действием боязни обвинений в неудачах; применима только к той среде, которая изменяется медленно, эволюционно. Новая модель нацелена на управление способностями. Она сфокусирована на создании ценностей, уполномочивании подчиненных, на интуиции и системном анализе. Современный менеджмент характеризуют следующие положения: - отказ от приоритета классических принципов школы менеджмента, согласно которым успех предприятия определяется прежде всего рациональной организацией производства продукции, снижением расходов, развитием специализации, то есть влиянием управления на внутренние факторы производства. Вместо этого первостепенной становится проблема гибкости и адаптированности к постоянным изменениям внешней среды. Значение факторов внешней среды резко повышается связи с осложнением всей общественных отношений (в том числе политических, социальных, экономических).

Современные менеджеры готовы пойти на риск, поощряют за революционные идеи, раскрытие талантов, творческих способностей персонала. Их основными атрибутами являются:

- лидерское мастерство;
- предпринимательское творчество;
- стратегическое мышление;
- коучинг;
- венчурное управление;
- ориентация на инновации;
- целенаправленность;
- этичное поведение;
- управление возможностями;
- управление переменами.

Новый тип менеджеров – это предприимчивые лидеры. В основе их предпринимательского лидерства лежит то, что они смотрят на себя, как на предпринимателей, управляющих собственным

бизнесом.

Современному управленцу необходимо научиться определять, что дает бизнесу каждый рыночный элемент, определённый клиент, отдельный товар, регион сбыта, чтобы обратить все усилия на наиболее перспективных клиентов, товары и рынки сбыта, необходимо следить за множеством разнообразных параметров и оптимизировать их.

Основу деятельности менеджера составляет процесс принятия решений. Его ключевыми моментами является: сбор и анализ информации, подготовка возможных альтернатив, выработка решений по определённым критериям, анализ результатов, учет, контроль, создание корректирующих разработок на эти воздействия.

В этом вопросе в данный момент в Российской практике менеджмента отмечаются следующие тенденции:

- отсутствие достоверной оперативной информации;
- небрежная сегментация рынков;
- нестабильный набор управленческих инструментов.

Отсутствие достоверной оперативной информации создаёт предпосылки для того, чтобы большинство ресурсов было вне поля видимости. Большую роль занимает уровень обобщения информации: для директора - одна, для заместителей - другая и порядок ее определения.

Такой важный критерий как сегментация рынков происходит зачастую небрежно, неадекватно, и какой-то её макет существует лишь в виде набросков в голове руководителя. Непоставленный должным образом точный учет по определенным сегментам рынка сказывается на принятии управленческих решений. В России обычно ограничиваются социально-экономической и географической сегментацией. В странах Запада пристальное внимание уделяют не только этим показателям, но и другим, таким как психологическая сегментация клиентов, сегментация, определяемая экологическими параметрами.

При формировании результативно и эффективно действующей системы менеджмента ключевую роль играют специфика и назначение объекта управления, его структура и взаимосвязи, хотя в последнее время большинство менеджеров, руководителей предприятий, бизнесменов все чаще приходят к выводу, что нет универсальных критериев и показателей. Они сами разрабатывают их для себя, опираясь на такие моменты, которые присущи именно их организациям.

Характеристики менеджмента выступают исходным условием формирования процессов управления, выбора средств воздействия и последовательности основных функций. Специфика, качество решаемых проблем и состояние объекта управления позволяют формировать процессы развития системы менеджмента.

ОБОСНОВАНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ

Абрашкин М.С., студент

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: Evderyabina@ms.tusur.ru

Научный руководитель: Е.В. Дерябина, ст. преподаватель

В себестоимости любого товара или услуги лежит человеческий труд: в среднем удельный вес фонда оплаты труда колеблется в пределах 30%. Производительность труда работника непосредственно зависит от условий, в которых выполняется работа.

Комплексная оценка условий труда называется аттестацией рабочих мест.

В условиях большого наличия рабочих мест и при многочисленности кадрового состава аттестация рабочих мест становится долгосрочным и затратным мероприятием и может повлечь серьезные финансовые последствия. Работодатель, планируя аттестацию рабочих мест, всегда стоит перед выбором: либо откупиться от работников доплатами "за вредность", либо улучшить условия труда, но при этом лишить работников оснований получать повышенную заработную плату, за счет компенсации за особые условия труда. В настоящее время мероприятия по улучшению условий труда включаются в коллективный договор, это приводит к тому, что работники также вынуждены выбирать между своим здоровьем и денежной выплатой.

Создание благоприятных условий труда способствуют сохранению здоровья работников предприятия и улучшению их трудовых навыков, а также увеличению работоспособности и производительности труда, уменьшению текучести кадров и, как следствие, улучшению дисциплины на производстве. Неотъемлемыми атрибутами условий труда является – техника безопасности, представляющая комплекс средств и мероприятий, которые внедряются в производство с целью создания

здоровых и безопасных условий труда, что определяет главную задачу администрации предприятий.

В настоящее время аттестации рабочих мест по условиям труда отводится ведущая роль в системе работ по охране труда в организациях. Начавшиеся с 1997 г. работы по оценке условий труда постепенно набирали темпы. С 1 сентября 2008 г. Введен в действие новый «Порядок проведения аттестации рабочих мест по условиям труда», утвержденный приказом Минздравсоцразвития России от 31.08.07 № 569 (зарегистрирован в Минюсте России 29.11.07 № 10577).

В соответствии с новым документом результаты аттестации используются в целях:

- 1) оценки профессионального риска как вероятности повреждения (утраты) здоровья или смерти работника, связанной с исполнением им обязанностей по трудовому договору и в иных установленных законодательством случаях; контроля и управления профессиональным риском, что предполагает проведение анализа и оценки состояния здоровья работника в причинно-следственной связи с условиями труда, информирование о риске субъектов трудового права, контроль динамики показателей риска, а также проведение мероприятий по снижению вероятности повреждения здоровья работников;
- 2) из системы обязательного социального страхования: определение скидок и надбавок к страховому тарифу для предприятия, в отношении расчетов по несчастным случаям на производстве и профессиональных заболеваний;
- 3) создания баз данных существующих условий труда на уровне организации, муниципального образования, органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации и на федеральном уровне;
- 4) обоснования планирования и финансирования мероприятий по улучшению условий труда на предприятии, в том числе за счет средств из ФСС от несчастных случаев на производстве, а также профессиональных заболеваний;
- 5) обоснования ограничений труда для отдельных категорий работников;
- 6) предоставления работникам, которых принимают на работу, соответствующей и достоверной информации об условиях труда на данных рабочих местах, о существующем риске повреждения здоровья, защите от воздействия вредных и опасных производственных факторов; гарантиях и компенсациях, полагающихся работникам, которые заняты на тяжелых или с вредными и опасными условиями труда, работах.

Аттестация рабочих мест проводится созданной в установленном порядке аттестационной комиссией, которая состоит из специалистов, прошедших специальную подготовку и уполномоченных федеральным органом исполнительной власти.

**КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ:
НЕТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА**
Агафонова И.Ю., студент, Красовская К.С., студент, Фаина Е.А., студент
Томский политехнический университет
E-mail: azazel_2008@inbox.ru
Научный руководитель: Серикова Г.Н.

Конкурентная борьба постоянно ставит перед руководством любой организации проблему выживания и победы. И все чаще в современном менеджменте в качестве главного критерия успешности звучит тема персонала. До настоящего времени учет индивидуальных возможностей сотрудников является самым «труднопредсказуемым параметром». К нетрадиционным методам подбора персонала сегодня прибегают все больше работодателей. Как правило, нетрадиционные методы, прежде всего, являются дополнительными рычагами для выявления информации. Той информации, которую нельзя выявить путем простого интервью. Эти методы незаменимы на самой начальной стадии подбора персонала.

Каковы цели оценки при подборе персонала? По большому счету их две: оценить, подходит ли рассматриваемый кандидат на данную позицию, и спрогнозировать, насколько эффективно он сможет работать в компании в дальнейшем. Нас интересует профессиональная компетентность и личностные качества человека, его психологический портрет. Признаться честно: точный ответ на эти вопросы не даст ни психологический тест, ни глубинное интервью, ни любые другие ухищрения. Уже слишком сложно запрограммирован мозг человека, слишком глубоко "зашит" в нем инстинкт самосохранения, заставляющий человека своим поведением скрывать имеющиеся недостатки. На практике мало у кого имеется возможность использовать профессиональные тесты при оценке и отборе персонала. Да и расшифровывать результаты при этом должен специалист-психолог, который имеется далеко не в каждой компании. Важно, что в каждом конкретном случае у нас будет совершенно разный портрет "идеального

кандидата" по компетенциям и по личностным качествам. Чаще всего необходимо будет рассматривать оцениваемого с точки зрения его психологической совместимости с будущим руководителем, и это имеет решающее значение. Рассмотрим некоторые из нетрадиционных методов оценки.

Метод стрессового интервью. Цель стрессового интервью – определить стрессоустойчивость кандидата. Для выявления стрессоустойчивости кандидата для него создают стрессовые условия и наблюдают, как он будет на них реагировать. Стандартный сценарий подобного интервью:

1. опоздание на собеседование представителя работодателя;
2. высказывание невнимания к заслугам, степеням, образованию кандидата: «Ну и что, что вы из МГУ, у нас оттуда даже уборщица»
3. потеря резюме кандидата
4. создание неудобных условий (подпиленная ножка стула, слишком высокий стул, яркий свет в глаза)
5. неожиданные действия со стороны рекрутера (швыряние ручки в лицо и др.)

Надо сказать, мастер стрессового интервью после проведения последнего, признается соискателю, каковы были цели «пытки». На фоне отрицательных последствий стрессового интервью, нельзя не отметить его полезность при отборе кандидатов на определенные должности, где требуется высокая толерантность и терпеливость, например, секретарь или кассир в банке.

Brainteaser interview. Дословно название переводится как «интервью, щекочущее мозг». Этот метод особенно любят российские представительства западных компаний. Суть его в том, что кандидату необходимо дать ответ на незамысловатый вопрос или решить логическую задачу. Цель: проверить аналитическое мышление и творческие способности соискателя. Целевая аудитория – работники умственного труда и креативщики (программисты, менеджеры по рекламе, консультанты). Наибольшую популярность этот метод получил в компании Microsoft.

Вопросы Brainteaser- интервью можно разделить на несколько групп:

1. Небольшие логические задачи с четко заданными ответами.
2. Задачи, у которых нет четкого ответа. В ответах на подобные вопросы ценятся логичность хода размышлений и креативность решения.
3. Упражнения, в которых требуется показать оригинальность мышления.

Соционика. Эта наука изучает процесс переработки информации из окружающего мира психикой человека. Согласно соционической концепции, психика людей может быть представлена в виде 16 возможных вариантов восприятия и обработки информации. Всем социотипам присвоены названия, исходя из того, какая известная личность или персонаж похожи на представителя данного социотипа по своему поведению (Штирлиц, Робеспьер, Бальзак, Драйзер, Гамлет, Джек и др.). Существует несколько способов типирования людей: тестирование, интервьюирование, наблюдение за поведением, физиогномика. В основе определения типа личности лежит использование тестов. Наибольшей популярностью пользуются такие тесты, как опросник MBTI, тест Кейрси, тест И.Вайсбуда тест БУНС. Но обращать внимание при типировании следует в первую очередь не на формальные ответы на вопросы теста, а на невербальные признаки – поза, жесты, мимика, и др. Применение методов соционики помогает определить уже на этапе знакомства степень правдивости кандидата. Под стандартными формулировками резюме соционика позволяет разглядеть реального человека. Первое и основное – насколько человек адекватен. Отталкиваясь от соционической типологии, можно предположить какого типа кандидат перед тобой: интроверт или экстраверт, прогнозист или реализатор и др. А это основа для понимания, насколько он креативен, коммуникабелен, что для него важнее – отношения или конкретная работа.

Графология. Говорить о графологии как о нетрадиционном методе отбора персонала наверно несправедливо, т.к. во Франции, например, графология является вполне официальным инструментом отбора кандидатов. Однако эффективность выводов на основе графологии до сих пор остается вопросом спорным. Исследований, на 100% доказывающих связь почерка человека с чертами его личности не существует, хотя определенная зависимость наблюдается.

В нашей стране графология распространена слабо – скорее всего из-за трудности интерпретации результатов или же потому, что по этому направлению у нас нет специальных обучающих программ.

Дактилоскопия. Этот метод подразумевает оценку соискателя по отпечаткам пальцев. Есть книга, посвященная этому методу, автор Б.Хигир. Метод этот не нов. Несколько лет назад автору довелось читать в научном журнале исследование ученых на эту тему. В нем говорится, как можно определить коэффициент интеллекта по отпечаткам пальцев. Но проведенный анализ результатов подобных исследований не внушает оптимизма. И, на самом деле, с трудом представляется пока процедура взятия отпечатка пальцев у соискателя.

Метод «Полиграф». Некоторые работодатели используют в оценке соискателей специальный прибор "Полиграф", чаще именуемый "детектор лжи". В основном это крупные российские компании. Западные представительства этим не занимаются – не тот уровень паранойи руководителя. Общей чертой

компаний, использующих "детектор лжи", является наличие топ-менеджера, который пришел из структур, связанных с органами госбезопасности. С использованием спецтехники он ищет финансистов и специалистов по закупкам, то есть людей, которым придется распоряжаться большими деньгами. Многие соискатели отказываются принимать участие в этой процедуре.

Как правило, в вышеописанных методах велика доля субъективизма и, к сожалению, горе – типологов, которые что-то увидели и проанализировали достаточно много. Поэтому опираться лишь на результаты, полученные путем нетрадиционных методов отбора персонала, крайне не рекомендуется.

Важно отметить, что, как правило, российский персонал склонен негативно относиться ко всяческого рода системам проверки и контроля. Это, можно сказать, проявление иррациональности нации. Иррационал не всегда знает, чем он будет заниматься через час, день.... Но у него есть свой индивидуальный ритм труда. Западное мышление рационально, поэтому им сложно понять особенность нашей нации. Привыкнуть к системам контроля можно, но продолжительное время работа в западной компании, человек невротизируется из-за того, что работает в не свойственном ему режиме.

По исследованиям западных психологов, многие руководители принимают решение о найме того или иного сотрудника в первые 5 минут общения. Трудно признать в этом противоречии логике, но на практике так бывает. Действительно, простой человеческий принцип "нравится - не нравится" играет решающую роль, особенно для руководителей с развитой интуицией.

Список литературы:

1. Б.Ю. Хигира "Нетрадиционные методы подбора и оценки персонала";
2. <http://www.gkmim.ru/>
3. Управление персоналом, 2008 (онлайновый журнал, www.uhr.ru)
4. Журнал "Управление персоналом". N 8, 2003 год

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ, СВЯЗАННЫЕ С ЕЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИМ ПОЛОЖЕНИЕМ

Адова А.В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: adova_anna@mail.ru

Научный руководитель: Древаль А.Н., к.т.н., доцент.

Наш мир опирается не только на прошлое, на опыт и традиции, но и на будущее - на мечту, на высокие цели, на большие проекты. Это особенно справедливо для уникальной, самодостаточной цивилизации - мира России. Наша страна на протяжении всей своей истории была устремлена в будущее, которое значило для нее больше, чем настоящее.

Для реализации больших программ необходимо эффективное управление, которое бы смогло проектировать будущее, очерчивать возможности и анализировать цели развития. Недаром история богата примерами молниеносного взлета не только отдельных стран, но даже цивилизаций. Анализ демонстрирует, что во всех этих случаях имел место успешно реализованный Большой Проект - достигнута точно сформулированная и поставленная лидером стратегическая цель, принятая и поддержанная массами. Таким образом, многие вещи в нашей стране могут быть сделаны разумно и правильно.

Россия находится в экстремальных географических и геоэкономических условиях. Это подразумевает точную и дальновидную экономическую политику, акцент на развитие высоких технологий, сильную инновационную политику. Решение этих проблем станет эффективным только в том случае, если их реализация будет осуществлена, глядя на них «из будущего» и действуя «для будущего».

Выход из кризиса – это тоже проект. С одной стороны, можно сидеть и ждать конца кризиса, а с другой - создавать новые проекты, которые только в этих условиях и становятся реальными. России необходимо сформулировать свою миссию и определить принципиально новые условия позиционирования страны в Евразийском экономическом пространстве.

В наследство от Российской империи и Советского Союза нам досталась огромная страна с колоссальной территорией. Само существование мира России зависит от того, кто, в каком количестве и как на ней будет жить. И как по этим просторам будет перемещаться.

Известно, что если отношение протяженности железных дорог на территории страны к длине подходящих к ним шоссейных дорог ниже некоторой вычисляемой величины (иногда в литературе называемой константой Гольца), то проложенные там железные магистрали не могут «втянуть» эту

территорию в культурную, экономическую или иную деятельность. Приведем некоторые данные. Россия еще в 1913 году имела соотношение, на порядок отстающее от аналогичного показателя развитых стран: вместо 7 км шоссе на каждый километр железной дороги (примерный европейский уровень) у нас было всего 0,3 км. Сегодня в развитых странах значение константы достигло уровня примерно 1:30, у нас же в настоящее время на 1 км железных дорог приходится всего 6,3 км шоссейных, то есть почти в пять раз меньше. Отсюда следует, что огромные усилия по прокладке железных дорог, потребовавшие астрономических затрат, не дали ожидаемого экономического результата. [1] Вытекает вывод, что Россия нуждается в экономически эффективном проекте. Его реализация может быть осуществлена лишь при помощи людей, которые должны уметь не отчаиваться, уважать себя, любить свою страну и надеяться на будущее.

Так в 2008 году в Институте проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН была проведена конференция «Горизонт-2030», посвященная проектам и перспективам развития транспортной инфраструктуры России. Эта конференция привлекла к себе большое внимание, поскольку на ней исследователи из разных уголков нашей страны говорили о новизне технологических решений, о масштабах проблем. Например, директор института академик С. Н. Васильев изложил точку зрения, которая была поддержана и другими докладчиками: «Следует изменить отношение к Сибири и Дальнему Востоку и перестать рассматривать их как «мост» или «кладовую». Под мостом жить неудобно, а из кладовой просто берут, что надо, а потом запирают двери и гасят свет. Эти края должны быть таким же домом, каким являются многие другие регионы страны». [2]

Речь идет о создании высокотехнологичной транспортной системы (ВТС) России. Данный проект предложен руководителем Фонда развития РФ, профессором Е. М. Гриневым. Проект подразумевает интеграцию железнодорожного, автомобильного, авиационного, речного и морского транспорта и магистральной оптоволоконной системы. В этом случае открываются новые возможности для оптимизации перевозок в пространстве «вид транспорта-маршрут-цена-скорость-качество».

Реализация высокотехнологичной транспортной системы потребует вложений в размере 4 трлн. долларов, которые обеспечат создание более 20 млн. рабочих мест, строительство 47 тысяч километров путей, прокладку 23 тысяч километров оптоволоконного кабеля. Таким образом, появится мощнейшая современная экономическая и социальная инфраструктура, что позволит сократить сроки доставки грузов из Азии в Европу в 2–3 раза и увеличить объемы товаропотока в 60–70 раз. В итоге транспорт в азиатской части страны станет инициатором промышленного развития России.

Экономическая выгода такого проекта не вызывает сомнений. Только транзит грузов через Россию, по оценкам фонда, должен дать 25–30 млрд. долларов чистой прибыли.

Несомненно, в этом проекте будут заинтересованы другие страны, которые экспортируют или импортируют товары через Россию. Следовательно, России не придется строить высокотехнологичную транспортную систему полностью на свои средства. Мы предоставляем для строительства огромную территорию, а другие страны инвестируют (финансируют) данный проект. Так, например, в свое время строительство транссибирской магистрали было проинвестировано зарубежными странами.

Существует вопрос, по которому эксперты расходятся во мнениях. Это контуры большого инфраструктурного проекта. Одни эксперты обосновывают строительство Северо-Сибирской магистрали. Другие выступают против пути с Чукотки на Дальний восток, мотивируя свою точку зрения отсутствием необходимости и возможности. Но уже никто не сомневается, что проект такого рода жизненно необходим Российской Федерации. Именно он обеспечит будущее нашего государства. С его помощью взаимодействие регионов и связность России будут реализованы на гораздо более высоком уровне, чем сейчас.

Есть еще одна грань такого проекта. Анализ показывает, что среди 42 тысяч населенных пунктов страны два выбиваются из общего ряда - Москва и Санкт-Петербург: население первой столицы превышает 10 миллионов, второй 5 миллионов. Чтобы «прорубить окно в Европу», Петру понадобился развитый, многомерный, сделанный на основе лучших технологий форпост на Балтике. Сейчас Россия поворачивается лицом к Азиатско-Тихоокеанскому региону. И все чаще встает вопрос о создании большого, пятимиллионного форпоста на Тихом океане, обсуждается вопрос развития и строительства «Большого Владивостока» и конкурирующий проект «Большой Иркутск». [2] Эти проекты позволят уравновесить нашу страну, которая нуждается в больших центрах, как в европейской части, так и в азиатской. На сегодняшний день имеется выраженное преимущество западной части России. Рассмотрим эти два проекта поподробнее.

Проект «Большой Владивосток», который сейчас разрабатывается в администрации Приморского края, предусматривает объединение Владивостока, Артема, Тавричанки и Уссурийска в единый мегаполис.

Цель «Большого Владивостока» - оптимизация экономической и социальной инфраструктуры в населенных пунктах, расположенных вокруг краевого центра. Также в рамках проекта предполагается создание большого района с населением в 50 тысяч человек, который будет основан между

Владивостоком и Артемом. Предполагается, проект “Большой Владивосток” позволит с одной оптимизировать экономику, а с другой - повысить уровень жизни населения.

Конкурирующий проект «Большой Иркутск» предполагает формирование мегаполиса с населением в 1,1 миллиона человек на базе Иркутска и двух его городов-спутников - Ангарска и Шелехова, а также районов - Иркутского, Ангарского и Шелеховского без образования единого муниципалитета.

Суть Иркутской агломерации, по проекту разработчиков, заключается, прежде всего, в объединенной инфраструктуре, цели которой, прежде всего, направлены на усиление качества городской среды. Еще одной важной задачей объединения является привлечение инвестиций. Владельцы ведущих российских и мировых компаний предпочитают открывать свои филиалы именно в крупных городах.

Реализация всех этих проектов поможет России ориентироваться не только на Европейский регион, но и на Азиатско-Тихоокеанский. Другими словами, мы сможем «прорубить окно в Азию», сможем осуществить колоссальные возможности. Транспортное освоение в таких масштабах, как азиатская часть России, фактически становится локомотивом, приводящим в движение весь хозяйственный механизм страны.

Благодаря масштабному, комплексному и интенсивному развитию Сибири, Дальнего Востока и Крайнего Севера, новым научным подходам, активизации субъектов хозяйственной деятельности и государственного управления Россия, несомненно, станет новым экономическим полюсом Евразии и мира.

Список литературы:

1. Полчаса от дома до работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.expert.ru/printissues/expert/2008/32/polchasa_do_raboty, свободный.
2. Малинецкий Г. Ботаника Больших Проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://offline.computerra.ru/2009/765/>, свободный.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОАО «РЖД»

Акимова Т.А., студент

Волгоградский государственный технический университет

E-mail: akimova.t@bk.ru

Научный руководитель: Сидорова Е.Е., к.э.н

На сегодняшний день важнейшее значение приобретает имидж компании ОАО РЖД в возможности предоставления конкурентоспособных и безопасных услуг по перевозкам грузов и пассажиров.

В принятой программе стратегического развития ОАО РЖД на перспективу намечены значительные рубежи, для достижения которых требуются не только инвестиции и мобилизация ресурсов, но и внедрение в компании современной системы управления, основанной на критериях качества.

В первый год существования компании ОАО РЖД удалось обеспечить прирост и улучшение практически всех основных показателей производственно- финансовой деятельности.

Для того чтобы достичь поставленных в стратегической программе развития ОАО РЖД задач: стать высокоэффективной компанией, имеющей стабильную финансовую устойчивость, конкурентоспособной как на внутреннем, так и на международном рынке, работающей в условиях расширенного производства и бизнеса, эффективно структурированной, с современной организацией производства, постоянно повышающую рыночную стоимость активов, привлекательную для инвестиций - предстоит еще немало работы, особенно в улучшении качества управления и качества выполнения технологических процессов.

Анализ качества депоовского ремонта в вагонных депо ОАО РЖД показывает, что за период с начала года более 50 000 вагонов зашли на повторный ремонт до истечения гарантийного срока. Это большие экономические потери. Прирост грузооборота ниже прироста промышленного производства в РФ, а это значит, что грузы уходят на другие виды транспорта, и компания теряет конкурентные преимущества.

Маркетинговая политика компании требует совершенствования, взаимоотношения с грузоотправителями меняются в лучшую сторону очень медленно.

В официальной отчетности ОАО РЖД на всех уровнях управления, от структурного подразделения до филиала ОАО РЖД и департамента, отсутствуют систематизированные критерии и показатели, отражающие качество обслуживания грузоотправителей и пассажиров, качество выполнения внутренних технологических и бизнес-процессов компании. Из-за несовершенства материально-технического снабжения мы несем экономические потери по сверхнормативным излишкам материалов и запчастей, в то же время срывая планы капремонта и ввода основных фондов из-за необеспечения комплектующими, оборудованием и материалами в необходимом ассортименте и в нужное время.

В стратегической программе поставлена задача увеличения межремонтных пробегов грузовых и пассажирских вагонов локомотивов, повышения эффективности материально-технического снабжения, качественного и своевременного выполнения централизованных программ: безопасности движения поездов, ресурсосбережения, инвестиционных, капитального ремонта, подготовки к зиме и других.

Первый год работы компании в условиях акционерного общества показал, что многие технологические процессы, а также вертикально-интегрированная структура управления требуют совершенствования, и в первую очередь – система управления качеством услуг ОАО РЖД во взаимоотношении с потребителями.

Программа внедрения системы менеджмента качества в ОАО РЖД – это процесс постоянного улучшения деятельности компании для достижения нового качества компании, которое будет складываться из нового качества персонала, умеющего работать по международным стандартам качества, качественно новым технологическим процессам, качественно нового оборудования, подвижного состава, качественным материалам и запасным частям, качественно новым подходам к маркетингу и сервису при предоставлении услуг по грузовой и пассажирской перевозке.

Следуя принципам системы менеджмента качества, при реализации программы должно быть обеспечено лидерство первых руководителей, начиная от структурного подразделения до первых руководителей департаментов и правления ОАО РЖД, и четкая координация на всех звеньях управления этим проектом.

Учитывая сложность проекта, необходимо реализацию проекта разделить на этапы, где на первом этапе важнейшей задачей является разработка концепции и плана внедрения системы менеджмента качества, учитывая сложнейшую структуру управления компанией и масштабы ее деятельности.

В концепции необходимо проанализировать существующее положение дел по качеству технологических процессов компании, определены ключевые вертикальные и горизонтальные процессы управления в компании, система качественных показателей, позволяющая вести мониторинг этих процессов, выявлены наиболее слабые места, куда в первую очередь должны быть направлены усилия по внедрению системы менеджмента качества.

Специалисты дороги, совместно со специалистами Поволжского отделения Российской инженерной академии, имеющими опыт внедрения системы менеджмента качества на Волжском автомобильном заводе, активно включились в процесс разработки концепции внедрения системы менеджмента качества в ОАО РЖД.

Проведенная работа показала, что на первом этапе система менеджмента качества должна быть внедрена в наиболее значимые, процессы ОАО РЖД, где экономические потери максимальны (ремонт, материально-техническое снабжение, управление финансами, проектами и программами, качеством услуг в грузовых и пассажирских перевозках, качеством исполнения бюджетов всех уровней, а также в перевозочном процессе в управлении сортировочными, грузовыми и припортовыми станциями).

Система менеджмента качества должна быть встроена в перевозочный процесс, технологические процессы по содержанию инфраструктуры и обеспечению перевозочного процесса, технологические процессы содержания и ремонта технических средств, процессы реализации централизованных программ, охватывающих несколько уровней управления, внешних потребителей и поставщиков.

Не исключено, что многие процессы необходимо будет пересмотреть и модернизировать, с подготовкой всей не-обходимой нормативной и технологической документацией.

В то же время процессы ремонтов, по предприятиям одного хозяйства, достаточно универсальны для всех дорог и их нужно будет типизировать с описанием типовых технологических процессов, установкой однотипного высокоэффективного технологического и диагностического и метрологического оборудования по всем предприятиям ОАО РЖД, что, несомненно, поможет сэкономить немалые средства, которые мы тратим на разработку все новых типов технического и метрологического оборудования.

Необходимо будет подготовить технологические инструкции и нормативные документы для модернизированных технологических процессов, разработать должностные инструкционные карты для персонала, задействованного в этих процессах, связать систему мотивации персонала с показателями качества технологических процессов.

Эта большая и серьезная работа, для успешного выполнения которой предстоит подготовить сотни тысяч работников и руководителей ОАО РЖД, работе по стандартам ИСО 9000.

Внедрение множества новых качественных показателей в технологических процессах в многопрофильной деятельности ОАО РЖД немисливо без широкого использования для этих целей информационных технологий.

Предстоит доработать действующие в ОАО РЖД информационные комплексы и разработать новые, для получения не только количественных, но и качественных показателей в автоматизированном режиме по каждому технологическому процессу и рабочему месту, где качественные показатели наряду с количественными жестко завязаны на мотивацию персонала ОАО РЖД. Это должно стать первоочередной задачей информатизации на новом этапе, в условиях функционирования ОАО РЖД.

При внедрении системы менеджмента качества в крупных корпорациях всегда существует опасность, что огромная работа по модернизации бизнес-процессов компании, совершенствованию мотивации персонала по качественному выполнению технологических процессов, внедрению современных принципов менеджмента в компании, превращается в соревнование по получению сертификатов качества, что никак не приближает нас к стратегической цели - стать высокоэффективной и конкурентоспособной компанией.

Для успешного внедрения системы менеджмента качества необходимо разработать программу действий, необходимые руководящие документы, этапы внедрения системы менеджмента качества на основе стандартов ИСО 9000, а также организационную структуру по управлению проектом, включающую все уровни управления проектом: правление ОАО РЖД, департаменты, филиалы и структурные предприятия, где главная роль по внедрению системы качества в ОАО РЖД должна быть закреплена за первыми руководителями.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ

Антонова И.С., ассистент

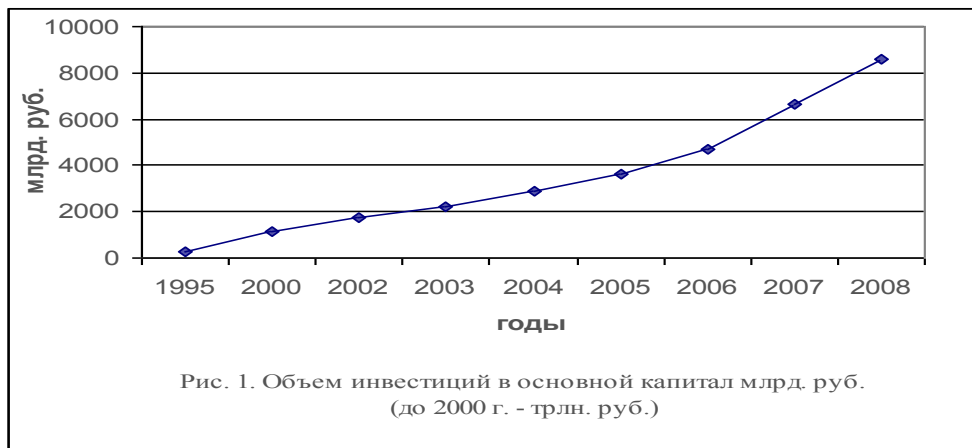
Томский политехнический университет

E-mail: e025dis@rambler.ru

Научный руководитель: Иванова О.П., д.э.н., профессор

Последние годы задали позитивную тенденцию с точки зрения улучшения основных инвестиционных показателей. Инвестиции в России, как и прежде, носят, так называемый, реальный характер. Существует сильная прямая зависимость между объемом функционирующих основных фондов и объемом инвестиций с точки зрения регрессионного анализа [1], что свидетельствует о том, что основная доля инвестиций направляется в основной капитал организаций.

Так, общий прирост объема инвестиций в основной капитал за 2008 год – 9,1% к уровню 2007 года (8606,7 млрд. рублей). Основной вклад в совокупный прирост инвестиций обеспечивался за счет существенного увеличения инвестиций в основной капитал в транспортном, металлургическом, деревообрабатывающем, машиностроительном и энергетическом комплексах, а также в области спорта. Более всего данный прирост отмечается в производстве чугунных и стальных труб – на 102%, производстве легковых автомобилей – на 80,2%, в производстве строительных и металлических конструкций, а также в железнодорожном транспорте – 42,8% к уровню 2007 г.



Несмотря на ужесточения условий кредитования реального сектора экономики (стоимость кредитных ресурсов для малого бизнеса превысила 20% уровень), в целом за год доля банковских кредитов в источниках финансирования инвестиций возросла до 11,1%. Темп прироста не значительный, однако, имеет место быть, поскольку уровень данного показателя в 2007г и 2006 г. соответственно составил 10,4% и 9,5%, продолжая тенденцию прошлых лет [2].

Рос и другой, не менее важный показатель, объем иностранных инвестиций на протяжении последних лет, составляя в 2007 году 120941 млн. долл. США, заявив за 4 года рост в 4 раза (29699 млн. долл. в 2003г.). По оценке Банка России, в 2008 году прямые иностранные инвестиции в экономику России возросли в 1,2 раза по сравнению с прошлым годом и составили 58,7 млрд.долл. США. Основная доля инвестиций приходится на обрабатывающие производства, торговлю, ремонт автотранспортных средств, операции с недвижимым имуществом, добычу полезных ископаемых, в особенности топливно-энергетических. При этом структура иностранных инвестиций по различным отраслям народного хозяйства логически повторяет структуру инвестиций в основной капитал, поскольку за последние 3 года добыча полезных ископаемых, транспорт и обрабатывающие производства остаются основными получателями средств иностранных инвесторов.

Тем не менее, в ситуации резкого ухудшения условий и доступности банковского кредитования, значительного падения цен и снижения спроса на мировых рынках на большинство важнейших товаров российского экспорта, снижения инвестиционной активности и объема строительных работ, начавшегося еще в первой половине текущего года, закономерно и ухудшение основных инвестиционных показателей.

Не смотря на общий прирост объема инвестиций в реальный сектор экономики за 2008 год, тем не менее, в декабре 2008г. уже наблюдалась некоторая тенденция к уменьшению показателя, составившего 1329,8 млрд. рублей или 97,7% к уровню соответствующего периода 2007 года. Рассматривая темп прироста инвестиций в основной капитал по отраслям народного хозяйства, следует отметить серьезное сокращение темпов прироста с 18% за 2007 г. до 0,9% за 2008 г. Замедление темпов прироста происходит также в добывающем секторе экономики. Однако более всего такая тенденция отразилась в отраслях АПК: в животноводстве (-10,1%), в производстве пищевых продуктов, включая напитки и табака (-11,8 процента)[2].

Ситуация с банковским кредитованием приводит к тому, что основным и наиболее важным источником инвестиций остаются собственные средства предприятий. Данные мониторинга инвестиционной активности, проведенного Министерством экономического развития РФ в мае 2009 г., для целей инвестирования в основной капитал собственные средства используют 86% респондентов (в 2007г. - 87%, в 2000г. - 82%), причем, рассматривая данный показатель по добывающим и обрабатывающим отраслям, процентное соотношение возрастает [3]. При этом ощущается недостаток данного источника инвестирования. В 2007 г. за счет собственных средств финансировалось 40,3% инвестиций.

Общая тенденция к созданию оптимистических настроений для предотвращения паники в стране на фоне обрушения фондовых индексов, а также падения цен на нефть и колебаний курса доллара достаточно ярко заявляет о себе. Так, органы Росстата представили отчет о проведенном в 2009г. исследовании инвестиционной активности компаний, которое показало, что 57% руководителей организаций планируют увеличение объема инвестиций в основной капитал, тогда как только 29% опрошенных готовятся к его уменьшению. Более того, 94% организаций оценили свою ситуацию как "благоприятную" и "удовлетворительную". При этом более половины респондентов не ожидают изменения экономической ситуации в организации и только лишь 11% имеют пессимистический настрой [3]. Такие данные одновременно с многочисленными примерами задержек заработной платы и банкротств предприятий дает повод сомневаться в объективности полученных данных.

Однако в сложившейся ситуации, требующей, мер по прямому спасению экономики, к примеру, поддержанию платежеспособного спроса промышленной продукции, не следует отказываться и от направлений модернизации реального, а также других секторов экономики.

Поскольку зависимость структуры инвестиций от структуры основных фондов предприятия прямая, следует охарактеризовать ситуацию, связанную с состоянием последних. Проведенный в 2009 г. мониторинг инвестиционной активности показал, что среди исследуемых организаций доля машин и оборудования в возрасте до 10 лет составляет 31%, в возрасте от 10 до 20 лет - 44%, от 20 до 30 лет - 14% от их наличия. Если рассматривать степень износа в сравнении за ряд лет, то можно отметить непрерывное увеличение степени износа начиная с 1970 г. вплоть до 2000 г., когда уровень износа достиг максимального значения – 51,3%, после чего последовало некоторое сокращение – 44,3% в 2005 г., 43,8% - 2008 г [2]. Данная тенденция свидетельствует о том, что все еще существует проблема ухудшения состояние производственной базы России при том, что объем инвестиций заявляет хоть и небольшой, но рост. Выше, чем в среднем по экономике, удельный вес полностью изношенных сооружений наблюдается в организациях по добыче полезных ископаемых, сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства, а также практически во всех видах деятельности обрабатывающих производств; машин и оборудования - в

организациях оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств.

Кроме уже перечисленных негативных факторов промышленного развития следует отметить значительный прирост инвестиций за рубеж. В 2008 г. отток капитала за границу в виде инвестиций в другие страны составил 114,3 млрд. долларов США, что на 53,1% больше, чем в 2007 г. В условиях кризиса данные средства могли бы также быть направлены в различные отрасли и сферы экономики, в том числе, реальный сектор экономики.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Объем инвестиций в основной капитал хоть и растет, однако, замедляющимися темпами, и при сохранении такой тенденции уже в 2009 г. можно будет отмечать снижение объемов инвестиций в основной капитал.

2. Ни на минуту не останавливается процесс устаревания и изнашивания основных производственных фондов, и только своевременный ввод в эксплуатацию нового, соответствующего современному уровню технологий оборудования позволит контролировать данный процесс и обеспечить конкурентоспособность российской продукции на международном рынке.

3. Поскольку бюджетные средства различных уровней играют достаточно большую роль в инвестиционном процессе, то при значительном сокращении поступлений в государственный бюджет, сократится и доля государственных инвестиций в общем объеме инвестиций в реальный сектор экономики.

4. Отток капитала из страны при тот рычаг, поворот которого позволил бы сгладить негативные тенденции а инвестиционном процессе.

Принимая во внимание все вышеперечисленное, в условиях финансового кризиса значение инвестиций в основной капитал приобретает особое наполнение. На первый план выходит не значимость инвестиций в основной капитал как таковых, а наиболее эффективные пути использования финансовых ресурсов на техническое перевооружение, усовершенствование и модернизацию основных производственных фондов.

Список литературы:

1. Спицын В.В. Приоритеты и механизмы инвестиционной деятельности в регионе. – Томск: Изд-во ТПУ, 2008. – 179 с.
2. Инвестиции в основной капитал 2008[Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru/investments>
3. Инвестиционная активность крупных и средних организаций по секторам экономики в 2008 году [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.budgetrf.ru/Publications/mert_new/2009/MERT_NEW200903251842/MERT_NEW200903251842_p_006.htm.

РАБОТА В КОМАНДАХ С ПОЗИЦИИ ТЕОРИИ ОЖИДАНИЙ

Бабич Ю. Ю., студент; Бочанов Т. Г., студент; Сумин Д. В., студент,

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: b_u_lisa@mail.ru, akula87-2004@mail.ru, dmitrijsumin@yandex.ru

Научный руководитель – Буймов А. Г., д.т.н., профессор

Создание команд является распространенным приемом решения проблем и развития инновационной активности современных фирм и организаций. История исследований в области работы команд восходит к известным экспериментам профессора Гарвардского университета Элтона Мэйо, проводимым в конце 1920-х – начале 1930-х годов на прядильной фабрике в Филадельфии и предприятиях Западной Электрической Компании в Чикаго. Эксперименты показали, что производительность труда членов команды зависит не только от «неодушевленных» условий производства (освещенность, ритм работы, обеспеченность необходимыми инструментами, ресурсами и т.д.), но и от факторов мотивации эмоционального плана, среди которых выделяется групповая атмосфера, или «командный дух» [1].

Тем не менее, до сравнительно недавнего времени (примерно до середины 1990-х годов) роль эмоций в исследованиях по организационному поведению редко рассматривалась как заслуживающий внимания фактор мотивации людей на работе. Некоторые менеджеры и теперь склонны считать, что эмоции являются антитезой рациональности, и, следовательно, барьером для эффективного управления. Однако новые данные в области психологии и менеджмента, полученные в последние годы, все более убедительно говорят о том, что понимание мотивации персонала без учета человеческих эмоций является

неполным.

В работе [2] обсуждаются три детерминанты мотивации коллективной работы: экономические соображения, моральные обязательства, и самоутверждение личности. Показано, что коллективная эффективность и социальные поощрения и санкции должны занимать центральное место в моделях мотивации коллективной работы. Показано также, что моральные обязательства и самоутверждение личности не должны быть сведены к расчетам рентабельности, поскольку при этом теряются социальные истоки коллективной мотивации и маскируется потенциальная важность этих факторов для мотивации сотрудничества.

В работе [3], посвященной исследованию роли положительных эмоций, отмечается, что их можно рассматривать как ресурс, способствующий развитию физического, психологического, социального и интеллектуального потенциала человека. В работах [4] и [5] того же автора утверждается, что положительные эмоции способствуют развитию спектра рациональных репертуаров действий в сложных ситуациях, тогда как негативные чувства обедняют этот спектр, заставляя людей действовать в оборонительной манере, деструктивно, а иногда даже с проявлением агрессии.

Авторы работы [6] продолжают тему континуума генеративно-оборонительной направленности поведенческого выбора. В этой работе генеративность определяется как поведенческая ориентация на изучение и достижение ожидаемых позитивных результатов, принятие рисков, готовность понести потери на пути к желаемой цели. Оборонительная направленность – ориентация на то, чтобы избежать потенциально негативных результатов, несмотря на имеющиеся возможности для достижения лучших позиций. Авторы [6] предлагают оценивать состояние мотивации индивидуума на рабочем месте следующими тремя показателями: типом модели поведения, степенью ее проявления на работе и устойчивостью. Под устойчивостью модели они понимают сохранение первоначально выбранного курса действий с течением времени. Эта характеристика в известных теориях мотивации не рассматривается, но, по-видимому, заслуживает внимания, поскольку в атмосфере положительных эмоций она может отвечать за сохранение высоких темпов работы, качества и производительности в течение длительного времени.

Что же является источником положительных эмоций людей при групповой работе? Известно, что успех работы команды зависит от степени согласованности интересов задания, выполняемого рабочей группой, набора компетенций, мотивов и целей его исполнителей и контекста – стратегических целей организации, ее корпоративной культуры и ожиданий относительно результатов и поведения людей в группе. Область наилучшего согласования интересов задачи, характеристик группы и ожиданий организации можно интерпретировать как модель ситуации, когда выполнение некоторого обособленного задания поручено удачно подобранной группе таких людей, навыки, предпочтения, мотивы и цели которых отвечают и требованиям этого задания, и ожиданиям организации, связанным с этой группой. В табл.1 приведен перечень интересов, связанных с этими требованиями и ожиданиями (см. [7]). Суммируя выводы, полученные Э. Мэйо (см. [1]), Хэкманом и Олдхэмом [8], Боасом [2] и приведенные в табл.1 (см. [7]), можно заключить, что эмоциональная атмосфера, способствующая успеху командной работы, определяется следующими факторами:

- члены команды гордятся своими достижениями;
- они получают положительную оценку от заинтересованных сторонних наблюдателей;
- у них не возникает впечатления, что их принуждают соглашаться с чужими решениями;
- с ними советуются прежде, чем проводить важные изменения;
- у них складывается чувство уверенности и открытости;
- у них есть общая цель;
- у них есть возможности развития своего потенциала;
- они понимают смысл и значимость работы;
- они руководствуются своими моральными обязательствами;
- они чувствуют ответственность за результаты работы;
- они хорошо осведомлены о результатах работы;
- они чувствуют свою принадлежность команде и рассматривают себя как часть единого целого.

Таблица 1. Интересы взаимодействующих сторон

Интересы организации	Интересы задачи	Интересы группы
Организация наделяет рабочую группу рядом производственных функций, таких как: – планирование работ; – распределение работ и управление их выполнением; – решение проблем; – осуществление координации и связи; – повышение приверженности сотрудников целям организации и вовлеченности в ее дела, и заинтересована в том, чтобы группа их выполняла [7, С. 69].	В интересах успешного выполнения задания группа должна иметь: – ясные цели, разделяемые членами группы; – компетентного лидера; – необходимый набор функциональных и профессиональных качеств (способностей, знаний и навыков); – необходимый набор личностных характеристик; – необходимые ресурсы (оборудование, информация, финансы и др.) [7, С. 298 - 299].	Принято считать, что к основным характеристикам команды относится наличие общей цели и высокая степень участия членов группы в разработке новых идей и в трудовом процессе. Команда стремится к определенному результату (в том числе, экономическому), в достижение которого вносят вклад все ее участники, и за который они несут коллективную ответственность. Их участие в совместном трудовом процессе обуславливает осознание принадлежности к команде и ощущение единого целого и отличия от других людей [7, С. 297]

С позиций теории Герцберга [9] условия, отражающие в табл.1 интересы организации и интересы задачи, могут быть отнесены к разряду поддерживающих, или «гигиенических», факторов выполнения работы, а интересы группы – к разряду ее материальных и нематериальных мотиваторов. При этом в качестве набора основных нематериальных факторов мотивации может рассматриваться перечень приведенных выше факторов возбуждения положительных эмоций. Этот перечень отличается от списка, предложенного Герцбергом, но это не принципиально, поскольку главная идея его теории – разделение всех факторов, влияющих на работу, на факторы поддержки и мотивирующие факторы – сохраняется.

На основе обобщения выводов относительно роли положительных эмоций в мотивации работы, полученных в [3 – 6], и сделанных выше замечаний можно предложить модифицированный вариант теории ожиданий Врума, изображенный в виде схемы рис.1.

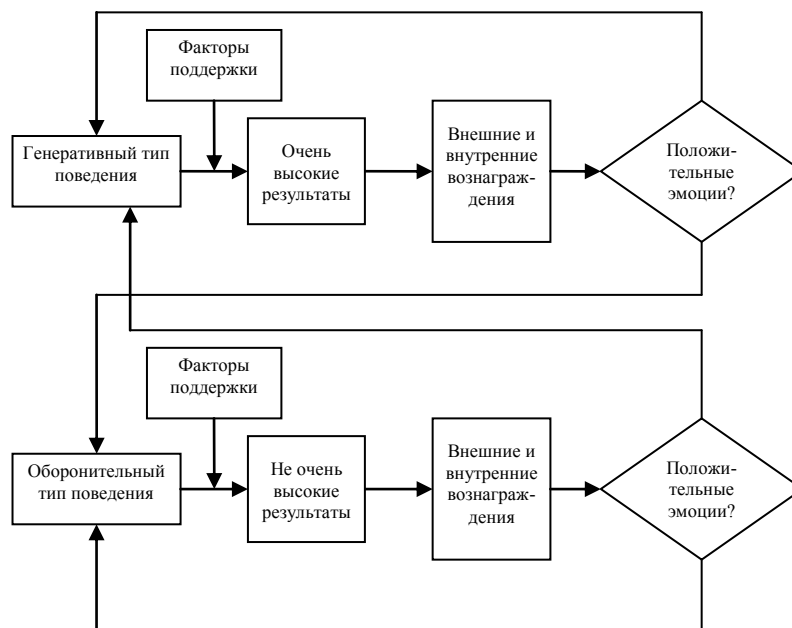


Рис.1. Схема теории ожиданий, учитывающая возможность смены типа поведения индивида в зависимости от вознаграждения

Из рис.1 видно, что предлагаемый вариант отличается от исходного варианта [10] тем, что учитывает предположение о возможности изменения типа первоначально выбранной модели поведения члена команды в зависимости от его эмоциональной реакции на получаемое вознаграждение.

Список литературы:

1. Кларин М.В. Корпоративный тренинг от А до Я: Научно-практическое пособие. - М: "Дело", 2002, – 224 с.
2. Boas Shamir (1990). Calculations, Values, and Identities: The Sources of Collectivistic Work Motivation // Human Relations, 1990, Vol. 43, No. 4, 313-332
3. Fredrickson, B. L. (2003). The value of positive emotions // American Scientist, 2003, 91, 330-335.
4. Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions // American Psychologist, 2001, 56, 218-226
5. Fredrickson B.L., Branigan C. (2005). Positive emotion broaden the scope of attention and thought-action repertoires // Cognition and Emotion, 2005, 19 (3), 313 – 332
6. Seo M., Barrett L., Bartunek J. (2004). The role of affective experience in work motivation // Acad Manage Rev. 2004 July; 29(3): 423–439
7. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента: пер. с англ./ Под ред. Ю.Н. Каптуревского – СПб: Питер, 1999. – 816 с. – (Серия: Теория и практика менеджмента)
8. Hackman, J.R. and Oldham, G.R. (1976). Motivation through the design of work: test of a theory // Organizational Behavior and Human Performance, 1976, vol. 16, no. 2, pp. 250-279
9. Herzberg F., Mausner B., Snyderman B.B. The motivation to work. – Eight printing 2005. Originally published: New York: Wiley: 1959. – 157 p.
10. Vroom V.H. Work and motivation. New York: Wiley, 1964. – 331 p.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА СТАДИИ РАЗРАБОТКИ И ПРОИЗВОДСТВА

Богданов В.А., студент;

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: vital824@mail.ru

Научный руководитель: Васильковская Н.Б., к.э.н., доцент

Для России, как и для других развитых стран, характерны относительно невысокие показатели прямого участия государства в инновационных процессах. Доля бюджетных средств в общей структуре затрат на технологические инновации в 2004 году не превышала 3%. Но государство должно не только финансировать инновационные процессы, но и участвовать в создании инновационной инфраструктуры, включая нормативно-правовое обеспечение, поддерживать исследовательские стадии инновационного цикла и т.д. Российским законодательством предусмотрены различные формы государственной финансовой поддержки инновационных проектов, которые используются с разной степенью эффективности и интенсивности.

В настоящее время государство преимущественно финансирует инновационные проекты напрямую, в том числе через федеральные целевые программы. Например, ФЦП, о которой говорилось выше, «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно технологического комплекса России на 2007–2012 годы» ставит своей целью развитие и реализацию научно-технологического потенциала, а среди задач включает развитие эффективной инновационной инфраструктуры, содействие малым научным организациям и их интеграцию в систему научно-технической кооперации и др. Начиная с 2003 года, в федеральном бюджете предусмотрена новая целевая статья расходов – «финансирование научного сопровождения важнейших инновационных проектов государственного значения». По этой статье государство финансирует контракты на исследования и разработки перспективных и масштабных инновационных задач. Конечной целью участия государства в поддержке таких проектов является создание инновационных кластеров и масштабных производств наукоемкой продукции, усиление конкурентных позиций отечественных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, развитие предпринимательской инициативы, партнерских отношений науки и промышленности, государства и частного сектора, крупного и малого бизнеса.

Другим инструментом организационной и финансовой поддержки инновационной деятельности является развитие системы бюджетных, внебюджетных и венчурных фондов. Законодательно эти фонды наделены значительными функциями и полномочиями в сфере научной и инновационной деятельности.

Так, комплекс проектов по поддержке инновационной деятельности и коммерциализации технологий реализуют Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (ФСМФП), Российский фонд технологического развития (РФТР) и отраслевые внебюджетные фонды финансирования научных исследований и экспериментальных разработок, которые создаются федеральными органами исполнительной власти и коммерческими организациями. ФСМФП осуществляет финансовую помощь малым инновационным предприятиям (МИП), которые выполняют проекты по разработке и освоению новых видов наукоемкой продукции и технологий, на основе принадлежащей им интеллектуальной собственности (основной конкурс фонда); поддержку инновационных проектов, находящихся на начальной стадии (программа «СТАРТ»); содействие в создании МИП по реализации собственных научных результатов. За 2004 год в рамках этой программы было создано 430 малых инновационных предприятий. В рамках программы «Темп» оказывается содействие МИП в заключении лицензионных соглашений по освоению интеллектуальной собственности, принадлежащей государственным научным организациям. Программа «Пуск» ориентирована на инновационные проекты по подготовке управленческих кадров. Деятельность РФТР, основные средства, которого формируются за счет добровольных взносов предприятий различных форм собственности нацелена на поддержку научных организаций и инновационных предприятий на всех стадиях цикла – «прикладные исследования – опытный образец – опытное производство».

Другие направления требуют дополнительной проработки, поскольку несбалансированность между различными нормами действующего в России законодательства препятствует реализации всего ресурсного и регулирующего потенциала, который мог бы быть использован при финансовой поддержке инновационных проектов со стороны государства.

Во-первых, остается открытой проблема комплексного налогового стимулирования участников инновационного процесса (государственных и частных научных организаций, предприятий, кредитно-финансовых структур и т.д.).

Во-вторых, практически не получили распространения формы поддержки инновационных проектов, предусматривающие участие государства-инвестора, вносящего средства в уставные капиталы действующих или вновь создаваемых юридических лиц, реализующих инновационные проекты. В этом случае возможный (и высокий) инвестиционный риск государства мог бы компенсироваться участием в интеллектуальной собственности и (при успешной реализации проекта) частью прибыли, соответствующей распределенным рискам.

В-третьих, из-за общих проблем кредитно-финансовой системы слабо развиты механизмы бюджетного кредитования юридических лиц, реализующих инновационные проекты (налоговые кредиты, отсрочки и рассрочки по уплате налогов, платежей и др.), а также финансовой поддержки (гарантий) инновационных проектов, создающих новую продукцию и/или технологии, за счет кредитов, предоставляемых России международными финансовыми организациями.

В-четвертых, бюджетные и внебюджетные фонды пока довольно слабо поддерживают инновационные проекты. На поддержку инновационной деятельности МИП через ФСМФП распределяется примерно 1,5% бюджета гражданской науки. Доля РФТР и отраслевых фондов в структуре внутренних затрат на исследования и разработки составляет 2,5%, а в структуре затрат на технологические инновации организаций – 0,9% (данные за 2008 год). С 2000 года эта доля снижается, в связи с постоянно меняющимися условиями деятельности фондов. В результате, начиная с 1992 года, РФТР профинансировал около 700 проектов, но «только 10% из них были коммерциализированы».

В подавляющем большинстве случаев финансируются проекты, обеспечивающие выпуск высококачественной, конкурентоспособной продукции. Для успеха проекта рекомендуется применять устоявшуюся, отработанную технологию, выпускать продукцию, ориентированную на достаточно емкий и проверенный рынок.

Высоки шансы получения финансирования и у инноваций — имитаций, в том числе усовершенствующих, дополняющих, замещающих и вытесняющих базовую модель.

Как правило, инвестору бывает весьма сложно выбрать вариант из предложенных инновационных проектов. Поэтому для минимизации проектных рисков и оптимизации параметров успешности проекта наиболее широко применяется портфельный подход.

Портфель инноваций должен содержать разнообразные проекты, крупные и мелкие, далекие и близкие по срокам, различные по назначению и принципам реализации. Это необходимо для оптимального внедрения инновации с высокой результативностью финансово-экономических показателей, а также для успешной стратегии конкуренции фирмы. Содержание портфеля должно достаточно часто подвергаться ревизии, пересмотру и обновлению.

Тщательный и многосторонний анализ и отбор инновационных проектов позволяют оптимизировать состав портфеля. Анализ и отбор инновационных проектов осуществляются на основе совокупности методов и способов, позволяющих прогнозировать затраты для всех стадий жизненного цикла новшества с учетом различных технических решений и финансово-экономических факторов.

Если в качестве инвестора выступает сам инициатор инновации, то при принятии решения об инвестировании он исходит из внутренних ограничений, к которым в первую очередь относятся цена капитала, внутренние потребности производства (объем необходимых собственных средств для реализации производственных, технических, социальных программ), а также внешние факторы, к которым относится ставка банковских депозитов, цена привлеченного капитала, условия отраслевой и межотраслевой конкуренции.

Руководство компании — инноватора сталкивается, как минимум, с одной альтернативой инвестиций — вложить временно свободные средства в банковские депозиты или государственные ценные бумаги, получая гарантированный доход без дополнительной высокорисковой деятельности. Поэтому доходность инновационных проектов должна превосходить ставку по банковским депозитам и доходность предъявленных к погашению государственных ценных бумаг.

Список литературы:

1. Шатраков А.Ю., Алдошин В.М., Колганов С.К., Инновационная деятельность высокотехнологичных предприятий. 2008 .174 с.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В УСЛОВИХ КРИЗИСА

Болдакова К.А., студент; Криницына З.В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: blagodat@heeve.ru

В условиях кризиса руководители редко принимают в расчет социальные последствия принимаемых решений, а сами решения часто носят не комплексный, а сугубо экономический или технический характер. Любой руководитель всегда осознает, что необходимо побуждать людей работать на организацию, но при этом считает, что для этого достаточно простого материального вознаграждения.

Сложность применения системы мотивации в компаниях сферы обслуживания и развлечений состоит в том, что внедрять «стандартную» систему мотивации или же схему, перенятую у другой компании, - затея бесполезная. Конечно, в чужих разработках можно почерпнуть много полезного, однако калькирование системы мотивации в лучшем случае не даст желаемого эффекта. Дело в том, что эффективность системы мотивации, особенно если речь идет о персонале сферы обслуживания, зависит от факторов, индивидуальных для каждой компании.

Мотивация – это внутренняя энергия, включающая активность человека в жизни и на работе. Мотивированный сотрудник – это тот, у которого «горят глаза», который идет на работу «как на праздник», внутренне нуждается в рабочем процессе, привязан к нему и получает от него настоящее удовлетворение. А, как известно, человек может делать хорошо только ту работу, которая доставляет ему радость и удовлетворение.

На протяжении долгого времени система мотивации персонала, работающего в сфере развлечений, выстраивалась исключительно на материальной основе: повышение заработной платы, которая и так всегда была выше средней, предлагаемой рынком труда, различные премии, награды, денежные вознаграждения за участие в конкурсах, как творческих, так и на проверку уровня профессиональных знаний, «бонусы».

Но, как следует заметить, эффект достигнутый методом денежных вознаграждений, не долгосрочен. Приоритеты и потребности человека постоянно меняются и материальное стимулирование, не всегда является основополагающим для персонала. Деньги плохо мотивируют, зато очень хорошо демотивируют. Важно платить людям достаточно денег, причем не с точки зрения начальника, а с точки зрения подчиненного[1].

Одна из наиболее развитых компаний на рынке развлечений «Ritzio Entertainment Group», достигнув колоссальных успехов в сфере игорного бизнеса, как в России, так и за рубежом имеет мощную, грамотную структуру управления персоналом. Под брендами Ritzio успешно работают залы игровых автоматов, казино, развлекательные центры, бары и рестораны.

Важным фактором, обеспечивающим успешность и финансовую эффективность бизнесов холдинга Ritzio, является команда профессиональных управленцев. Менеджеры компании обладают огромным опытом управления крупными проектами в различных отраслях, являются носителями передовых технологий и стандартов ведения бизнеса. Помимо решения бизнес-задач деятельность Ritzio направлена на создание привлекательной и престижной рабочей среды.

Холдинг способен привлекать, развивать и мотивировать персонал за счет командной корпоративной культуры, продуманной системы вознаграждения, возможности постоянного развития в динамичной бизнес-среде. Все это является основой для построения долгосрочных отношений с каждым сотрудником.

Игорный бизнес попал под жесткое внимание и контроль федерального законодательства. Как удержать сотрудников, которые важны компании, но потеряли всякую надежду на дальнейшее сотрудничество?

Во-первых, поддержание и усиление цельной корпоративной культуры, которая несет в себе следующие ценности:

- *исключительный сервис* (удовлетворение индивидуальных потребностей гостей, а также предвосхищение их ожиданий на постоянной основе);
- *профессионализм* (умение применять знания, личная ответственность, совершенствование профессиональных навыков);
- *честность* (по отношению к гостям, по отношению друг к другу, по отношению к компании);
- *энтузиазм* (инициативность, динамизм, готовность к переменам, активность в работе).

Во-вторых, развитие принципов внутренней коммуникации, т.к. эффективность взаимодействия и отношения между сотрудниками во многом зависят от успешной коммуникации. Для того чтобы добиться эффективного взаимодействия с коллегами, необходимо придерживаться следующих принципов коммуникации:

- поступайте с людьми так, как вы хотели бы, чтобы поступали с вами.
- исповедуйте приоритет общечеловеческих ценностей над личным эгоизмом.
- предпочитайте сотрудничество соперничеству.
- помните, что критика – это выступления «против идей, а не против людей».
- проявляйте эмпатию и гуманизм.

В-третьих, предоставление информации и прозрачность политики компании для всех уровней сотрудников. Качественная, бесперебойная, отлаженная обратная связь, как сверху-вниз, так снизу-вверх.

В коллективе развлекательного комплекса было проведено анкетирование с целью оценки мотивации персонала по методу Макса Ландсберга. Анкета включала в себя список из 50 факторов мотивации.

Значимость фактора оценивалась по четырехбалльной шкале: 1 - «не важно», 2 - «немного», 3 - «важно», 4 - «очень важно».

Если какой-либо фактор для кого-то не важен, его вполне можно исключить из рассмотрения.

Удовлетворенность также оценивалась по четырехбалльной шкале: 1 - «плохо», 2- «так себе», 3 – «хорошо», 4 – «очень хорошо».

Все анкеты заносятся в сводную таблицу. Затем ячейки таблицы окрашиваются в разные цвета, в зависимости от того, насколько проблемным оказался тот или иной фактор для человека:

Красный цвет – нужно срочно что-то делать (пары ответов: «очень важно» - «плохо», «важно» - «плохо», «очень важно» - «так себе»).

Оранжевый цвет – уделить пристальное внимание (пары ответов: «немного» – «плохо», «важно» – «так себе»).

Бледно-розовый – возможны потенциальные проблемы (пары ответов: «не важно» – «плохо», «не важно» – «так себе», «немного» – «так себе», «очень важно» – «хорошо»).

Факторы, которыми респонденты вполне довольны, не окрашиваются. Это не значит, что их не имеет смысл обсуждать. Просто можно сделать это после того, как «исчезнет» красный цвет.

После проведения анкетирования, необходимо оценить фактор риска. Это значит – сколько в таблице ячеек окрашено в красный цвет, по какому из факторов наиболее часто. Затем собрать весь персонал и провести беседу. Обозначая проблему, следует спрашивать, каким видит решение тот или иной сотрудник, имеющий по данному фактору неудовлетворенность, на что еще следует обращать внимание. При индивидуальном общении следует также смотреть и на важность того или иного фактора для человека. Это прямое указание на то, чем именно можно его мотивировать (или демотивировать).

Анкетирование следует проводить раз в две недели, поочередно удаляя факторы, по которым пропала неудовлетворенность, и, обозначая факторы, которые стали значимыми или появилась проблема.

Исходя из выше сказанного, следует сделать следующие выводы и дать рекомендации по мотивации:

- персонал озабочен состоянием компании на сегодняшний день и неудовлетворен перспективами дальнейшей работы, - необходимо дать полную, ясную, правдивую картину о предстоящих изменениях и дальнейших действиях компании на рынке и делать это регулярно и своевременно;
- повышенное психологическое давление, - необходимо проводить корпоративные мероприятия, позволяющие снять психологическую нагрузку;
- неудовлетворенность в заработной плате, - пересмотреть систему денежного вознаграждения и

бонусного премирования.

- фактор продвижения по служебной лестнице явился камнем преткновения ввиду нестабильного положения компании, - проводить мероприятия по стимулированию персонала направленных на достижения результатов в карьерном росте, на данном этапе является не целесообразным, но провести дополнительные тренинги оказалось бы нелишним.

Список литературы:

1. Давыдов С. Не мешайте мне работать. – М.: «Олимп- Бизнес», 2008. - 100 с.
2. Шапиро С.А. Мотивация. – М.: «ГроссМедиа», 2008. - 224 с.
3. Макс Ландсберг. Коучинг. Повышайте собственную эффективность, мотивируя и развивая тех, с кем вы работаете. - М: Эксмо, 2004. – 342 с.

ЯПОНСКИЙ ОПЫТ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ КАК ПРАКТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Бондарева А.Ю., студент; Коврижина А.Н., студент

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: anichka.89@mail.ru

Научный руководитель: Жернова Н.А., к.э.н., доцент

Качество товаров и услуг, а также фирменных изделий определяет уровень спроса, репутацию компании, долю ее рынка и является стратегически важной характеристикой компании. Качественная продукция позволяет компаниям эффективно конкурировать на мировом рынке, при этом система качества должна не только удовлетворять запросы потребителя, но и защищать интересы фирмы. Правильная система управления качеством продукции поможет руководству снизить риск издержек и увеличить прибыль, повысить качество продукции, оставив цену приемлемой для покупателя. В настоящее время более 70 стран, в том числе и Россия, используют международные стандарты качества. Во многих случаях наличие такой системы – это необходимое условие для заключения контракта на поставку продукции.

Качество нужно обеспечивать на каждом этапе, в каждом процессе, чтобы добиться производства без дефектов и браков. Это достигается путем управления всем технологическим процессом. Недостаточно просто обнаружить дефекты и устранить их. Необходимо определить причины, которые вызывают эти дефекты. Комплексное управление качеством дает следующие преимущества [1]:

- может помочь рабочим выявить, а затем и устранить эти причины;
- позволяет проследить каналы коммуникации внутри фирмы;
- дает возможность отделу проектирования продукции и производственному отделу умело и точно следовать меняющимся вкусам и позициям заказчика с тем, чтобы выпускаемая продукция последовательно удовлетворяла их запросам;
- проникает в сознание людей и помогает выявить ложную информацию;
- помогает фирмам избежать использования ошибочных данных о выпуске и реализации продукции.

Система управления качеством продукции должна все время совершенствоваться, создавая такие экономические и организационные условия, которые стимулировали бы качественный, производительный труд и инициативу исполнителей. Практической основой формирования менеджмента качества признан японский опыт менеджмента качества. В нем центральной идеей является поощрение «за отсутствие недостатков». Это оказывает существенное влияние не только на качество товаров, но и на осознание ответственности каждым рабочим за качество выполненной работы, развивает в них чувство самоконтроля. В Японии общая ответственность за качество продукта лежит на производственном менеджере. Усилия, связанные с повышением качества, направлены на решение проблем в процессе проектирования продукта. Основные идеалы управления качеством продукта в Японии, можно кратко охарактеризовать следующим образом [2].

1. Качество как функция того, насколько полно продукт отвечает спецификации.
2. Качество зависит от всех подразделений – от закупки материалов и инженерной разработки до отгрузки готового изделия и обслуживания.
3. Задача повышения качества – совершенствование продукции, исправление собственных ошибок в процессе работы.

4. Повышение качества в течение всего рабочего времени будет увеличивать долю рынка и стимулировать рыночный спрос.

5. Каждый производственный рабочий является ответственным за инспектирование, даже если для этого необходимо остановить сборочную линию, чтобы скорректировать ее работу и установить причину брака.

6. Проверка каждой единицы продукции, чтобы установить дефект прежде, чем вся партия окажется браком – поддержание на низком уровне на основе концепции JIT («точно в срок»).

7. Отказ от таблиц образцов. Учет брака как число дефектов на 1 млн единиц продукции.

8. Использование выборки размером $n=2$, состоящей из первой и последней единицы каждой партии продукции, чтобы быть уверенным в стабильности процесса.

9. Отдел контроля качества управляет качеством, но также обучает персонал. Действенное инспектирование осуществляется рабочими.

10. Рабочие или группы исправляют собственные ошибки, даже если им приходится задержаться на работе.

11. Рабочие сами отвечают за содержание своих рабочих мест в чистоте.

Большинство исследователей считают, что 85 % проблем качества связаны с материалами и процессами, а в Японии исходят из принципа Деминга «98/2» [3]. 98 % всех ошибок сотрудников связаны с системой, технологиями, и только 2 % – с действиями людей. Следовательно, вместо того, чтобы наказывать сотрудника, надо изменить систему, устранить проблему в бизнес-процессе. Японский экономист Шинго предполагает, что производственные рабочие и служащие сами должны проверять свою работу. Это невозможно без всеобщего целенаправленного обучения персонала организации. Оно проводится по двум направлениям: обучение рядовых работников и обучение мастеров и менеджеров.

Массовое обучение персонала проходит в рамках рабочих групп. В ходе совместной работы члены групп расширяют опыт выявления и устранения дефектов, поиска более эффективных путей решения возникающих проблем. Расширяют свой кругозор и знания за счет встреч с рабочими группами смежников, посещения семинаров, конференций, организованных штабами качества. Обучение, как правило, проводится во внерабочее время и обязательно включает цикл тренировок в течение шести-восьми недель.

Японские специалисты всегда подчеркивают, что процесс обучения необходимо начинать с руководителей высшего звена. Обычно проводить занятия приглашаются специалисты-консультанты по качеству.

Процесс обучения несет в себе очень важные функции – повышение квалификации работников и изменение отношения работника к своим обязанностям.

Еще одним подходом к повышению качества является создание кружков контроля качества. В состав кружка входит 6-12 производственных рабочих и служащих, которые периодически встречаются на добровольной основе для решения производственных проблем. Группы обсуждают, вырабатывают и рекомендуют пути повышения качества продукции и совершенствования производственного процесса. Так же задачами кружков качества является содействие совершенствованию и развитию предприятий, создание творческой и доброжелательной атмосферы на рабочем участке, всестороннее развитие способностей работников и ориентация на использование этих способностей в интересах фирмы.

Система JIT тесно связана с качеством продукции. Эта система снижает затраты на качество, благодаря снижению уровня отходов и расходов на исправление брака. Так же JIT сокращает длительность цикла обработки, выявляя очевидные ошибки и лимитируя число потенциальных источников ошибки, уменьшение размера партии, практическая ликвидация незавершенного производства, сведение к минимуму объема товарно-материальных запасов, сокращение расходов на хранение деталей.

Японцы используют понятие «кейдзен», чтобы описать процесс совершенствования уровня качества. Фундаментальная концепция контроля качеством в стиле «кейдзен» связано с качеством людей. Согласно стандартам в Японии, эффективное управление качеством делает необходимым взаимодействие всех сотрудников компании, включая руководителей высшего звена, управленцев, мастеров и рабочих, на всех направлениях деятельности корпорации, что формирует единую направленность мышления сотрудников. Например, в сфере рыночных НИОКР, планирования, разработки, подготовки продукции к производству, закупок, управление поставщиками, изготовления, контроля, сбыта и послепродажных услуг, а также в области финансового контроля, управления персоналом, обучения и подготовки кадров. Контроль качества, осуществляемый таким образом, называется контролем качества на уровне всей компании или сквозным контролем качества (СКК). Повышение качества персонала позволяет компании наполовину пройти дорогу к качеству продукции.

Повышение качества – процесс, в котором никогда не достигается совершенство и всегда ведется поиск. При совершенствовании системы контроля качества продукции в России можно, на наш взгляд, использовать вышеперечисленные принципы и подходы. Это позволить российским предприятиям

успешно конкурировать с зарубежными производителями на международном уровне и лучше удовлетворять нужды покупателей внутреннего рынка.

Список литературы:

1. Организация и планирование машиностроительного производства (производственный менеджмент): Учебник / К.А. Грачева, М.К. Захарова, Л.А. Одинцова и др.; под ред. Ю.В. Скворцова, Л.А. Некрасова. – М.: Высш. шк., 2003. – 470 с.
2. Производственный менеджмент: Учебник / под ред. В.А. Козловского – М.: ИНФРА-М, 2003.
3. «Великое в малом» или хождение в Японию за альтернативным менеджментом / Ю.П. Адлер // <http://md-hr.ru/articles/html/article32709.html>.

РАЗРАБОТКА ПОЛИТИКИ УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМ КАПИТАЛОМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Бородин А.Ю., студент

Томский государственный университет

E-mail: alex1986@pochta.ru

Научный руководитель: Счастливая Т.В., к.э.н., доцент

Размер собственного капитала является фундаментом, главной характеристикой любого банка. Размер капитала определяет возможности привлечения и размещения ресурсов, объем операций по всем основным видам деятельности банка. Достаточный размер капитала является одним из условий поддержания ликвидности и финансовой устойчивости банка, а достаточность капитала – это главный показатель надежности банка. Потеря капитала делает невозможным нормальное функционирование банка и может привести к его банкротству. Все это предопределяет необходимость разработки механизма управления капиталом.

В соответствии с Положением ЦБ РФ № 215-П, собственный капитал банка – это величина, определяемая расчетным путем [1]. Она включает собственные, а в ряде случаев и привлеченные средства, которые по экономическому смыслу могут выполнять защитную, оперативную и регулируемую функции. Процесс управления собственным капиталом должен быть непрерывным и включать несколько взаимосвязанных этапов. Управление капиталом состоит из анализа (диагностики состояния), выработки тактических мероприятий или планирования, реализации данных мероприятий через активный менеджмент и контроль за результатом от принятых решений. При этом каждый банк, на наш взгляд, должен иметь собственную политику в отношении своего капитала. Именно при разработке политики управления собственным капиталом определяются система критериев оценки капитала и факторов на него влияющих, а также приоритеты в управлении капиталом и мероприятия активного менеджмента, т.е. инструменты управления капиталом.

Политики разных банков и механизмы их практической реализации обладают как общими чертами, так и существенными различиями. К общим их чертам можно отнести ориентированность на безусловное выполнение значений нормативов, устанавливаемых Банком России в отношении капитала банков, а также обеспечение максимально прибыльной эксплуатации собственного капитала [3. С. 143].

Так, из выражения для норматива Н1 следует, что при заданном значении активов, взвешенных по уровню риска (A_p), необходимый размер собственного капитала банка (СК) должен быть не менее:

$$H1 = \frac{СК}{A_p} \times 100 \Rightarrow СК \geq \frac{H1_{\min} \times A_p}{100} \quad (1)$$

Как показывает практика, в зависимости от фазы хозяйственного цикла и финансового положения банки прибегают к различным методам корректировки баланса. В период хозяйственного подъема банки увеличивают капитал путем дополнительного выпуска акций или капитализации части прибыли; в периоды спада – путем сокращения кредитного портфеля [4. С. 46]. При изучении механизма арбитража по капиталу, используемого банками для искусственного повышения капитальных коэффициентов, было также установлено, что банки используют секьюритизацию, т.е. превращение кредитных требований банка в обеспечение для выпуска вторичных ценных бумаг с одновременным снятием этих требований с баланса банка. Соответственно уменьшается общий объем активов, имеющих 100%-ный риск, что приводит к улучшению коэффициентов достаточности капитала.

Так или иначе, банки, скорее всего, всегда будут соблюдать нормативы достаточности капитала, поскольку невыполнение их связано с соответствующими санкциями со стороны регулирующих органов. Поэтому основной проблемой при разработке политики управления собственным капиталом является обеспечение эффективности функционирования капитала. Важность ее обусловлена тем, что, с одной стороны, чем больше значение норматива достаточности капитала, тем больше степень надежности банка, однако, с другой, - чем больше доля заемных (привлеченных) средств в общей сумме средств банка, тем больше при прочих равных условиях будет прибыльность собственного капитала (ROE), т.е.:

$$ROE = \frac{\Pi'}{СК} = \frac{\Pi'}{A} \times \frac{A}{СК} = \frac{\Pi'}{A} \times \frac{СК + Об}{СК} = \frac{\Pi'}{A} \times \left(1 + \frac{Об}{СК}\right), \quad (2)$$

где Π' – чистая прибыль банка, тыс. руб.,

A – сумма активов банка, тыс. руб.,

Об – сумма обязательств банка, тыс. руб.,

Такой эффект называется эффектом финансового рычага. Это связано с тем, что прибыль, заработанная путем использования всех средств банка (как собственных, так и заемных и привлеченных), будет относиться к сумме собственного капитала. Следовательно, чем меньше сумма собственного капитала в общей сумме средств банка, тем больше будет прибыль на акцию или пай, т.е. банку выгодно работать с минимальным обеспечением активов собственным капиталом.

«Капитальная» политика и механизмы ее реализации в разных банках всегда будут иметь и отличия. Главное различие здесь связано с увеличением или уменьшением размера собственного капитала банков. Дополнительная потребность в собственном капитале у банков вызвана рядом факторов и прежде всего требованиями со стороны центральных банков по обеспечению безопасной деятельности коммерческих банков, ростом конкуренции, состоянием экономики [2. С. 272]. Таким образом, нельзя понимать так, будто не особенно амбициозные банки могут вовсе не думать об увеличении своих капиталов; такая необходимость в определенной мере имеется и у них. В то же время чрезмерно высокий уровень данного показателя, как правило, свидетельствует о недостаточном развитии банка как коммерческой организации. Капитал должен быть достаточным, но не избыточным.

В рамках системы управления собственным капиталом у банков существуют два основных источника формирования собственных средств: внутренние и внешние. Однако в условиях кризиса они существенно ограничены. Так, за счет прибыли увеличивать капитал невозможно, поскольку из-за ухудшения качества активов она сокращается или сменяется убытками. Только за октябрь 2008 г. она уменьшилась на 11%, а за весь год – более чем на треть. В начале декабря 2008 г. убытки показали 115 банков, т.е. каждый десятый [6]. Дело в том, что из прибыли формируются постоянно наращиваемые резервы на возможные потери по ссудам. Таким образом, резервы "съедают" капитал. Рост просроченной задолженности способен привести к серьезной декапитализации банковской системы. Так, банки могут покрыть резервами просрочку в размере 5-6% активов, не выйдя за границы норматива достаточности капитала. Однако на начало 2009 г. уровень просроченной задолженности составил уже 3,8% [5].

Привлечение частных инвесторов также составляет проблему, поскольку рентабельность капитала банков снижается, и такие инвестиции становятся невыгодными. Основная схема спасения – это прямое вхождение государства в капитал банков. Например, предлагается предоставить «системообразующим банкам» (Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк и другие крупные банки) дополнительно 15% капитала в виде субординированных кредитов при условии, что действующие акционеры также внесут 15% капитала [6]. Основным недостатком государственного финансирования является деформация конкурентной среды. Однако в сложившейся ситуации каких-либо действий без побочных эффектов просто не может быть, поэтому, по мнению большинства экспертов, это наиболее оптимальный вариант.

Итак, управление собственным капиталом должно базироваться на политике. Выделяют три типа политики управления собственным капиталом банка: 1) политика управления, в которой предпочтение отдается выполнению обязательных нормативов Центрального банка; 2) политика управления, основной упор в которой делается на обеспечение максимальной отдачи капитала; 3) политика, в которой надежность банка и прибыльность капитала уравновешены. При этом, по нашему мнению, самой оптимальной является третья политика. В данном случае банк ведет политику, уравновешенную по рискам, прибыль растет небольшими темпами, дивиденды невелики и часто направляются на капитализацию. Каждый шаг оценивается с позиций его оптимальности. Данная модель характерна для банков, ориентированных на долгосрочную деятельность. Достоинства данной модели очевидны, недостаток – весьма трудоемкий процесс управления капиталом, который возможен только с применением современных методов автоматизации процесса управления.

Список литературы:

1. О методике определения собственных средств (капитала) кредитных организаций [Электронный

ресурс]: Положение ЦБ РФ от 10 февр. 2003 г. № 215-П в ред. от 16 дек. 2008 г. - В данном виде документ опубликован не был. - Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

2. Банковский менеджмент: Учебник / Под ред. Лаврушина О.И. - М.: КНОРУС, 2009. - 2-е изд., перераб. и доп. - 560 с.

3. Банковское дело. Управление и технологии: Учебник / Под ред. Тавасиева А.М. - М.: ЮНИТИ, 2005. - 2-е изд., перераб. и доп. - 671 с.

4. Усоскин В.М. Базельские стандарты адекватности банковского капитала: эволюция подходов // Деньги и кредит. - М., 2000. - № 3. - С. 39-50.

5. Алешкина Т. Банки просрочили капитал [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. - 2009. - № 22/П(4077). - Электрон. версия печат. публ. - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/>, свободный.

6. Тальская М. Капитальные проблемы [Электронный ресурс] // Эксперт. - 2009. - № 5 (644). - Электрон. версия печат. публ. - Режим доступа: <http://www.expert.ru/>, свободный.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Брезгина Е.Е. студент; Щеглова Т.В. студент

Томский Политехнический Университет

E-mail: katenka3@yandex.ru

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента Могильницкая Г.О.

В 80-е годы XX века отечественные ВУЗы действовали как закрытые системы, замкнутые на решении лишь своих внутренних проблем (так как работали в условиях отсутствия конкуренции), но в последнее время ситуация претерпела значительные изменения. Для российских вузов, как государственных, так и коммерческих, проблема насыщенного рынка с высоким уровнем конкуренции уже сегодня стала актуальной, поэтому исследование факторов внешней среды является для них объективной необходимостью. [2]

Высшие учебные заведения функционируют на рынке в тесной зависимости от внешней среды. Согласно мнению профессора Ливандовской А. внешнюю среду можно разделить на три уровня. Это мегасреда, макросреда и микросреда. Элементы мега- и макросреды по большому счету идентичны, но элементы макросреды имеют характерную национальную специфику. Это наглядно видно на Диаграмме 1. [1]

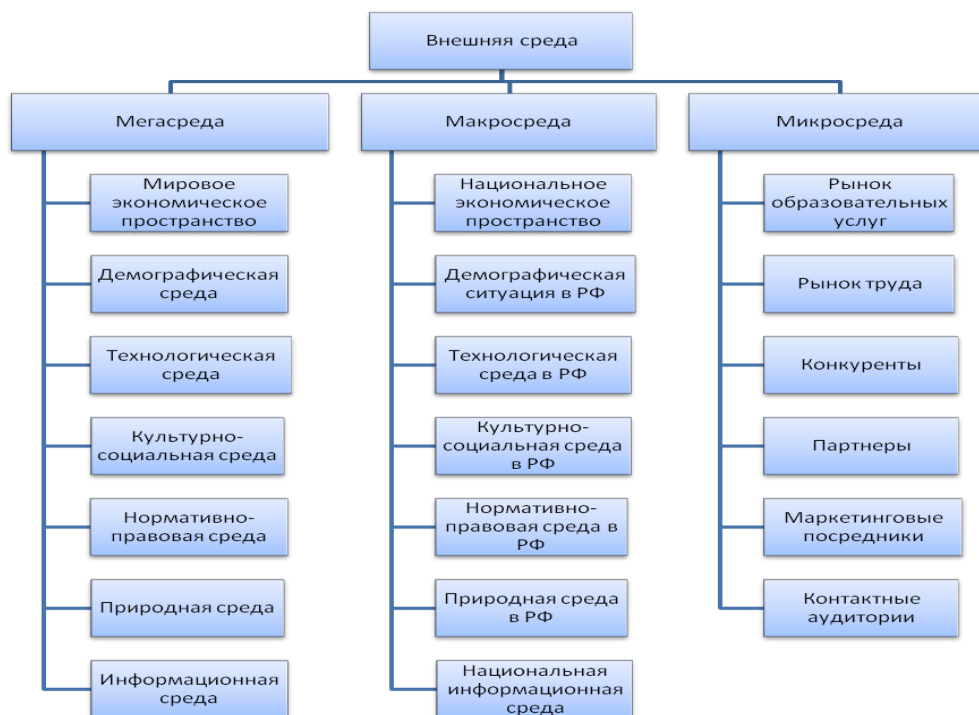


Диаграмма 1. Внешняя среда ВУЗа

На сегодняшний день в мире активно идут процессы интеграции и глобализации, и эти процессы предъявляют все новые и новые требования к уровню подготовки молодых специалистов. Что касается культурно-социальной среды, то создается макрокультура, формируется электронная (интерактивная) культуры, что оказывает значительное влияние на образовательную деятельность, например дистанционное образование.

При анализе нормативно-правового фактора нужно учитывать уровень развития правового регулирования образования, выявлять отношение государственных институтов и общественных организаций к образованию и науке, соотношение государственного и частного образования, намечать пути развития процессов косвенного регулирования образовательной сферы.

Кроме того, изменяется демографическая ситуация в сторону увеличения доли пожилого населения и это соответственно изменяет структуру потребителей услуг высшего учебного заведения. Развивается уровень технологического производства, это фактор показывает, что есть потребность в новых услугах и новых специалистах, которые будут способны соответствовать современным запросам потребителей. Помимо этого изменяется и природная среда.

Но на сегодняшний день, одна из самых динамичных частей внешней среды – это информационная среда. Кратно возрастает объем информации, используются все более совершенные методы ее сбора, хранения и обработки и передачи. Быстрыми темпами развивается глобальная сеть Internet.

Все эти факторы оказывают непосредственное влияние на образовательные услуги.

Кроме того, большое влияние на качество образовательных услуг оказывает микросреда ВУЗа.

Так в последнее время влияние оказывают цели людей поступающих в ВУЗ: для одних целью является получение желаемой профессии; для других получения широкого круга знаний, который поможет в будущем найти работу, обеспечивающую достойный доход или организовать собственный бизнес; для третьих обучение в ВУЗе это возможность проявить себя в научной среде; для кого-то университет – это своеобразное времяпрепровождение, различные культурно-массовые и спортивные мероприятия, возможность ощутить дух студенчества.

Исходя из различных требований, предъявляемых к образовательным услугам, для привлечения большего количества потребителей, высшие учебные заведения должны все больше индивидуализировать процесс обучения.

На рынке труда сейчас необходимы специалисты с высоким уровнем фундаментальных знаний в определенной сфере, интеллектом, способностью к самообразованию, знаниям иностранного языка и компьютерных технологий в сфере профессиональной деятельности. Следовательно, конкуренция на рынке образовательных услуг ужесточается.

Помимо всего прочего, усиливается в этой ситуации как ценовая, так и неценовая конкуренция на рынке между различными высшими учебными заведениями. Что касается коммерческих ВУЗов, то здесь доминирует ценовой тип, но, на мой взгляд, в государственных ВУЗах преимущество имеет неценовая, основанная на повышении качества предоставляемых образовательных услуг, их диверсификации. Появились маркетинговые посредники (консалтинговые фирмы), которые помогают ВУзам выработать рациональную стратегию поведения на рынке образовательных услуг.

Так как внешняя среда оказывает значительное влияние на образовательный процесс, необходим постоянный ее мониторинг и поиск методов адаптации к ее изменениям. Это можно производить следующими способами:

1. Диагностика среды (анализ имеющейся информации).
2. Мониторинг среды (отслеживание текущей, постоянно появляющейся информации).
3. Прогнозирование среды (создание информации о будущем состоянии развития вуза).

Список литературы:

1. Ливандовская А. Внешняя и внутренняя среда вуза: влияние на качество образования // Высшее образование в России. № 7.-С. 152-154.
2. Ворошилова Л.Л. Вузовские ветры <http://www.creativeconomy.ru/library/prd862.php>
3. Ованесян Н., Лебедев В. Маркетинг образовательных услуг // Высшее образование в России. 2005. - № 6. - С. 158

МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИИ НА ПРИМЕРЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПЕРЕМЕЩЕНИЯ РАБОЧЕГО СТОЛА МНОГОКООРДИНАТНОГО МЕХАТРОННОГО МАНИПУЛЯТОРА

Бузырева А. С. - студентка, Сергеев Д. В. - студент

Томский университет системы управления и радиоэлектроники

E-mail: nip1989@sibmail.com

Научный руководитель д. т. н., д. э. н., профессор Осипов Ю.М., зав. ОКЮ

В настоящее время широкое распространение приобрели оптические системы, работающие в режиме реального времени, позволяющие отслеживать технологические процессы и контролировать качество продукции. Основными достоинствами оптических систем являются контроль без нарушения целостности продукции и немедленное принятие решения при обнаружении брака.

Основная идея проекта – проанализировать создание аппаратно-программной системы контроля качества (СКК) для рабочего стола многокоординатного мехатронного манипулятора (МММ), обеспечивающего контроль над технологическим процессом в реальном масштабе времени при помощи разных физических принципов с точки зрения менеджмента инновации.

Обозначим этапы определения новизны продукта в рамках бизнес-плана для дальнейшей реализации проекта:

1. Краткое описание товара
2. Проведения поиска аналогов.
3. Выявление ближайших аналогов.
4. Проставления коэффициентов по преимуществу по сравнению с аналогами.
5. Расчет конкурентоспособности нашего продукта и аналогов, это позволит нам определить новизну нашего будущего продукта.
6. Выявление потенциальных потребителей.
7. Оценка рисков.

После прохождения каждого этапа будет выявлена новая информация, которая поможет нам определить конкурентоспособность товара и его востребованность на рынке новшеств.

Следует отметить, что контроль качества в данном случае подразумевает:

1. Аппаратное обеспечение: две видеокамеры (система машинного стереозрения); аппаратный фильтр обработки видеосигнала; персональный компьютер;
2. Программное обеспечение качества и диагностики.

Описание работы. С двух видеокамер синхронно, по сигналу от внешнего триггера, происходит захват видеоизображения и передача его в аппаратный фильтр. Отфильтрованное изображение поступает в персональный компьютер, где производится его анализ при помощи программного обеспечения качества и диагностики. На основе математической модели программа производит сравнение заданной траектории обработки с реальной траекторией на объекте. При обнаружении отклонения от заданной траектории, программа вносит корректировку в работу сервоконтроллера, осуществляющего управление МММ. В результате работы системы повышается качество функционирования МММ за счет постоянной корректировки сигналов управления в режиме реального времени. Разработанная блок-схема СКК представлена на рис. 1.

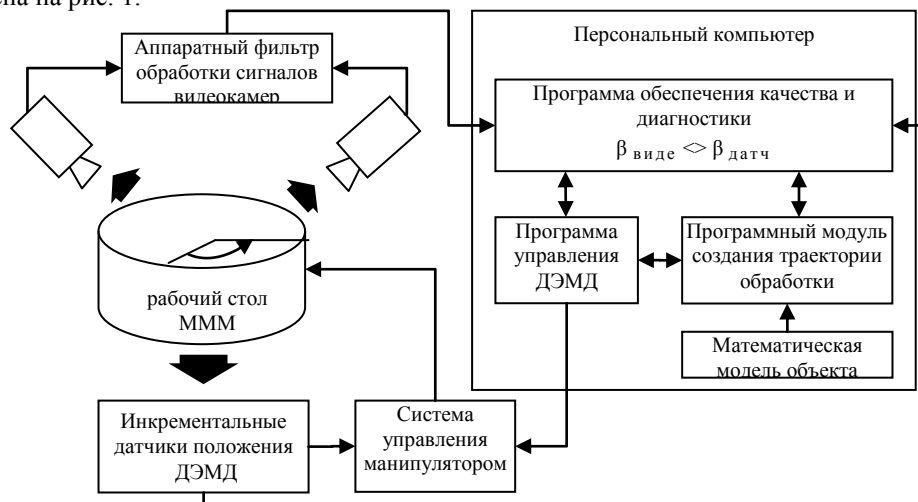


Рис.1. Блок-схема СКК

На начальной стадии разработки проекта были проведены маркетинговые исследования с целью определения его конкурентоспособности. Анализ продукции на свободном рынке не выявил явных аналогов системы. СКК сторонних разработчиков предназначены для проверки качества продукции на конвейерах, совершающих только одно линейное движение и предназначены для однотипных поверхностей. Можно сделать вывод, что такие системы стационарны, и не могут быть использованы в динамично-технологических процессах, где, например, может быть изменена траектория движения объекта и форма самого объекта.

Поиск в научно-технической и патентной литературе выявил несколько аналогов: система контроля смещений; система контроля перемещения и состояния подвижных объектов; система контроля качества лазерной резки или сверления особых листов металла.

Был произведен расчет уровня конкурентоспособности, который основан на производственной модели, состоящий из двух показателей «значимости технического решения» и «значимость экономического события».

Показатель конкурентоспособности «значимости технического решения» обладает отличительными критериями: актуальность технической задачи, соответствие технической задачи программам важнейших работ научно-технического прогресса, сложность технической задачи, место использования технической задачи, коэффициент объема использования технической задачи, коэффициент охвата охраняемыми мероприятиями технической задачи.

Модель оценки конкурентоспособности продукции, учитывающая затраты на основе показателя «значимость экономического события» отражает организационно-экономическую эффективность деятельности и финансовое положение предприятия и основана на количественных оценках экономических свойств научного продукта. «Значимость экономического события» отражает множество экономических критериев: коэффициент экономического развития региона, использующего продукцию; коэффициент влияния продукции на формирование потребностей общества; коэффициент объема и доступности ресурсов, необходимых для создания продукции; коэффициент влияния продукции на рыночную стратегию предприятия; коэффициент влияния продукции на конъюнктуру рынка; коэффициент влияния продукции на экономический рост предприятия.

По выше указанным критериям двух показателей, при сравнении с аналогами, СКК является конкурентоспособной.

Организационный план и план производства продукта включает в себя также несколько этапов. Выделим их:

Первый этап - маркетинговые исследования:

- разработка рабочей документации;
- поиск патентов;
- поиск комплектующих;
- поиск конкурентов;
- поиск потребителей

Второй этап - эскизно технологический проект нового товара. Предполагается схемоконструкторское проектирование и выбор эксплуатационно-экономических требований

Третий этап – расчет затрат на производство товара. Предполагается написание организационного и финансового плана производства. Расчет затрат.

Четвертый этап – организационно технологическая подготовка производства. Предполагается расчет возможного объема производства и количество необходимых рабочих мест. Определение цены продаж, необходимого объема финансирования и определение величины прибыли на 1000 руб. вложенных финансов, расчет окупаемости кредитов.

Потенциальные выгоды проекта.

- 1) Организация новых рабочих мест.
- 2) Полная автоматизация работы лазера.
- 3) Высокое качество выпускаемой продукции.

Результатом реализации СКК станет разработка новой технологии, обеспечивающей бесконтактный способ определения точности и повторяемости перемещения рабочего стола многокоординатного манипулятора. Итогом проделанной работы стало написание бизнес плана, который поможет в дальнейшем снизить риски при внедрении продукта на рынке инноваций.

Список литературы:

1. www.fips.ru
2. www.uspto.gov

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ ПЕДАГОГОВ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Бурыхина Ю.П., студент

Томский политехнический университет

E-mail: blagodan@hevee.ru

Научный руководитель: Криницына З.В., к.т.н., доцент

Первые шаги профессиональной деятельности молодого педагога – пора мечтаний и больших надежд, с одной стороны, а с другой, это может быть и пора разочарований. Начало работы на новом месте, особенно после окончания образовательного учреждения, – достаточно резкая перемена в жизни.

Адаптация педагога в образовательном учреждении – процесс и результат приспособления педагогического работника к профессиональной деятельности, педагогическому коллективу. Различают четыре её вида: *психофизиологическая* – приспособление человека к непривычным условиям, поурочному режиму труда и отдыха на месте работы; *социально-психологическая* – вхождение в трудовой коллектив, овладение ценностями организационной культуры; *социально-организационная* – привыкание сотрудника к новым условиям, включающим административно-правовые, социально-экономические, управленческие аспекты; *профессиональная* – активное освоение педагогом действий в соответствии с должностными обязанностями, этикой педагогического общения, процессом воспитания, нормами труда.

В начале трудовой деятельности молодой педагог чувствует себя полным сил, физически и морально здоровым. Но, не смотря на это, проблемы психофизиологической адаптации молодых педагогов существуют. Ни для кого не секрет, что по степени напряженности нагрузка педагога намного больше, чем у руководителей промышленных предприятий. Педагог всегда находится в обстановке публичного выступления. Он редко выполняет однообразные операции: меняются социальные условия и сами дети, а, значит, меняются и методы и приемы взаимодействия. Учитель постоянно перегружен. Рабочее время педагога доходит до 55 – 65 часов в неделю. Официальная нагрузка в среднем 18 – 24 часа в неделю, т. е. 3–4 часа в день, физически она составляет 45 – 50 часов в неделю, т. е. 8 – 9 часов в день, не считая других видов занятости. Подготовка к урокам у начинающего педагога занимает 1,5 – 2 часа на урок. На проверку тетрадей 2 – 3 часа в день. На подготовку наглядных пособий, дидактического материала, раздаточного материала, оборудование кабинета – тратят от 1 до 1,5 часов в день. Большинство учителей работает с отстающими и сильными учениками в различных группах, кружках, индивидуально, и на это уходит в среднем один час в день. Учителя имеют также различные нерегламентируемые дополнительные нагрузки. Они не обязательны, но фактически включены в рабочее время: заведование кабинетом, дежурство, вечера, участия в комиссиях, совещаниях и т.д. Если к этому ещё добавить, внедрение новых технологий обучения, изготовление специальных учебных технических средств, то станет понятно, что учебная нагрузка порой просто не поддается учету. Отсюда, основные проблемы молодых учителей – физическая перегрузка и нехватка времени.

По степени негативного влияния на здоровье профессию учителя приравнивают к профессии шахтёра. Не секрет, что с годами учителя начинают шаблонно мыслить, становятся недовольными, раздраженными, заиклены на своем. И вряд ли можно их за это винить: попробуйте распахивать душу по несколько часов в день, ежедневно, годами. Очень страшное это явление, когда добрая, волшебным светом сияющая молодая учительница превращается в нервную, крикливую, вечно раздраженную «училку». Хотелось бы обратить внимание на то, что «заряжать энергией», «открывать частичку сердца», «отдавать все силы на уроке» учителей научили, а как подпитываться этой энергией, чем подлечивать порванное сердечко и откуда в конце концов эти самые «все силы» взять – про то не рассказали. Напряженный ритм жизни, физические и психологические «перегрузки» ведут к повышенному напряжению. А неумение расслабляться, выходить из стрессового состояния, обретать психологическое равновесие приводит педагогов к «эмоциональному выгоранию».

Эмоциональное выгорание представляет собой приобретенный стереотип поведения, которое проявляется в уменьшении эмоционального реагирования, как в личной, так и профессиональной жизни [2]. В одной Северной школе были исследованы молодые педагоги на синдром «эмоционального выгорания». У 75% респондентов в стадии формирования находится 1 фаза «напряжение», которая является предвестником и «запускающим» механизмом в формировании эмоционального выгорания, как защитная реакция на появляющееся напряжение сформировалась 2 фаза «резистенция» – то есть сопротивление, они пытаются более или менее успешно оградить себя от неприятных впечатлений. У 50% респондентов сформировалась 3 фаза «истощения», которая говорит о том, что они заражены синдромом «выгорания».

Во всем синдроме «эмоционального выгорания» доминирующими симптомами были выявлены: неудовлетворенность собой у 25% респондентов, расширение сферы экономии эмоций у 75%,

эмоциональный дефицит и личностная отстраненность у 50% респондентов.

Для решения выявленных психофизиологических проблем адаптации, предлагается:

- организовывать работу с психологом (психологические тренинги на которых обучать молодых педагогов снимать напряжение в процессе трудного урока, верить в себя, свои способности, избавляться от обиды и зависти, злобы и отчаяния);
- обучать саморегуляции, проводить психокоррекционную работу;
- проводить непрерывное психолого-педагогическое образование педагога, повышать квалификацию;
- организовать тщательный разбор итогов работы в первые 2-4 недели и оценку результатов (ничто так не вдохновляет, как одобрительные слова в это время);
- учить педагогов тому, что – «инвестиции в собственное психологическое здоровье – залог профессионального роста» - (привлекать молодых педагогов к различным спортивным мероприятиям, посещению бассейна, фитнес-клуба, на уроках использовать элементы здоровьесберегающих технологий).

К сожалению, это далеко не все трудности, с которыми сталкиваются начинающие педагоги. Молодой учитель в процессе самостоятельной работы в школе начинает понимать, что знания, полученные в институте, не всегда могут помочь в конкретной ситуации. В одном случае, успех не достигнут, потому что не учёл обстоятельства, в другом – не смог наладить контакты, в третьем – не знал, как поступить, и ошибся, и так далее.

По опросам молодых преподавателей выявлены основные факторы, способствующие скорейшей адаптации педагогов (табл.1).

Таблица 1. Факторы, способствующие адаптации педагогов

Факторы, благоприятствующие адаптации	Ранговое место
Доброжелательное отношение администрации и коллег	1
Наличие опытного учителя – наставника	2
Психологическая поддержка	3
Учебная нагрузка в пределах одной ставки	4
Позитивная оценка деятельности	5
Знание педагогического коллектива	6
Доступность к школьной документации	7
Ощущение эффективности своей работы	8
Информированность в вопросах адаптации	9

Из табл.1 видно, что наиболее важными для себя компонентами учителя считают: позитивную оценку своей деятельности; доброжелательное отношение администрации и коллег, наличие опытного наставника, оказание психологической помощи и предпочитают регламентировать учебную нагрузку в пределах 18 часов в неделю, ведя одну дисциплину.

Таким образом, со стороны руководства школы эффективны в период ознакомления с новым местом работы следующие действия: личный приём новичка администратором и беседа с ним; рассказ об образовательном учреждении, его специфических особенностях; совместный обход учебных помещений; представление новичка коллегам с просьбой принять его в свой коллектив, оказание помощи и поддержки; выражение надежды на успех; знакомство со всеми необходимыми документами, регламентирующими деятельность организации и учителя в частности и характеризующими рабочее место; детальное ознакомление с рабочим местом (кабинетом); организация наставничества (прикрепление к молодому учителю на ближайшие 3 года опытного педагога); организация обучения, через ШМУ, работа с психологом. Привлечение молодых к исследовательской работе.

И если работа с молодым специалистом будет организована грамотно и успешно, будут учтены все возможные проблемы, тогда адаптация молодого педагога, пройдет эффективно и «безболезненно» и педагог, несомненно, станет профессионалом.

Список литературы:

1. Рябов А. Е. Адаптация нового сотрудника. Журнал «Директор школы», № 5, 2005г, с. 13 – 23.
2. Форманюк Т.В. Синдром «эмоционального сгорания» как показатель профессиональной дезадаптации учителя. Вопросы психологии, 2004, № 6, с.12 -25.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Вахтангури Ш.Р., студент

Томский политехнический университет

E-mail: shotik89@sibmail.com

Научный руководитель: Спицын В.В., ст. преподаватель.

Кардинальные изменения условий деятельности, связанные с переходом на инновационный путь развития, предоставляют предприятиям новые возможности для достижения преимуществ в рыночной конкуренции. Однако они же создают и определенные сложности, поскольку современные технологические решения нередко требуют иных организационных подходов для своей реализации. Поэтому сегодня проблемы и научно-технического развития, и организационного совершенствования должны рассматриваться неразрывно. Немаловажную роль здесь играет развитие системы управления инновационными проектами на промышленных предприятиях, направленное на разработку новых организационных решений, позволяющих своевременно реагировать на меняющиеся вызовы конкурентной среды.

Понятие инновационный проект может быть рассмотрено следующим образом:

- форма целевого управления инновационной деятельностью.
- процесс осуществления инноваций.
- как комплект документов, он представляет собой комплект технической, расчетно-финансовой, организационно-плановой документации, необходимой для реализации целей проекта.

Таким образом, инновационный проект представляет собой сложную систему процессов, взаимообусловленных и взаимоувязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение конкретных целей на приоритетных направлениях развития науки и техники.

Классификация инновационных проектов осуществляется на основе классификации инноваций. По уровню утверждения, финансирования и реализации: межгосударственные, национальные, региональные, отраслевые и отдельного предприятия.

Управление проектом представляет собой целенаправленный процесс достижения целей проекта при ограничениях на финансовые, материальные, человеческие, временные и прочие ресурсы. Управление инновационным проектом является сложной задачей. Рабочая группа, создаваемая для реализации проекта, решает новые задачи, отличающиеся от задач, решаемых существующими функциональными подразделениями.

Специфическими инструментами управления проектом являются:

1. Определение проекта и постановка задачи.
2. Установление промежуточных этапов.

Они взаимосвязаны и не могут эффективно функционировать изолированно. Четкая формулировка проблемы и постановка задачи важна для:

- осмысления проекта и установления этапов выполнения;
- выделения важнейших проблем;
- создания модели обмена информацией;
- определения ожидаемых результатов;
- разработки рекомендаций после завершения работ.

Подразделение на этапы позволяет контролировать ход выполнения проекта. Все разделение проекта на этапы должно быть тщательно продумано.

Менеджмент инновационных проектов – это принятие решений в постоянно меняющихся условиях, непрерывное рассмотрение программы инноваций и переоценка ее в целом и составных ее частей. Для руководителя сферы инноваций естественно, что любое его действие окружено неопределенностями как внутреннего, так и внешнего порядка. В любой момент может возникнуть непредвиденная техническая проблема, необходимость перераспределения ресурсов, новые оценки рыночных возможностей. Поэтому любая система планирования и управления инноваций должна быть достаточно гибкой, а динамичность ситуации требует большего управленческого внимания, чем любая сфера деятельности.

Особое внимание должно быть уделено тому, какого технического уровня продукта потребует данный рыночный сегмент с наибольшей вероятностью. Избыточность параметров наверняка увеличит затраты на инновации и производство, а также время разработки и, следовательно, снизит прибыльность проекта.

Управление инновационным процессом – неотъемлемая составляющая деятельности современного предприятия, которое охватывает планирование, организацию и стимулирование инновационной деятельности, реализацию инновационных проектов, рассчитанных на получение конкурентных

преимуществ и укрепления рыночных позиций предприятия.

Управление инновационными проектами является составной частью инновационной деятельности и решает вопрос планирования и реализации инновационных проектов, рассчитанных на значительный качественный прыжок в производстве, предпринимательстве, социальной сфере. В широком понимании стратегическое управление связано с процессом предвидения глобальных изменений в экономической ситуации, поиском и реализацией крупномасштабных решений, которые обеспечивают его выживание и устойчивое развитие за счет выявления будущих факторов успеха.

В инновационных проектах излагаются научно обоснованные технические, экономические или технологические решения. Проекты могут финансироваться по линии государственной научно-технической программы, путем получения грантов. Каждый проект оформляется с учетом определенных требований, имеет четкое название, сопровождается краткой аннотацией, в проекте указывается число исполнителей, сроки выполнения, потребность в финансировании в расчете на год, информация о руководителях и основных исполнителях.

Традиционно процесс управления инновациями предполагает следующие этапы: идея; тестирование идеи; разработка конструкторской документации; разработка технической документации; создание опытного образца; подготовка к производству; производство.

Инновационные задания предусматривают снижение расходов производства, улучшения качества продукции или услуг, выведения на рынок нового товара, формирования новой стратегии сбыта, которая содействует повышению интереса потребителей к новому товару. Привлечение или создание инноваций должно происходить целенаправленно, с целью формирования конкурентных преимуществ на том сегменте рынка, где работает фирма. Важно не только своевременно определить перспективность определенной идеи и оценить ее коммерческую выгодность, но и создать условия для оперативного внедрения новинки на предприятии.

Одной из трудностей управления инновациями является эффективное распределение ресурсов. Это объясняется следующими причинами:

- необходимо, чтобы общая величина ресурсов в сфере НИОКР была относительно стабильной во времени.
- Ресурсы инвестируются либо в оборудование, имеющее фиксированную стоимость вне зависимости от того, используются оно или нет, либо в оплату труда персонала; и то и другое – специфические и невзаимозаменяемые ресурсы.

Искусство управления заключается в осуществлении намеченного. В сфере инноваций, больше чем в какой-либо другой это зависит от людей, входящих в проектную «команду». Творчество и предпринимательство не могут быть спланированы, но условия, в которых они могут эффективно раскрыться, сильно зависят от управленческих решений. Осуществление плана может быть эффективным только тогда, когда он воспринимается как реальный теми, кто отвечает за его выполнение. Поэтому характер и стиль руководства со стороны высшего менеджмента – жизненно важная составляющая успеха проекта.

Для облегчения управления инновационными проектами руководителям следует придерживаться следующих принципов управления инновационными проектами:

- принцип селективного (выборочного) управления. Суть в выборе приоритетных направлений. Адресная поддержка инновационных фирм и новаторов.
- принцип целевой ориентации проектов на обеспечение конечных целей. Принцип полноты цикла управления проектом.
- принцип этапности инновационных процессов и процессов управления проектами.
- принцип иерархичности организации инновационных процессов. Все уровни деятельности согласуются друг с другом.
- принцип многовариантности при выборе управленческих решений.
- принцип системности. Разрабатывается совокупность мер, необходимых для организации проекта (организационных, административных и др.).
- принцип обеспеченности или сбалансированности. Все мероприятия должны быть обеспечены необходимыми ресурсами.

Список литературы:

1. Эффективное управление инновационными проектами / Павлючук Ю.Н., Козлов А.А. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №4.
2. «Инновационный менеджмент». Гершман М.А. – М.: Маркет-ДС, 2008.
3. <http://www.tc-m.ru>
4. <http://innovbusiness.ru>

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Вершинская А.И., студент

Томский государственный университет

E-mail: vershinskayaanna@yandex.ru

Научный руководитель: Солощенко Е.А., ст. преподаватель

В ситуации мирового экономического кризиса многие отечественные предприятия оказались в сложной ситуации. Что же им делать, чтобы остаться «на плаву»? На этот вопрос пытаются ответить многие ученые и политики, предлагая ряд антикризисных мер. И чуть ли не «золотым правилом» стало снижение затрат. А по средствам чего? В ряде случаев снижением штата, отправкой сотрудников в неоплачиваемые отпуска или их перевод на неполную рабочую неделю. И ситуация доходит до абсурда – у людей не остается средств к существованию. Тут можно сразу добавить, что раньше надо было думать. Но это не выход. Поэтому предприятию необходимо понять: как же правильно управлять персоналом в условиях кризиса. Ведь это может дать гораздо лучший результат, чем простое увольнение.

Для ответа на поставленный вопрос, во-первых, необходимо определиться с понятием кризиса.

Существование социально-экономических систем представляет собой циклический процесс, для которого характерна закономерность наступления и разрешения кризисов.

Кризис — это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде. Он может быть как на уровне конкретной организации (локальный), так и на уровне экономики в целом (глобальный). Но в любом случае он необходим для устранения напряжений и неравновесий в системе.

Кризис предприятия вызывается несоответствием его финансово-хозяйственных параметров параметрам окружающей среды, что в свою очередь обусловлено неверной стратегией, неадекватной организацией бизнеса и, как следствие, слабым адаптированием к требованиям рынка. Но кризис таит в себе не только проблемы и беды, но и возможности для компаний, которые сумеют вовремя предпринять необходимые меры, выйти на новый качественный уровень, существенно повысить свою эффективность.

В кризисе все несколько меняется: потребитель начинает экономить, и меньше покупает, банки ужесточают условия кредитования, делая их непосильными для небольших предприятий, растет дебиторская задолженность и т.п. Ситуация меняется и далеко не в лучшую сторону. Все это более или менее негативно сказывается на эффективности деятельности большинства компаний. Существенно снижаются экономические показатели — рентабельность, оборот и т.п. В этих условиях любая компания стремится, прежде всего, выжить, используя все возможные меры и ресурсы.

Во-вторых, нужно понять, как же фирме себя вести в условиях кризиса. Ответить на этот вопрос может помочь антикризисное управление.

Антикризисное управление — это совокупность методов, приемов, позволяющих распознавать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать их негативные последствия, сглаживать их течение.

Технология антикризисного управления включает в себя ряд последовательных шагов по реализации механизма воздействия на систему с целью предупреждения, смягчения и преодоления кризисов разных типов. Менеджеру по антикризисному управлению важно иметь системное видение, уметь целиком охватить взглядом ряд взаимосвязанных проблем, которые, к примеру, могут привести организацию к банкротству, или резко ухудшить социальное положение людей. На уровне менеджмента организации антикризисное управление — это разработка стратегий, позволяющих достигать конкурентных преимуществ на рынке с учетом рисков; формирование антикризисной команды менеджеров и реализация программы по выходу из кризиса; проведение мероприятий, направленных на стабилизирование финансового положения предприятия (привлечение финансовых ресурсов в организацию и реструктуризация кредиторской задолженности); своевременное решение конфликтов и выбор оптимальной кадровой политики, проведение реорганизации на сложном этапе банкротства.

И, в-третьих, мы остановимся на части антикризисного управления – управлении персоналом.

Общеизвестна триада, определяющая ныне успех в бизнесе – «Люди - продукт-прибыль». Стабильность бизнеса, прочность позиции фирмы на рынке, ее финансов обеспечивают прежде всего люди.

Процесс управления трудовой деятельностью является элементом общей стратегии предприятия и необходим для того, чтобы упорядочить процедуру выполнения производственных функций каждым работником, объединить в единое целое вопросы стратегического управления и оперативной работы на уровне конкретного исполнителя. Эти цели вытекают из стратегического плана предприятия. Иными словами система управления персоналом направлена на установление связи между стратегиями, индивидуальными целями и критериями эффективности труда на всех уровнях иерархии производства.

Одной из важных составляющих управления персоналом на кризисных предприятиях является

кадровая политика. Ее цель – обеспечение оптимального баланса сохранения и обновления кадров в соответствии с потребностями предприятия и состоянием рынка труда. Существуют четыре типа кадровой политики в условиях кризиса предприятий.

1. Пассивная кадровая политика. У руководства предприятия нет четко выраженной программы действий в отношении персонала, и в условиях кризиса на предприятии кадровая деятельность сводится в лучшем случае к ликвидации негативных последствий работы.

2. Реактивная кадровая политика. Руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами кризисной ситуации (возникновение конфликтных ситуаций, отсутствие достаточно квалифицированной рабочей силы для решения задачи, а также мотивации к высокопродуктивному труду) и предпринимает меры по локализации кризиса.

3. Превентивная кадровая политика. Руководство предприятия имеет обоснованные прогнозы развития ситуации, однако у него нет средств для воздействия на эту ситуацию.

4. Активная (рациональная) кадровая политика. Руководство предприятия имеет удовлетворительный диагноз и обоснованный прогноз развития ситуации, а также средства для воздействия на нее.

Самое важное, в условиях кризиса понять, что та система управления персоналом, которая хорошо и устойчиво работала в ситуации стабильного и динамично развивающегося рынка, не в состоянии так же эффективно работать в условиях кризиса. Под «управлением персоналом» в компании, следует понимать не только работу службы персонала, но всю систему работы с сотрудниками, которая обеспечивает выполнение ими своих функций в бизнес-процессах. В первую очередь это работа линейных менеджеров.

Исходя из этого следует пересмотреть существующие и разработать новые модели развития и использования человеческих ресурсов, которые были бы адекватны состоянию современной экономики и гармонично вписывались в систему моделей механизма стратегического управления.

Поэтому руководству необходимо предпринять следующие шаги:

Во-первых, нужно диагностировать сложившуюся на предприятии систему управления персоналом. Выявить особенности персонала, его мобилизационные и адаптивные возможности, степень инновационной направленности, т.е. факторы, способствующие и препятствующие эффективной реализации задач вывода предприятия из кризиса. Также необходимо оптимизировать штатное расписание, но нельзя просто увольнять определенный процент работников. Нужно проанализировать без кого конкретно фирма на данный момент может обойтись, а их функции распределить среди оставшихся сотрудников. Стоит отметить, что иногда можно нанять одного высококвалифицированного сотрудника взамен нескольких с более низкой квалификацией. А кризис для этого лучший момент, т.к. из-за массовых сокращений безработными оказываются хорошие специалисты и уровень зарплат падает.

Во-вторых, в процесс принятия решений по выходу из кризиса необходимо вовлекать сотрудников компании. Это поможет сформировать у работников чувства сопричастности к происходящим изменениям. Самое плохое, что может предложить компания своим сотрудникам в период кризиса (а чаще всего так и бывает) — информационный вакуум. Это демотивирует сотрудников, держит их в состоянии постоянного напряжения и психологически истощает. Грамотная информационная политика поможет предотвратить панические настроения, которые неизбежно охватывают персонал перед грядущими изменениями. В этой связи очень важно поведение первых лиц компании. Если директор стал появляется реже, взгляд у него виноватый и растерянный, — это более чем ясный сигнал сотрудникам, что дело плохо. Поэтому как бы трудно не складывалась ситуация, руководитель обязан всем своим видом излучать уверенность и лично обращаться к людям на общих собраниях и в СМИ с обрисовкой перспективы, даже если она окажется ошибочной.

В-третьих, компании нужно обратить внимание на следующие важные моменты:

- создать и привить работнику систему корпоративных ценностей;
- совершенствовать систему стимулирования и мотивации работников, а также переход к предельно гибким системам оплаты труда, ориентирующим работника на эффективный труд не только на его рабочем месте, но и на достижение конечных целей деятельности предприятия в целом;
- создать эффективную систему совершенствования кадрового потенциала предприятия на основе программ развития персонала. Также можно провести программу переобучения части сотрудников на нужные предприятию специальности.

При реализации антикризисных программ необходимо также иметь в виду, что сфера трудовых отношений относится к наиболее консервативным в системе управления предприятием. Поэтому руководству необходимо переломить сопротивление персонала.

Практическое применение предложенного инструментария позволит эффективно управлять трудовым потенциалом предприятия в рамках стратегического антикризисного менеджмента.

Список литературы:

1. Панина Е.М. Антикризисное управление организацией: учеб. Пособие. - М.: ИНФРА-М, 2007.-256с.
2. <http://www.top-personal.ru/issue.html?1841>

ОБОСНОВАНИЕ УСТАНОВЛЕНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ГРАНИЦ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Воробьева Т.Г., студентка

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

Главной особенностью действующего законодательства о рабочем времени является отсутствие жестких границ рабочего дня: установлена лишь продолжительность рабочей недели. Границы рабочего дня (смены) определяются правилами внутреннего распорядка и являются предметом договорных отношений, они закрепляются в коллективных договорах или соглашениях (если они есть).

Новые собственники оказались не заинтересованы ни в четкой регламентации использования труда, ни в воспроизводстве человеческого потенциала, поскольку их интересы заключаются в максимизации прибыли, а не в сохранении и рациональном использовании трудовых ресурсов. В случае снижения эффективности рабочей силы (из-за возраста, усталости, отсутствия необходимых знаний и т. д.) источником ее пополнения служит рынок труда.

Кризисные процессы, охватившие экономику предприятия в начальный период реформ, сопровождались не только массовыми увольнениями персонала, но и применением принудительного труда в виде удлинения рабочего дня, совмещения операций (зон обслуживания), сокращения продолжительности отпуска. Длительные простои чередовались с интенсивной работой, поскольку такие дополнительные затраты труда позволяли администрации возмещать нехватку кадров и наверстывать «упущенное» время.

С утратой государственного контроля за использованием рабочего времени и на фоне бездействия профсоюзов нарушения в сфере труда сохраняются и поныне. Расширение границ рабочего дня, как и уплотнение операций (совмещение обязанностей), стало обычной практикой на предприятиях. Увеличение рабочего дня до 9-10 часов считается «нормой» в финансовых, банковских, управленческих структурах, транснациональных компаниях и культивируется под видом элемента корпоративной этики. На многих фирмах "не принято" уходить с работы после регламентированного 8-часового рабочего дня, а на некоторых официально установлен внутренний распорядок работы - с 9 до 19 ч. При этом никто из сотрудников даже не пытается возражать из-за боязни потерять неплохо (по российским меркам) оплачиваемую работу.

Дело в том, что сверхнормативный труд не запрещен Трудовым кодексом, действующим с 2002 г. ТК и не предусматривающим возможность работы за пределами нормальной продолжительности рабочего времени как по инициативе работника (совместительство, сверхурочные), так и по инициативе работодателя (ст.97, 98, 99 гл. 15 разд.IV ТК). При этом просматривается возможность внутреннего и внешнего совместительства. Нарушение закона может быть зафиксировано только в случаях, когда продолжительность рабочего дня окажется за пределами 12 ч.

Практика применения 9-10-часового рабочего дня в свете действующего ТК не является нарушением, поскольку допустимые границы рабочего дня не определены; отсутствует и ответственность работодателей за применение сверхнормативного времени. Правила внутреннего распорядка, как и "традиции" внутрифирменной культуры, являются компетенцией администрации, и работник теоретически вправе не соглашаться на предложенные условия. Что касается разного рода "совмещений", то это также является предметом соглашения или договора заинтересованных сторон. Добровольно это происходит или нет - вопрос спорный. В соответствии с действующим законодательством сверхнормативное время (один - два часа за пределами 8-часового рабочего дня) вообще не относят к сверхурочным работам, а рассматривают как необходимое условие для выполнения трудовых функций в виде "ненормированного" режима (ст.101 гл.16 разд. IV ТК).

Маневрировать границами использования труда можно, применяя режимы "гибкого" рабочего времени (ст.102 гл.16. разд. IV ТК). В этом случае продолжительность рабочего дня должна определяться по соглашению сторон в соответствии с законом работодатель обязан вести учет суммированного количества часов в течение учетного периода (дня, недели, месяца, года); ограничения по общему объему отработываемого времени отсутствуют на практике это сопровождается серьезными нарушениями в режимах труда и отдыха, поскольку в законе нет обязательных условий применения режимов гибкого рабочего времени. Отсутствует и соответствующая статистическая отчетность.

Итак, современное законодательство не содержит каких-либо ограничителей в использовании

труда. Нет и положения об обязательной прежде отчетности о фактических затратах рабочего времени. Не зафиксирована ответственность работодателей за использование сверхнормативного труда и состояние здоровья работников, их оздоровление; не определен порядок возмещения за напряженный труд в условиях вахты. В мировой практике весь этот комплекс мер называют "социальным восстановлением", которое предусматривает повышенную оплату труда и гарантии полноценного отдыха.

СТРАТЕГИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ

Гнедаш К.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета.

E-mail: Zdans @ mail.ru

«Каждый день был сродни походу на поле брани. Я никогда не знала, в какой момент будет сброшена следующая бомба. Из страха, что любой может оказаться моим врагом, я боялась доверять, кому бы то ни было. Я была психологически и физически истощена. Никакой надежды на передышку не было», - так описывает свои переживания жертва моббинга в книге Рута Шварца и Гейла Эллиотта «Моббинг: эмоциональное насилие на рабочих местах в США».

Проблема морального преследования работников на рабочем месте (со стороны руководства или коллег) - актуальный аспект трудовых отношений. Согласно терминологии, принятой МОТ (Международной организацией охраны труда), выделяют понятие «моббинг». Оно определяется как психологические притеснения, преимущественно групповые, работника со стороны работодателя или других работников, включающие в себя постоянные негативные высказывания, постоянную критику в адрес работника, его социальную изоляцию внутри организации, исключение его из служебных действий, социальных контактов, распространение о работнике заведомо ложной информации. Моббинг может принимать следующие поведенческие формы; крики и оскорбления, неприятие чужой точки зрения и навязывание окружающим своей точки зрения, отсутствие делегирования и сосредоточение полномочий исключительно в своих руках, постоянная критика и указания на служебное несоответствие либо некомпетентность.

Эксперты отмечают, что в отечественном управленческом лексиконе это понятие только обосновывается, тогда, как на Западе феномен моббинга персонала исследуется уже не одно десятилетие. И если в России исследования, посвященные несправедливому отношению работодателя, психологическому прессингу или дискриминации работников, достаточно редки, то зарубежная практика уже давно располагает статистической базой, подтверждающей актуальность проблемы.

Сегодня большинство конфликтов и споров принято решать дипломатическим путем. Но бывают случаи, когда коллеги пренебрегают нормами цивилизованного общества и применяют в отношении выбранной «жертвы» крики, угрозы, оскорбления и другие приемы психологической и физической агрессии. В этом случае имеет место понятие моббинга – притеснения на рабочем месте.

Конфликтная ситуация возникает по разным причинам. Такой конфликт возникает из-за разного рода перемен. Он не исчезает, а постепенно обостряется до такой степени, когда уже нет пути назад. То, что можно было бы решить, проявив хоть чуточку доброй воли и с помощью соответствующих механизмов управления на местах, теперь превращается в спор "кто прав, а кто виноват". Обвинения и унижения работника могут быть вызваны нездоровой психологической атмосферой в организации, а также жадной властью над другими и личной злобой, продиктованной страхом или завистью.

В зависимости от жесткости, периодичности и длительности такого воздействия и от того, насколько человек психологически к нему устойчив. Последствия моббинга в первую очередь сказываются на здоровье и психическом состоянии человека. Люди могут страдать от целого ряда расстройств: от случающихся время от времени проблем со сном до нервных срывов, от раздражительности до депрессии, от трудностей с концентрацией внимания до панических состояний или даже инфарктов. В конце концов, работник увольняется по собственному желанию или против него, с ним расторгают контракт или он вынужден выходить раньше на пенсию. В этой длительной психологической войне не бывает победителей: жертва обессилена и нередко больна; страдают ее родные и близкие.

Тех, кто «выиграл», можно только пожалеть, как всякого, кто ступил на путь морального разложения.... А организация, в которой имели место подобные события, терпит значительные материальные и моральные потери: убытки из-за падения производительности труда; подорванная

репутация; уход хороших специалистов, которые не хотят, с одной стороны, участвовать в подобных играх, с другой — становиться следующей жертвой.

Нередко причиной моббинга является неотлаженный механизм коммуникации «высшее руководство - рядовой сотрудник»; отсутствие отработанного механизма разрешения конфликтов; неумение подобрать достойных руководителей среднего звена.

Конфликты неизбежны, если нет четких должностных инструкций, не определены зоны ответственности; обязанности специалистов в одних случаях дублируются, а в других — вообще ни на кого формально не возложены (выполняет их либо самый сознательный, либо самый безответный).

В этом случае у сотрудников все чаще возникает самый деструктивный вопрос: «Почему я?» (больше работаю; меньше получаю; делаю самую противную работу...) Одни перегружены и вечно недовольны, а у других хватает времени на сплетни и интриги.

Сейчас в большинстве развитых западных стран уже приняты специальные законы, направленные на противостояние моббингу. Они предусматривают наказание лиц, виновных в организации моббинга, его осуществлении или подстрекательстве к нему.

Любопытно, что рекомендации, как защитить себя от моббинга предложило... Лондонское зоологическое общество. Английские ученые считают, что в общении с агрессором человек должен взять за образец поведение шимпанзе. Размахивать руками, махать предметами, скалить зубы или демонстрировать собственный страх – вот рецепт против «моббинга». Сейчас зоологи ищут около сотни добровольцев, которые согласятся говорить «по-шимпанзинному» на работе и дома.

Список литературы:

1. Насиковская А. Осторожно – моббинг! <http://www.vacansia.ru>.
2. Namie G. Report on Abusive Workplaces. The Workplace Bullying & Trauma Institute, 2003.
3. R. Shwartz, Gail Elliott «Mobbing: Emotional Abuse in the American Workplace», 2006.

СТРАТЕГИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ

Гнедаш К.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического университета.

E-mail: Zdans @ mail.ru

«Каждый день был сродни походу на поле брани. Я никогда не знала, в какой момент будет сброшена следующая бомба. Из страха, что любой может оказаться моим врагом, я боялась доверять, кому бы то ни было. Я была психологически и физически истощена. Никакой надежды на передышку не было», - так описывает свои переживания жертва моббинга в книге Рута Шварца и Гейла Эллиотта «Моббинг: эмоциональное насилие на рабочих местах в США».

Проблема морального преследования работников на рабочем месте (со стороны руководства или коллег) - актуальный аспект трудовых отношений. Согласно терминологии, принятой МОТ (Международной организацией охраны труда), выделяют понятие «моббинг». Оно определяется как психологические притеснения, преимущественно групповые, работника со стороны работодателя или других работников, включающие в себя постоянные негативные высказывания, постоянную критику в адрес работника, его социальную изоляцию внутри организации, исключение его из служебных действий, социальных контактов, распространение о работнике заведомо ложной информации. Моббинг может принимать следующие поведенческие формы; крики и оскорбления, неприятие чужой точки зрения и навязывание окружающим своей точки зрения, отсутствие делегирования и сосредоточение полномочий исключительно в своих руках, постоянная критика и указания на служебное несоответствие либо некомпетентность.

Эксперты отмечают, что в отечественном управленческом лексиконе это понятие только обосновывается, тогда, как на Западе феномен моббинга персонала исследуется уже не одно десятилетие. И если в России исследования, посвященные несправедливому отношению работодателя, психологическому прессингу или дискриминации работников, достаточно редки, то зарубежная практика уже давно располагает статистической базой, подтверждающей актуальность проблемы.

Сегодня большинство конфликтов и споров принято решать дипломатическим путем. Но бывают случаи, когда коллеги пренебрегают нормами цивилизованного общества и применяют в отношении выбранной «жертвы» крики, угрозы, оскорбления и другие приемы психологической и физической

агрессии. В этом случае имеет место понятие моббинга – притеснения на рабочем месте.

Конфликтная ситуация возникает по разным причинам. Такой конфликт возникает из-за разного рода перемен. Он не исчезает, а постепенно обостряется до такой степени, когда уже нет пути назад. То, что можно было бы решить, проявив хоть чуточку доброй воли и с помощью соответствующих механизмов управления на местах, теперь превращается в спор "кто прав, а кто виноват". Обвинения и унижения работника могут быть вызваны нездоровой психологической атмосферой в организации, а также жадной властью над другими и личной злобой, продиктованной страхом или завистью.

В зависимости от жесткости, периодичности и длительности такого воздействия и от того, насколько человек психологически к нему устойчив. Последствия моббинга в первую очередь сказываются на здоровье и психическом состоянии человека. Люди могут страдать от целого ряда расстройств: от случающихся время от времени проблем со сном до нервных срывов, от раздражительности до депрессии, от трудностей с концентрацией внимания до панических состояний или даже инфарктов. В конце концов, работник увольняется по собственному желанию или против него, с ним расторгают контракт или он вынужден выходить раньше на пенсию. В этой длительной психологической войне не бывает победителей: жертва обессилена и нередко больна; страдают ее родные и близкие.

Тех, кто «выиграл», можно только пожалеть, как всякого, кто ступил на путь морального разложения.... А организация, в которой имели место подобные события, терпит значительные материальные и моральные потери: убытки из-за падения производительности труда; подорванная репутация; уход хороших специалистов, которые не хотят, с одной стороны, участвовать в подобных играх, с другой — становиться следующей жертвой.

Нередко причиной моббинга является неотлаженный механизм коммуникации «высшее руководство - рядовой сотрудник»; отсутствие отработанного механизма разрешения конфликтов; неумение подобрать достойных руководителей среднего звена.

Конфликты неизбежны, если нет четких должностных инструкций, не определены зоны ответственности; обязанности специалистов в одних случаях дублируются, а в других — вообще ни на кого формально не возложены (выполняет их либо самый сознательный, либо самый безответный).

В этом случае у сотрудников все чаще возникает самый деструктивный вопрос: «Почему я?» (больше работаю; меньше получаю; делаю самую противную работу...) Одни перегружены и вечно недовольны, а у других хватает времени на сплетни и интриги.

Сейчас в большинстве развитых западных стран уже приняты специальные законы, направленные на противостояние моббингу. Они предусматривают наказание лиц, виновных в организации моббинга, его осуществлении или подстрекательстве к нему.

Любопытно, что рекомендации, как защитить себя от моббинга предложило... Лондонское зоологическое общество. Английские ученые считают, что в общении с агрессором человек должен взять за образец поведение шимпанзе. Размахивать руками, махать предметами, скалить зубы или демонстрировать собственный страх – вот рецепт против «моббинга». Сейчас зоологи ищут около сотни добровольцев, которые согласятся говорить «по-шимпанзинному» на работе и дома.

Список литературы:

1. Насиковская А. Осторожно – моббинг! <http://www.vacansia.ru>.
2. Namie G. Report on Abusive Workplaces. The Workplace Bullying & Trauma Institute, 2003.
3. R. Shwartz, Gail Elliott «Mobbing: Emotional Abuse in the American Workplace», 2006.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КАК МЕРА ВЫЖИВАЕМОСТИ БИЗНЕСА В КРИЗИСЕ

Горденко Д.А., студент; Ермушко И.А., студент; Никитин П.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: dim@tpu.ru

Научный руководитель: Губин.Е.П., Доцент

В свете мирового кризиса в условиях спада спроса на продукцию перед предприятиями встает вопрос о том, как быть каким образом поднимать спрос на продукцию как сохранить конкурентоспособность. Конечно рассматривать подобные вопросы стоит исходя из того что у каждого предприятия есть свои особенные покупатели и отраслевые особенности и т.д.

Необходимость перехода к инновациям продиктована, в первую очередь, естественным процессом

развития рынка. При этом по мере насыщения рынка и, как следствие, обострения конкурентной борьбы, меняются источники успешности бизнеса.

На ранних стадиях ненасыщенного рынка прибыль компании (формирование первичного капитала) является одновременно единственной целью и ценностью для бизнеса. Прибыль в это время есть исходный и самый главный дефицит для компании, предмет пристального внимания финансового менеджмента (собственно, единственного для того времени вида управления). По мере насыщения рынка, когда спрос начинает превышать предложение, возникает новый дефицит — платежеспособный покупательский спрос. Теперь Покупатель как источник денег становится для компании дороже самих денег. Удержание старых покупателей и привлечение новых становится ключевой проблемой управления.

Интеграция в мировую экономику (глобализация) существенно расширяет поле конкурентной борьбы, заставляя российские компании конкурировать с лидерами мирового рынка. В этих условиях главной проблемой компаний и основной задачей их руководства становится обеспечение устойчивого роста. Для этого в условиях конкуренции совсем не достаточно постоянного совершенствования деятельности. Для лидеров рынка стоит задача выиграть, а не проиграть. Решить ее можно только постоянным процессом коммерциализации инновационных проектов, обеспечивающих поддержание высокого темпа развития. Инновационный менеджмент, основанный на знаниях, — это система управления XXI века, ответ на вызов современного рынка покупателя. Теперь это источник источника прибыли.

Во всем мире сейчас отмечают новое явление в экономике — появились уникальные средние компании «газели» (около 5% фирм), показывающие в течение длительного времени высокий темп роста. В США к «газелям» официально относят фирмы с более, чем 20 % ежегодным темпом роста продаж на протяжении не менее 4 лет подряд. Компании с такими и даже более высокими показателями есть и среди лидеров российского бизнеса (например, ведущие сотовые операторы связи, банк «Русский стандарт», производитель обуви Ralf Ringer (ТД «Белка») и др.), сейчас мера отнесения пересматривается.

Как это не парадоксально звучит, но при рассматриваемом 50% устойчивом росте оборот компании растет, загигаясь вверх по экспоненте. Каждый год компания увеличивает скорость роста своего оборота, т.е. добивается ускорения своего развития (ускорение — это скорость изменения скорости). Наличие такого ускорения и есть явный признак инновационных прорывов — радикальных улучшений деятельности компании, повышающих скорость ее развития. Именно рост скорости развития в результате инноваций (или другими словами наличие ускорения в развитии) позволяет компании занять лидирующее положение на динамичном рынке. Компания начинает двигаться быстрее средней скорости развития рынка.

В основе такого движения лежат инновации, в первую очередь, продукции, рынков сбыта, каналов продвижения, принципов взаимодействия с Заказчиками. Абсолютный рост их оборота идет по экспоненте.

Следует различать три фазы работы коммерциализации инновационных проектов: разработка идей, внедрение идей, развитие идей.

Выделяют 4 возможных уровня коммерциализации инновационных проектов: концептуальный уровень, стратегический маркетинг, организационный уровень, операционный уровень.

Существует два типа подходов к разработке инновационных предложений:

- Предложения «сверху» по поиску новых возможностей,
- Предложения «снизу» по преодолению существующих проблем.

Рассмотрим также типовые этапы инновационного процесса:

Фундаментальные исследования, обычно осуществляются в академических институтах, высших учебных заведениях и отраслевых специализированных институтах, лабораториях. На данном этапе имеется наибольшая вероятность отрицательного результата, поэтому повсюду в мире финансирование фундаментальных исследований осуществляется в основном из государственного бюджета на безвозвратной основе;

Исследования прикладного характера, осуществляются в научных учреждениях всех видов и финансируются как за счет бюджета (в рамках государственных научных программ или на конкурсной основе), так и за счет негосударственных заказчиков. Только на данном этапе в качестве инвесторов могут появляться частные фирмы. Поскольку результат прикладных исследований далеко не всегда предсказуем, сопряжен с большой долей неопределенности, на этом этапе также велика вероятность получения отрицательного результата;

Опытно-конструкторские и экспериментальные разработки, проводятся как в специализированных лабораториях, конструкторских бюро (КБ), опытных производствах, научно-исследовательских институтах (НИИ), так и в научно-производственных подразделениях крупных промышленных предприятий. Источники финансирования те же, что и на втором этапе, а также

собственные средства организаций; процесс коммерциализации нового продукта.

Процесс коммерциализации нового продукта как этап инновационного процесса наиболее важен потому как это, в общем, и есть цель инновационного процесса. Процесс коммерциализации нового продукта есть процесс превращения разработок в реальные деньги. Процесс коммерциализации довольно таки сложный и бывает очень длительный, проходит множество трудностей и препятствий, так как этот процесс связан с поисками финансовых средств, маркетинговыми исследованиями, распространением информации о продукте инновационного процесса, составлением пакета документов возможно регистрацией в государственных органах и другие.

Коммерциализацию инновационных разработок можно осуществлять за счет различных инструментов, таких как лицензирование, патентование, реклама, создание дополнительных линий производства.

Важнейшим и основным приоритетным способом реализации коммерциализации инновационного проекта является составление качественного бизнес-плана, что требует высоких профессиональных качеств как экономических, так и технических, так как в основном это высокотехнологические инновации.

Например, появление таких технологий как интернет, технология беспроводного интернета без которых невозможно представить современную жизнь. А если брать конкретные предприятия, то это автоматические линии по производству продукции от изготовления комплектующих изделий до распаковки продукции к продаже. В пример можно привести такие организации как Сибмотор, Ростсельмаш, все автомобильные заводы России и зарубежья.

Также стоит отметить, что на большинстве крупных предприятий всего мира не перестают существовать отделы по поиску и коммерциализации инновационных проектов, а при современных условиях еще и усиливаются эти отделы, так как необходимо больше и больше заинтересовывать клиентов в своей продукции.

В заключение можно отметить, что сокращение жизненного цикла технологических решений, конвергенция, межотраслевая интеграция и глобализация — основные тренды, которые отмечаются в развитии компаний на современном этапе. В этой ситуации поиск и реализация инновационных решений — основа успеха. В условиях обострения конкуренции на всех рынках сбыта. Инновации и исследования являются основой стратегического развития мировых компаний. Российские компании также должны стремиться к развитию инновационных структур, направленных на развитие высокотехнологичных проектов: особые экономические зоны, технопарки, научно-исследовательские инновационные центры, являющиеся инструментом обеспечения инновационного и технологического лидерства компаний.

Список литературы:

1. Азгальдов Г. Г., Костин А. В. Интеллектуальная собственность, инновации и квалиметрия // Экономические стратегии, 2008. — № 2(60). — С.162-164.
2. Морозов, Юрий Павлович. Инновационный менеджмент : учебное пособие для вузов / Ю. П. Морозов. — М. : ЮНИТИ, 2000. — 446 с.
3. Фатхутдинов, Раис Ахметович. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. — 5-е изд., испр. и доп. — СПб. : Питер, 2006. — 448 с.
4. Гольдштейн Г. Я. Инновационный менеджмент. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998.
5. Друкер, Питер Фердинанд. Бизнес и инновации — М. «Вильямс», 2007. — С. 432.
6. Кирьяков А. Г. Воспроизводство инноваций в рыночной экономике (Теоретико-методологический аспект). — Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2000.
7. Орлов А. И., Орлова Л. А. Современные подходы к управлению инновациями и инвестициями // Экономика XXI века. — 2002. — N 12. — С. 3-26.
8. Тычинский А. В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. — Таганрог: ТРТУ, 2006.
9. Харгадон Эндрю Управление инновациями. Опыт ведущих компаний — М.: «Вильямс», 2007. — С. 304.
10. Батурина Н.А. Теоретические основы инновационного анализа хозяйствующего субъекта «Справочник экономиста» №9 2008 [http://www.profiz.ru/se/9_2008]
11. Александр Перескоков Коммерциализация и технологический трансфер [http://www.polymer.ru/letter.php?n_id=761&cat_id=10]

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Городникова Ю.В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: smartmjoy@mail.ru

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., доцент.

Практически любое предприятие сталкивается с дефицитом денежных средств. Проблемы могут возникать как в виде операционных кассовых разрывов, так и в отсутствии достаточного денежного потока для осуществления инвестиций. Помимо существования внешних источников финансирования, в любой компании существуют колоссальные возможности эффективного использования собственных денежных средств. Однако несогласованные сроки предоставления отсрочек покупателям и отсрочек, предоставленных поставщиками, слабая работа с дебиторами, отсутствие ответственных лиц и т.п. не позволяет оперативно перераспределять денежные потоки предприятия. Нерегулярное проведение инвентаризации задолженностей может привести к удорожанию стоимости финансовых ресурсов (в случае несвоевременного сбора дебиторской задолженности), а также к риску заказных банкротств (в случае слабого управления кредиторской задолженностью). Таким образом, решающее значение в преодолении проблем, связанных с рисками и последствиями неэффективного управления денежными потоками, все чаще отводится использованию новых стандартов управления, в частности, процессному подходу к его организации. Основным понятием процессной методики является бизнес-процесс, т.е. целенаправленная последовательность операций, функций и событий. Бизнес-процессы управления денежными потоками на предприятии должны стать элементами эффективно работающего механизма.

Решение проблем управления денежными потоками, зачастую, сводится к диагностированию и устранению несогласованных действий различных служб. Иногда, для решения проблемы требуется провести достаточно серьезные реорганизационные мероприятия. Приступая к разработке политики управления платежами, необходимо уделить особое внимание взаимодействию с бюджетным управлением. Это не только разработка платежного календаря, установление лимитов и формирование фактического исполнения бюджета движения денежных средств (БДДС), но и четкое распределение обязанностей и ответственности между службами, осуществляющими кассовое исполнение, и планово-бюджетным отделом. Для оплаты сверхбюджетных и внебюджетных платежей, возможно, целесообразно будет сформировать специальный фонд, контролируемый, например, генеральным директором. Кроме того, можно использовать процедуру перераспределения лимитов с одной строки на другую. Классификация платежей позволит значительно снизить нагрузку с высшего руководства при ежедневном согласовании платежей. При этом приоритеты платежей расставляются по вероятности проявления негативных последствий и степени их влияния на финансовый результат компании. Здесь же должны учитываться как существующие взаимоотношения с задолжниками и кредиторами, так и сроки самих задолженностей. Но это лишь немногие преобразования, которые могут быть предприняты.

При построении системы управления денежными потоками важно оптимизировать соответствующие бизнес-процессы. Для выполнения данной задачи необходимо предпринять комплекс мер и получить соответствующие результаты (рис. 1).

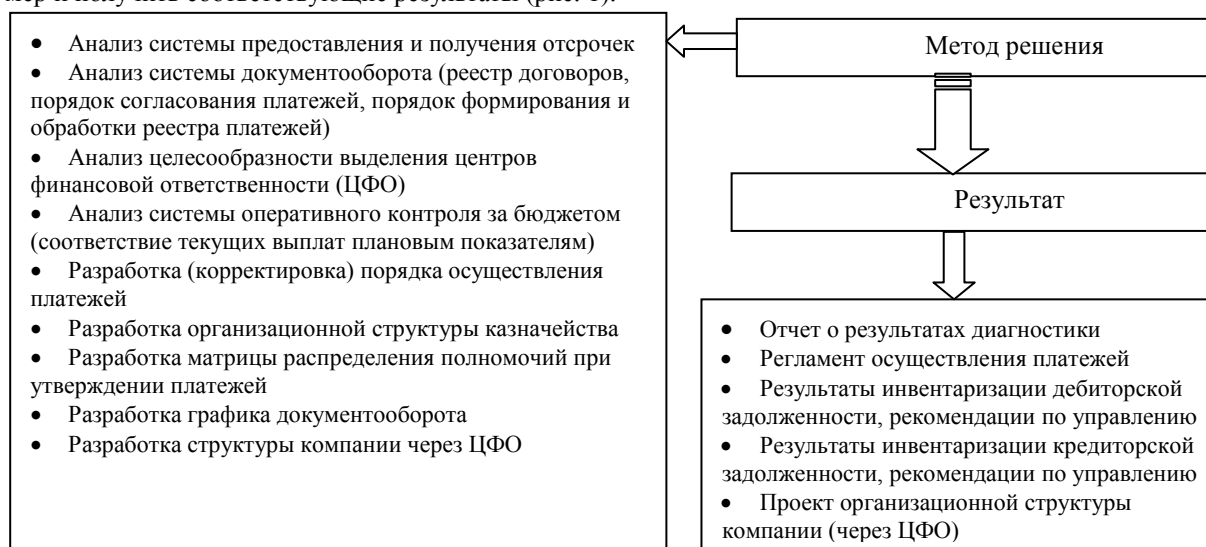


Рис. 1. Меры по подготовке к оптимизации бизнес-процессов управления денежными потоками

Для достижения наилучшего результата, деятельность компании по управлению денежными потоками должна быть жестко регламентирована. При этом регламент управления платежами должен соблюдаться всеми сотрудниками и, в первую очередь, финансовым и генеральным директором. Оптимизированные бизнес-процессы управления денежными потоками закрепляются в регламентных документах, например в "Порядке прохождения платежей в компании", которые должны содержать информацию о порядке прохождения заявок на оплату, сроках, ответственных за согласование, обязанностях и полномочиях сотрудников, последовательности действий. Это прежде всего позволит сократить трудозатраты топ-менеджеров компании (генерального и финансового директоров) на контроль расходования средств. Ведь если ранее им приходилось просматривать и подписывать каждую заявку на оплату, то теперь, когда суммы расходов утверждены в бюджетах, а порядок согласования платежей формализован, контроль за денежными потоками можно возложить на финансового менеджера. Соответственно финансовый (генеральный) директор будет согласовывать только ограниченное количество платежей, как правило, сверхлимитных, крупных или нерегулярных. Например, сумму платежа за аренду офиса достаточно согласовать один раз при утверждении бюджета, оставив контроль самой процедуры проплаты и соответствия сумм бюджету за финансовым менеджером.

Правильно выстроенные бизнес-процессы помогают решить еще одну актуальную задачу - свести к минимуму риск злоупотреблений со стороны сотрудников предприятия за счет разделения функций контроля выплат и их инициации. Например, руководитель бизнес-направления акцептует все заявки на оплату по своему ЦФО и отвечает за выполнение бюджета, а сотрудник финансовой службы (это может быть финансовый директор, финансовый менеджер) контролирует соответствие заявок бюджетным лимитам и выполнение регламентных процедур платежной системы.

Однако все-таки процесс качественного управления денежным оборотом предприятия начинается с учета и информации. И здесь кроется одна из наиболее острых проблем. Дело в том, что качество информации как основы для принятия оперативных управленческих решений в отношении денежных потоков предприятия не всегда удовлетворительное. Информация, полученная по данным бухгалтерского учета, часто не совсем достоверно отражает реальную картину происходящего. Это связано, как правило, с несоответствием системы аналитического учета задачам управления. В частности, в бухгалтерском учете не находят отражения так называемые вероятностные пассивы. К ним относят затраты, которые могут возникнуть в результате тех или иных обстоятельств, например, у предприятия, выступающего гарантом займа другого предприятия, всегда есть вероятность столкнуться с необходимостью расплачиваться по гарантиям. Другая ситуация - возросшая стоимость приобретенных ценных бумаг, имеющих возможность стать залогом при получении кредита, отразиться в бухгалтерском учете только при их продаже. Однако подобная «неподготовленность» бухгалтерского учета к предоставлению информации, ценной с точки зрения управления, легко объяснима.

Прежде всего, бухгалтерский и управленческий учет имеют разные цели. Бухгалтерский учет направлен лишь на обеспечение сохранности имущества и контроль выполнения отчислений в государственный бюджет. Также он не требует оперативности и отражает уже свершившиеся операции. Поэтому использовать его данные нужно весьма осторожно, с учетом их запаздывания, ведь строить систему управления на базе одних только данных бухгалтерского учета - это все равно, что управлять автомобилем, глядя только в зеркало заднего вида. С другой стороны, бухгалтерское планирование, являясь широко распространенным инструментом, позволяет давать прогнозы на перспективу. Но методология планирования традиционно отличается от методологии бухгалтерского учета. И несоответствие форматов плановой и учетной информации негативно отражается на качестве управленческой деятельности. Таким образом, в идеальном варианте на предприятии должна быть отлажена система самостоятельного управленческого учета, в котором должны находить свое отражение и события, проходящие мимо бухгалтерии. Важно и то, что представлены они должны быть в той форме и с той точностью, которая необходима для принятия конкретного управленческого решения.

В заключение хочется отметить, что правильно построенная платежная система, безусловно, позволяет решить множество задач, стоящих перед финансовым директором. Однако необходимо помнить, что ни одна платежная система не совершенна. Процесс ее внедрения может быть достаточно болезненным, поскольку методом проб и ошибок она корректируется уже в процессе деятельности предприятия. Перенос правильной платежной системы с бумаги на практику является наиболее трудоемким. И хотя на сегодняшний день на рынке предлагается множество программных продуктов для автоматизации бизнес-процессов финансового управления, ни один из них не заработает без приспособления к конкретным условиям работы предприятия.

Список литературы:

1. Бежин С.В. Оперативное управление денежными потоками // Финансовый директор [Электронный ресурс]. - 2006. - Режим доступа: <http://www.fd.ru>. - Загл. с экрана.
2. Шимановский С.А. Применение бухгалтерского учета в управлении // Что делать. Обзорение

[Электронный ресурс]. - 2008.- Режим доступа: <http://www.consulting.1c.ru>. – Загл. с экрана.

3 Юдина Л.Н. Управленческий учет и контроллинг // Бизнес Инжиниринг Групп [Электронный ресурс]. - 2007.- Режим доступа: <http://www.bigspb.ru>. – Загл. с экрана.

ДЕВАЛЬВАЦИЯ РУБЛЯ

Гребенников М.М., студент, Багаев К.А., студент

Томский Политехнический Университет

E-mail: maxG @ sibmail.com

Научный руководитель: Никулина И.Е., к.э.н., профессор

Нынешний глобальный экономический кризис — совершенно закономерное явление, предсказанное великими экономистами прошлого. Вспомним, например, Николая Дмитриевича Кондратьева, арестованного НКВД в 1932-м и расстрелянного 1938 году. Он создал теорию циклов экономической конъюнктуры длительностью 40-60 лет. В своей основополагающей работе «Большие циклы конъюнктуры» (1928 год) русский ученый обосновал периоды экономических подъемов и спадов. Заметим, что большие циклы складываются из гармоничного ряда более мелких (цикл Китчена — 2—3 года, цикл Жюгляра — 7—11 лет, цикл Кузнеца — 15—25 лет).

Вторая половина 2008 года стала переломной для российской валюты: после нескольких лет уверенного роста рубль начал стремительно падать. Виной тому и бегство капитала и дешевеющее сырьё. Предыдущая девальвация обдирала народ. Так, в 1992 – 1995 годах, за которой рубль обесценился к доллару и эку (предшественнику евро) примерно в 40 раз, цены каждый год росли на сотни процентов (к примеру, за 1993-й – на 840 %, а за 1995-й на 130 %). А более чем четырехкратный обвал рубля в 1998 году дополнил картину кризиса 84 – процентной инфляцией в 1998-м и 37 процентной – в 1999-ом. Есть важные обстоятельства полагать, что нынешнее падение рубля и впрямь ограничиться 20-30 % и не нанесёт удар по покупательской способности населения.

Как и в 1990-е, сейчас девальвация происходит в условиях глобального укрепления американской и европейской валют по отношению к валютам большинства развивающихся стран и обвала цен на сырьё. Однако социально-политический контекст совсем иной. 10-17 лет назад рубль был валютой страны, которая стояла на грани разорения и банкротства. Сегодня у России огромные резервы, да и положение государства куда более прочное. Вторая причина, того что девальвация не будит столь сильной заключается в том что сейчас происходит упадок всей мировой экономики (тогда как в 1990-е в тех же США был настоящий бум), которое уже привело к повсеместному торможению роста цен. Глобальный тренд по крайней мере частично сойдёт инвестиционный жар и в России.

Снижение курса валют. А именно от него зависит способность страны покупать товары за границей, представляется особо драматичным для России, в которой импорт занимает более трети всего потребительского сектора и почти 20 % ВВП. Падение рубля ещё на 10-20 % должно добавить к годовой инфляции от 4-8 процентных пункта. Первые признаки этого на лицо. Так например: почти все зарубежные автоконцерны, работающие в нашей стране, объявили о повышении стоимости ввозимых новых машин на 5-10 % с 1 января, объяснив это тем, что повышение цен должно компенсировать падение рубля. В поставках в Россию сельскохозяйственной продукции огромную роль играют страны Латинской Америки, Австралия и Новая Зеландия. Валюты этих стран подешевели по отношению к доллару и евро намного сильнее чем рубль, а это означает что они упали и относительно рубля. Что может заставить Бразильских и Аргентинских производителей повышать цены для россиян в условиях, когда на рост потребления у себя в стране им рассчитывать не приходится. По всей планете автомобильное топливо вслед за нефтью подешевело в 3-4 раза. Таким образом, латиноамериканские экспортеры не только вынуждены, но и имеют возможность быть более уступчивыми в переговорах с покупателями. То же самое относится к поставщикам цемента из Турции, чья валюта упала по отношению к доллару вместе с другими развивающимися странами. Рухнувшие цены на сырьё и полуфабрикаты и пополнившийся свободными руками рынок труда облегчают бремя производственных расходов для компаний во всех странах. Будит не удивительно, если Китай, который давно уже поставяет в Россию не только пуховики и игрушки, но и высокотехнологичное оборудование, не станет поднимать цены для Российских потребителей. Китайская экономика очень сильно замедляется: в конце 2008 года темпы роста промышленного производства сократились на 5 % в годовом выражении по сравнению с 15 % роста в предыдущие годы, а экспорт упал вообще впервые за много лет. Аналитике считают, что в этих условиях китайские фирмы предпочтут пойти навстречу покупателям из России, согласившись не повышать цены. В сфере туризма происходит то же самое. Хозяева отелей и

авиаперевозчики вынуждены сбавлять цены на свои услуги по всему миру. Спрос на зарубежные поездки со стороны россиян сократился на 20-30 %. А если рубль девальвируется ещё на 20 %, падение спроса по оценкам аналитиков достигнет 50 %.

В 90 – е годы рост цен на импортные товары просто не мог быть сдержан расширением предложения со стороны отечественного производителя. Причина не только в том что легкая, пищевая и автомобильная промышленность были в то время все ещё по советский не развитыми в технологическом отношении, но и в том что, как считают многие аналитики, многие не хотели иметь дела с реальным производством, более простым бизнесом с точки зрения получения дохода являлись финансовые операции (банковский бизнес). Сейчас когда уровень деловой активности и технологическое развитие российских компаний все ещё далеки от западных, все обстоит несколько по другому. Производством продуктов питания в России заняты по меньше мере десятки крупных общенациональных холдингов и сотни региональных предприятий. Многие зарубежные компании – те же автомобилестроители и пивовары – открыли свои производственные площади в нашей стране.

Как считает Сергей Лисовский, заместитель председателя комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и рыбохозяйственному комплексу «Отечественные производители мяса и молока лишь выиграют от умеренной девальвации».

Позитивна девальвация рубля и для российского автопрома. При общем падение спроса на легковые автомобиле примерно на 30 % в 2009 году ввоз иномарок может рухнуть почти на 50 %, в то время как наши заводы сократят производство всего на 10-15 %, по оценкам аналитиков «ВТБ Капитал». Эксперты Альфа – банка прогнозируют снижение импорта в 2009 году на 10 %. Проблема только в том что быстро воспользоваться появляющимися ценовыми преимуществами отечественные промышленники не смогут. В 1998-ом году уровень загрузки производственных мощностей на российских предприятиях составлял в среднем лишь 55 %, а сегодня – 80 %. Что бы развернуться, промышленности необходимы масштабные инвестиции в развитие производства. В то время как один из сценариев подготовленного правительством прогнозы экономического развития России в 2009 году предполагает сокращение инвестиций практически на 10 %.

Что касается внешнего долга то у страны в целом он более чем умеренный, однако долги частных корпораций довольно серьёзные. К середине лета прошлого года они достигали 490 млрд. долларов. Впрочем тяжёлы не сами внешние долги, а радикально ухудшившиеся условия их обслуживания. Рефинансировать займы за границей практически не возможно. Многие компании вынуждены аккумулировать деньги, чтобы выдержать график платежей. При этом отечественный рынок капитала страдает от оттока капитала иностранного инвестора и из-за девальвации рубля. Банковские кредиты широкому кругу компаний выдаются максимум на один год и под ставку 25-30 % годовых. Выходит, что, в отличие от прошлых девальваций, нынешняя не будет воздействовать на экономику столь прямолинейно. На ситуацию будит влиять множество факторов. Точно оценить их результат пока сложно, эксперты уверены лишь в общей тенденции: такого ценового шока как в 1990-х, в России не будет. Ведь даже отток капитал благоприятен с точки зрения сдерживания инфляции.

В России кризис наступил примерно такой же, как и в большинстве развитых экономик, только с отставанием от нескольких месяцев до года. То есть Россия сначала столкнулась с дефицитом ликвидности и обвалом фондового рынка. Антикризисные меры правительства в сентябре – октября в основном свелись к закачиванию ликвидности в банковскую систему (свыше триллиона рублей). Сейчас все усилия государства направлены на то, чтобы поддержать и оставить на плаву хотя бы системообразующие банки. Между тем, если малые региональные банки, которых на государственном уровне не поддерживают, не смогут «пережить» финансово экономический кризис, то, по мнению большинства экономистов, малый бизнес очень сильно пострадает, что недопустимо, ведь его вклад в экономику страны составляет порядка 20%. Проанализировав действия властей различных государств по преодолению кризиса, можно прийти к следующему выводу. В среднем около 50 % от общего объёма финансирования борьбы с кризисом идёт на обеспечение госгарантий. В России с точностью наоборот. У нас на госгарантии - 0%, зато 84 % средств идёт на капитализацию, в том числе и виде кредитов банкам. Зачем спрашивается банкирам рисковать выдавать кредиты, например строителям? Вдруг те разорятся. Вот банкиры и берут у государства деньги что бы перевести из в иностранную валюту. А теперь представим, ВЭБ гарантирует: кредит, выданный тому же строителю, будет погашен полностью в любом случае. Теперь у банка есть возможность заработать свои проценты безо всякого риска.

Масштаб, скорость распространения и вероятная продолжительность кризиса значительно превосходят представление большинства аналитиков, предупреждает главный экономист Всемирного банка Желько Богетич. В 2009 году он ожидает дальнейшее сокращение притока капитала в Россию, особенно в банковский сектор, и уменьшение портфельных инвестиций.

Список литературы:

1. RBC.ru

2. Banki.ru
3. Lenta.ru
4. Quot.ru

МЕТОДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ КАДРОВ В СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ

Григорьев М.И., студент

Томский политехнический университет

E-mail: badmad88@sibmail.com

Каждая организация видит и понимает происходящее внутри и снаружи её события через представления работающих людей в этой организации. Поэтому нужны люди, которые четко видят, что происходит, могут дать «грамотную» оценку происходящему и сделать правильные выводы. Конечно, в деятельность организации входит много разных сфер, но, я считаю, что вопросы кадрового менеджмента стоят выше других аспектов деятельности, так как без организации и решения кадровых задач далеко, как говорится, не уедешь, какую бы продукцию вы не производили. В спортивной отрасли вопрос ставится еще жестче, так как надо не только выбирать лучших из лучших из лучших, но и думать в то же время «А как из лучшего сделать ещё лучше?» Вот тут и встаёт вопрос о повышении квалификации сотрудников.

Многие скажут, что в спорте не нужно смотреть далеко вперед, что главное – хорошо делать своё дело и результат придет, но в то же время, чтобы хорошо что-то делать, надо сначала где-то этому научиться. Допустим, спортсмен хорошо занимается в спортивной школе, его берут в профессиональную команду, и игроку приходится прогрессировать самому в процессе жесткой конкуренции. А что же делать тренеру, менеджеру команды? Им же надо подтверждать свою квалификацию регулярно. Для этого в спортивном мире, а в частности в хоккее и в футболе, создаются академии и университеты, которые могут предоставить всем желающим различные курсы и семинары, с помощью которых можно повысить свой уровень знаний. Но тут возникает другая проблема: «Когда тренерам и менеджерам проходить эти курсы, ведь пока их самих не будет - работа будет простаивать, а это не выльется для них ничем хорошим?» И тут же опять многие академии сделали семинары, которые длятся от двух до шести дней, а вмещают в себя полный объем информации.

Менеджерам в этом вопросе немного легче, если тренер постоянно в работе (игры, тренировки, сборы), то у менеджера есть немного больше времени для пополнения своего багажа знаний. Например, менеджер может обратиться в такое учебное заведение, как Высшая школа футбольного менеджмента (ВШФМ), которая создана двумя организациями, которые много лет работают в российской индустрии спорта. Это Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права (ММИЭИФП) и компания «Футбол Маркет». В этом учебном заведении проводят не только курсы и семинары из Высшей школы футбольного менеджмента выходят специалисты, за которыми «охотятся» не только представители Российского спорта, а также представители спортивных ведомств всего мира, при этом специалисты ВШФМ могут работать не только в спортивной отрасли, а также в любой другой отрасли управления. Конечно хорошо, заканчивать высшие учебные заведения, но во многих вопросах нужен более узкий подход, а такой вид образования чаще всего предоставляется за рубежом: в Европе, США, Канаде, а выбор страны зависит от проблемы, которую хотят решить в той или иной организации. Из европейских стран можно выделить Англию, Францию, Германию, Испанию, Италию. Если вы хотите научиться грамотно распоряжаться бюджетом, а самое главное увеличить этот самый бюджет, то выбор падает, безусловно, на Англию, так как в Англии около 60%-70% процентов бюджета зарабатывает сама спортивная организация, а оставшаяся часть бюджета лежит на спонсоре, такой результат достигается за счет грамотной бюджетной политики организации. Это и продажа билетов, сувениров, продажа прав на телевизионные трансляции. В Российском спорте дела обстоят хуже, например, четыре года назад многие спортивные организации России кое-как зарабатывали 10% бюджета. А сейчас около 45% дохода зарабатывает сама спортивная организация. Приведу пример, в 2007-2008 годах бюджет санкт-петербургского «Зенита» составил \$120 млн., из них \$54 млн. клуб заработал, благодаря своей грамотной финансовой политики. Если же у спортивной организации возникают вопросы о благоустройстве стадиона, тогда ответы на все существующие вопросы можно найти в Италии. В этой стране работа на стадионе отлажена практически до автоматизма. Там учтено все, начиная от работы персонала и заканчивая цветом кресел для зрителей. Если же вас заинтересовала проблема рекламы вашей спортивной организации или же реклама на вашем спортивном объекте, тогда надо выбирать Германию. В немецком спорте большое внимание уделяется рекламе спортивных организаций, например, на

стадионе «Шальке 04» практически все рекламные баннеры выдержаны в клубных цветах, что достаточно хорошо привлекает зрителей. Что же касается Франции и Испании, Федерации Спорта этих стран большое внимание уделяют работе с болельщиками, делают все для того, чтобы тот или иной вид спорта стал популярен. Если же ваши вопросы и проблемы связаны с обустройством детского спорта – ваш выбор должен упасть на США или Канаду, в этих странах научились правильно организовывать процесс работы с детьми разных возрастов. Как видите у менеджера достаточно вариантов в способе повышения квалификации.

А вот что касается тренеров, ведь фактически же для повышения своего образовательного уровня действующий хоккейный тренер имеет очень немного времени. Во время перерывов в Чемпионате России он занят на контрольных играх, селекционной работой, поездками на турниры, учебно-тренировочными или восстановительными сборами. Таким образом, для пополнения образования тренера существуют лишь несколько возможностей:

- 1) выезд группы лекторов и преподавателей на сборы и организация кратких курсов повышения квалификации тренеров прямо на рабочем месте;
- 2) краткие перерывы в занятии тренерского состава есть в период игр сборной команды страны;
- 3) ежегодно тренер находится в отпуске, и в это время он может использовать для самоподготовки.

Конечно, все семинары и курсы – это хорошо, но, если сам человек учится и работает без заинтересованности, «без искры в глазах», то и курсы не только пользы не принесут, но и могут нанести непоправимый вред. И поэтому, надо всегда полностью отдаваться своему делу – ведь это и отличает настоящего менеджера от человека, который только хочет казаться этим самым менеджером.

Список литературы:

1. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. Москва, 2005. 255 стр.
2. Михно Л.В., Винокуров Б.Н., Марьянович А.Т. Основы хоккейного менеджмента. Санкт-Петербург, 2004. 351 стр.
3. Журнал Forbes. Август 2008.
4. Интернет-ресурсы.- Режим доступа: <http://www.sportmanagement.ru>
5. Интернет-ресурсы.- Режим доступа: <http://www.lenta.ru/sport/>

РАЗРАБОТКА БЮДЖЕТОВ В СООТВЕТСТВИЕ С МСФО

Данилова М.Н., студентка

Томский Университет Систем Управления и Радиоэлектроники

E-mail: margaret_dmn@mail.ru

Научный руководитель: Н.Б. Васильковская, доцент.

Международные стандарты финансовой отчетности (IAS – International Accounting Standards) носят рекомендательный характер, т.е. не являются обязательными для принятия. На их основе в национальных учетных системах могут быть разработаны национальные стандарты с более детализированной регламентацией учета определенных объектов.

Существует несколько аспектов, почему организации может быть выгодно составлять отчетность по МСФО. В частности, информация, получаемая при составлении консолидированной отчетности по МСФО, может быть использована для бюджетирования, планирования изменений в составе группы, оценки стратегического развития бизнеса.

Переход на международные стандарты финансовой отчетности может повлечь за собой как положительные, так и отрицательные последствия для компаний. Среди положительных аспектов – повышение прозрачности, улучшение сопоставимости показателей и, как следствие, увеличение возможностей для анализа их деятельности и облегчение доступа к международным рынкам капитала.

Применение МСФО может быть полезным и для тех российских организаций, которые не собираются пока выходить на западные финансовые рынки. Эффект заключается в обеспечении менеджеров информацией, которая повышает эффективность управления, дает возможность грамотно общаться с рынком и акционерами, укрепляет систему корпоративного поведения, а следовательно, и доверие к менеджменту. Наиболее благоприятный эффект будет иметь применение МСФО в компаниях, где собственник не имеет представителей в руководстве компании и вынужден довольствоваться информацией, получаемой из финансовой отчетности.

Существуют факторы, препятствующие массовому переходу на МСФО.

1. Нехватка квалифицированного персонала. В настоящее время на рынке труда недостаточно специалистов по МСФО, поэтому немногие российские предприятия готовят международную отчетность самостоятельно, а в основном обращаются к консалтинговым и аудиторским компаниям.

2. Отсутствие прозрачности. Отчетность по МСФО должна быть прозрачной, в частности раскрывать информацию о холдинговых структурах и реальных владельцах бизнеса. Многие российские компании и их собственники к этому не готовы.

3. Высокие затраты. Наиболее существенными затратами на подготовку отчетности по МСФО являются расходы на наем и обучение персонала, а также на консультационные и аудиторские услуги.

Существует два основных способа подготовки отчетности по международным стандартам:

Трансформация представляет собой «перевод» российской финансовой отчетности в международную путем корректировки отдельных показателей (способы получения которых по российским стандартам отличаются от МСФО). Обычно при применении этого способа предприятия несут меньшие материальные и временные затраты. Часто он также рассматривается в качестве временной меры при переходе на параллельный учет по международным стандартам.

Параллельное ведение учета по международным стандартам заключается в отражении в учете по МСФО каждой хозяйственной операции. Для крупного предприятия это технически невозможно без внедрения дорогостоящей системы автоматизации. Сложные интегрированные системы учета предъявляют существенные требования к формализации и унификации бизнес-процессов на предприятии, что также приводит к перестройке самой системы бухгалтерского учета.

Процесс перехода на МСФО достаточно длительный и дорогой. Это отдельный проект компании, в который должны быть вовлечены не только бухгалтеры и финансисты, но и сотрудники других подразделений. В самом начале проекта необходимо выбрать метод, согласно которому компания будет вести учет по МСФО (трансформация или параллельный учет). От выбранного метода зависит вся дальнейшая работа по переходу на МСФО.

Список литературы:

1. Бурцев В.В. Финансовый менеджмент. Через бюджетирование к эффективному менеджменту. СПб.: Питер, 2008. 180 с.
2. Ивахник Д., Твердохлеб А.. Выбор оптимального бюджета. М.: Финансы и статистика, 2008. 76 с.

МЕТОДИКА ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОЧИХ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ НОРМАТИВНОГО ПОДХОДА И МЕТОДА ВИЛКИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА (ВСТ)

Дерябина Е.В., ст.преподаватель

Томский университет систем управления и радиоэлектроники,

E-mail: Evderyabina@ms.tusur.ru

Предлагаемая нами новая система оплаты труда учитывает отрицательные и положительные стороны применяемых в отечественной и зарубежной практике систем оплаты и систем поощрения труда. С одной стороны, она направлена на снижение жесткого воздействия единой тарифной системы (ЕТС) и её элементов на величину заработной платы. С другой – учитывает практику развития рыночных отношений и нецелесообразность полного устранения системы нормирования в виду того, что последнее обеспечивает контроль за эффективным использованием ресурсов предприятия.

В порядке реализации теоретических обобщений разработана система оплаты труда, отличительными признаками которой являются следующие моменты.

Во-первых, двухкомпонентная структура оплаты труда, т.е. наличие трудовой (базовой) ставки с учётом специфических условий труда, предусмотренных законодательством, и личной, определяющей сумму доплат в зависимости от индивидуальных качеств рабочего (стаж работы, уровень образования, способность к повышению квалификации и переквалификации).

Во-вторых, нормативность, которая обеспечивается установлением норм времени на классификацию работ по ремонту и обслуживанию внутридомового инженерного оборудования с целью повышения эффективности труда через установление объёмов работ в соответствии с нормами затрат труда, нормирование средств на оплату труда за выполняемую работу и пр. Нормативность системы реализуется при построении трудовой ставки работника и учитывается при расчете прямой заработной платы.

В-третьих, маневренность величины заработной платы, которая достигается за счёт использования вилки стимулирования труда квалификационного разряда (ВСТ) в трудовой ставке, показывающей для исполнителя потенциальный диапазон возможных масштабов заработной платы, а именно: минимального и максимального размера заработной платы в разрезе каждого квалификационного разряда. Это усиливает действенность как трудовой ставки, так и личной ставки. Прозрачными для рабочего становятся границы вознаграждения за труд.

В-четвертых, применение метода балльных коэффициентов, что обеспечивает возможность синтезировать частные критерии оценки в единый комплексный показатель личного вклада в общие результаты предприятия как для рабочего низшего, так и для рабочих высшего разрядов.

Интегральная оценка для определения трудовой ставки осуществлялась с применением известных методик Шеремета А.Д., Сайфулина Р.С., Донцовой Л.В., Никифоровой Н.А., Перовщикова Ю.С., Федорова М.В., Рубановича Я. Г., Азгальдова Г.Г., Крапивенского З.Н.

Для построения матрицы ВСТ применялся метод интегральной оценки, в связи с чем был проведён анализ различных вариантов комплексных оценок. Скорректированные таким образом показатели позволили определить ВСТ интегральных коэффициентов трудовой ставки по предлагаемой классификации рабочих (табл.1.)

Таблица 1–ВСТ интегральных коэффициентов трудовой ставки по предлагаемой классификации рабочих

ВСТ интегральных коэффициентов трудовой ставки						
Характеристика ВСТ	Квалификационный разряд рабочего					
	1	2	3	4	5	6
диапазон	1,00– 1,62	1,15– 1,85	1,38– 2,22	1,71– 2,85	2,16– 3,56	2,70– 4,46
среднее значение	1,31	1,50	1,80	2,28	2,86	3,58
амплитуда	± 0,31	± 0,35	± 0,42	± 0,57	± 0,70	± 0,88

Для обеспечения наибольшей достоверности определены отклонения фактических значений показателей оценки от нормированных на основе факторного анализа структурных составляющих с целью исключения влияния факторов изменения трудоёмкости, внедрения результатов НТП и т.д.

В интегральные коэффициенты включена система законодательных надбавок и доплат (за тяжёлые и вредные условия труда, премиальная надбавка).

Особенностью матрицы трудовых ставок является то, что она построена на основе ВСТ интегральных коэффициентов, определённых экспертным методом в результате анкетирования начальников ПТО, экономистов, начальников участков, мастеров и рабочих шести управляющих компаний г. Томска и Томской области и рассчитанных путём умножения весовости фактора на коэффициент значимости. В сетке соотношений, приведенных в табл.2 средней величиной интервала предыдущей квалификационной группы является нижним значением для следующего интервала, в силу чего значения интервалов перекрывают друг друга.

Такой подход позволяет корректировать размер законодательных надбавок, заложенных в структуру трудовой ставки.

Таблица 2 – Матрица ВСТ рабочих по квалификационным группам

Категория рабочих	ВСТ соотношений оплаты труда различных квалификационных групп рабочих					
	1	2	3	4	5	6
– рабочие по ремонту и обслуживанию ВДО	1,00 ÷ 1,62	1,15 ÷ 1,85	1,38 ÷ 2,22	1,71 ÷ 2,85	2,16 ÷ 3,56	2,70 ÷ 4,46

Нововведением предложенной нами системы оплаты труда является включение стимулирующей надбавки в трудовую ставку, при этом размер стимулирующей надбавки обеспечивает максимальное значение заработной платы. В её основе лежат требования работодателя по выполнению работы с максимальными результатами за качественные показатели. Таким образом, работник видит максимальный размер своей трудовой ставки.

Указанные отличия конкретизированы, прежде всего, в совершенствовании трудовой ставки, которая является базовой величиной, регулирующей размер заработка рабочего в соответствии с присвоенной ему квалификацией.

Авторские новшества отличаются от действующих систем премирования в том, что премия носит не прогрессирующий, а регрессирующий характер. Такой подход основан на результатах экспертного

опроса, проведенного диссертантом: 67,8 % респондентов сочли его максимально приемлемым. Система премирования прозрачна: при выполнении работ с требуемыми показателями рабочему выплачивается максимальная надбавка, а в случае нарушений уменьшается, снижая тем самым общую сумму трудовой ставки. Особым элементом трудовой ставки является корректирующий коэффициент, величина которого обеспечивает снижение трудовой.

Согласно предлагаемой методике трудовая ставка будет определяться по формуле:

$$C_{TP} = C_{mci} \times Tr^n \times (1,4 - K_{кор. C_{TP}}) + \sum_{n=1}^m H_n;$$

где C_{mci} – ставка часовая рабочего i -ой квалификационной группы по действующей на предприятии сетке;

Tr^n – плановый (нормативный) объём работ, выполненный рабочим, чел-час.;

$\sum_{n=1}^m H_n$ – сумма надбавок и доплат, предусмотренных ТК РФ, руб.;

1,4 – коэффициент, учитывающий максимальный размер премии;

$K_{кор. C_{TP}}$ – корректирующий коэффициент трудовой ставки.

Диссертантом предлагается формула расчёта коэффициента корректировки трудовой ставки:

$$K_{кор. C_{TP}} = 0,4 \times a,$$

где a – величина критерия корректировки трудовой ставки, в долях;

0,4 – максимальный размер премии, в долях.

Элементы предлагаемой структуры трудовой ставки рабочих ЖЭП корректируются с учётом интересов взаимодействующих сторон – работодателя и рабочих.

ИЗУЧЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Довгаль А. А., студент

Сибирский государственный аэрокосмический университет им. ак. М. Ф. Решетнёва

E-mail: dovgal_a@bk.ru

Научный руководитель: Мисинёва И. А., к.э.н., доцент

Важнейшим фактором, влияющим на специфику менеджмента, является менталитет нации. В настоящее время, в выдвигаемых основных концепциях формирования российского менеджмента, ментальности придается различное значение. А в числе возможных основ для формирования российского менеджмента специалисты называют следующие концепции.

1. Концепция копирования западной теории менеджмента.

России «надо брать модель менеджмента в готовом виде и использовать её в управлении экономикой...». Для овладения теорией надо лишь перевести западные учебники на русский язык. Затем, ничего не меняя, использовать данные положения на практике. Вероятность реализации этой концепции весьма высока в силу своей простоты и привычки бездумного копирования западного опыта, но она также несет в себе и большую опасность, так как не учитывает особенностей российского менталитета. Достаточно вспомнить использование неадаптированной к условиям России теории «монетаризма», концепций «шоковой терапии» или ваучеризации. Таким образом, при осуществлении данной концепции можно спрогнозировать новые потрясения, которые ждут Россию в случае их осуществлении.

2. Концепция адаптации западной теории менеджмента.

Предполагает частичный учет особенностей русской ментальности, то есть не слепое копирование, а приспособление западной теории к современным российским условиям. При этом у руководителей возникает серьёзный вопрос, какую из западных теорий менеджмента стоит адаптировать? Ведь при любом выборе существует риск использовать теорию, которая учитывает специфические особенности, условия функционирования экономики и ментальность жителей тех стран, откуда они произошли. В результате этого, адаптированные теории, слабо учитывающие специфику российской действительности, не могут дать российской экономике того эффекта, которого от них ожидают, подчеркивают некоторые исследователи [1].

3. Концепция создания российской теории менеджмента.

Исходит из полного учета особенностей российской ментальности с использованием аспектов мирового опыта управления. При этом невозможно ни слепое копирование западного и восточного опыта, ни полное отрицание достижений западной и восточной школы менеджмента. И первое, и второе одинаково неприменимо. Необходимо отметить, что еще А.Маршалл утверждал, что: «Экономическая наука это не совокупность конкретной истины, а лишь орудие для открытия конкретной истины». С точки зрения М. Хамкина это высказывание полностью можно перенести и на такую науку, как менеджмент. Поэтому, российский менеджмент должен иметь своё специфическое содержание, формы и методы управления, соответствующие специфике российского менталитета [1].

В настоящее время двойственность русского менталитета и его противоречивость, перешли на качественно иной уровень, считают некоторые исследователи [2]. Наблюдается новая волна роста индивидуализма, с одной стороны, и стирания традиций коллективизма, с другой. Но дуализм был и остается главной чертой отечественной ментальности. Это и дает возможность определить его место по отношению к американскому и японскому менталитету. Если считать американский индивидуализм и основанный на нём менеджмент одной крайней точкой, а японский, базирующийся на психологии коллективизма, другой, то Россия с её двойственностью должна занимать промежуточное между этими двумя точками положение. Причем надо учитывать, что русский менталитет выступает как динамичный, имеющий тенденцию к индивидуализации, пробивающей себе дорогу в условиях формирующегося рынка. Исходя из этого, можно считать, что основная тенденция становления русского менталитета - постепенное и неуклонное движение к индивидуализму в сторону американизированной ментальности, отмечают отечественные ученые.

Анализируя таблицу, в которой представлен ряд подтверждающих это данных, Нехамкин А. Н. приходит к выводу, что особенность русского менеджмента должна заключаться в его гибкости, приспособляемости, маневренности и диалектичности [1]. Его формирование должно начинаться с микроуровня, то есть строиться конкретно на каждом предприятии и учреждении. Но, по мнению автора, построить на предприятии предложенную систему достаточно сложно, поскольку на многих из них нет единой формы менталитета. Коллективы носят разный характер в силу возрастных различий, уровня образования, кроме того, предложенные методы не были использованы на практике, что также усложняет оценку их эффективности

Таблица. Соответствие менеджмента менталитету

Характерные черты менталитета	Предпосылки использования форм менеджмента	Особенности управления в зависимости от черт менталитета
Коллективизм	Там, где преобладает коллективизм	Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия; коллективная ответственность; коллективный контроль; оплата труда по показателям работы группы
Индивидуализм	Регионы с более развитой рыночной экономикой	Ориентация на личность; индивидуальный контроль; оплата по личному вкладу
Трудолюбие	Наличие трудолюбивого контингента	Высокая производительность при всех прочих равных условиях; отсутствие жестких управленческих решений по отношению к персоналу
Леность	Контингент людей, не желающих работать	В управлении необходимо давление; низкая производительность труда, в т.ч. и управленческого; стремление к изменению в производстве тогда, когда это обеспечивает минимум затрат
Преобладание авторитарных форм мышления	Производственная необходимость	Авторитарный стиль управления; строгий контроль; ограничение самостоятельности
Анархизм	Недоверие к управляющим работникам	Форма управления без четко выраженной власти, стимулирование развития личностного фактора
Практицизм	Наличие практичных работников	Формирование нестандартной рациональной системы управления; неформальные отношения между управляющими и работником
Стремление к новому	Коллектив творческих людей	Предоставление свободы действия творческим личностям, поощрение неординарных поступков

Исходя из этого, автор считает, что при формировании российского менеджмента на предприятиях необходимо учитывать основную тенденцию развития ментальности в сторону развивающегося индивидуализма, всё больше ориентируясь на личность. А это означает, что на предприятиях большее значение должно приобретать повышение по службе, основанное не на «выслуге лет», а исключительно на личных способностях каждого индивида. Мы также считаем, что при формировании системы управления нужно учитывать деловые качества индивида, способность его к восприятию нового, настойчивость, готовность работать в условиях изменений. Анализ, составленной специалистами [1] таблицы, также позволяет нам заключить, что выделенные предпосылки не системно, а только фрагментарно указывают на реальные условия, в которых ведут свой бизнес действующие предприятия, и поэтому использовать их для практических целей управления, даже в вопросах выбора концепции, на наш взгляд, затруднительно. Гаффорова Е. Б. считает, что специфической чертой российского менеджмента является опора на трудолюбие работника, ориентация на старательность и пунктуальность. Эти заложенные природой качества необходимо поощрять руководителям [3]. В действительности, с точки зрения автора, сегодня жесткость является необходимой, но вынужденной мерой. Стратегическая перспектива русского менеджмента – движение к более мягкому по форме, но и более эффективному по содержанию управлению. В заключение целесообразно вспомнить слова Тейлора: «Искусство научного управления - это эволюция, а не изобретение». Но и эволюция предполагает сознательный отбор [2]. Поэтому, по мнению М. А. Картавого, можно добавить к высказыванию Тейлора следующее: «...искусство научного управления - это эволюция и отбор оптимальных форм и методов менеджмента, отражающего в себе важнейшие специфические особенности национального менталитета» [1]

Список литературы:

1. Картавый М.А., Нехамкин А.Н. Методологические принципы формирования российского менеджмента// Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - №3
2. Гуленков В. Новое - это хорошо забытое старое / В. Гуленков // Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - №1
3. Гаффорова Е. Б. Ключ к разрешению противоречий - единая система менеджмента предприятия на основе качества// Стандарты и качество. - 2006. - №10.

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА НАЧАЛЬНОЙ СТАДИИ РЕАЛИЗАЦИИ

Елисеева В.В., студент; Антонова И.С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail: vivie26@mail.ru

Конкурентные отношения стимулируют предприятия к внедрению нововведений. Внедрение нововведений осуществляется путем разработки и реализации инновационных проектов, которые, с одной стороны, несут определенную выгоду для предприятия, а с другой - содержат высокую степень риска. В ситуации, когда государство взяло курс на приватизацию НИИ, ученым ничего иного не остается, как активно взяться за внедрение своих изобретений. Тем более что в последнее время наметились сдвиги к улучшению в области интеллектуальной собственности, и постепенно определяется схема, по которой открытия обретут частного хозяина и станут объектом рыночных отношений. Но для того чтобы вывести результаты научных и конструкторских изысканий на рынок, нужны деньги. До сих пор богатые люди находили для себя менее рискованные и в то же время высокодоходные сферы вложения капитала. Даже венчурные фонды предпочитают пока финансировать компании не на этапе "Start up", а тогда, когда речь идет уже о расширении хорошо зарекомендовавших себя на рынке фирм [1].

От первоначальной идеи до эксплуатации этот процесс может быть представлен в виде цикла, состоящего из следующих фаз: прединвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной.

И здесь встает вопрос о финансировании инновационных проектов. Венчурное финансирование – это долгосрочное высоко рискованное вложение частно-государственных инвестиций в акционерный капитал вновь создаваемых малых высокотехнологичных перспективных компаний, ориентированных на создание и производство наукоемких продуктов, для их развития и расширения, с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств. Из-за жестких требований к потенциальным инвестициям венчурных капиталистов многие предприниматели ищут источники начального финансирования со стороны частных инвесторов (бизнес-ангелов), у которых будет больше желание инвестировать в рискованные и вместе с тем перспективные проекты, или у которых ранее сложились

хорошие отношения с данным предпринимателем.

Стадии венчурного финансирования:

- «посевное инвестирование», “seed/start-up”
- «раннее инвестирование», “early stage”
- «финансирование на стадии расширения», “expansion”
- «финансирование на поздней стадии развития», “later stage”

"Посевное" финансирование – это финансирование инновационных проектов, находящихся на начальной стадии развития. Цель – содействовать ученым, инженерно-техническим работникам, студентам, стремящимся разработать и освоить производство нового товара (изделие, технология, услуга). Участником программы может быть физическое лицо, малое предприятие, творческий коллектив. Предполагается, что есть или будет образована наукоемкая компания, в основе деятельности которой будет находиться объект интеллектуальной собственности. Опыт показывает, что создание фондов посевного инвестирования, учитывая высокие риски вложений на ранних стадиях, оказывается наиболее эффективным, если в нём участвует государство в виде уполномоченных структур. Это снижает риски частного капитала и позволяет стимулировать его приток в эту сферу экономики, запуская механизм инновационного развития непосредственно на посевной стадии.

Коммерциализация инновационного продукта — продажа патента, и/или иной трансфер технологии, знания. В данном случае вознаграждение получается разработчиками сразу после трансфера, они избавляются от необходимости внедрения — создания предприятия и несения соответствующего коммерческого риска. В конце XX — начале XXI вв. коммерциализация также стала осуществляется через инкубацию, выращивание нового производства (бизнес-инкубаторы, технопарки). **Ежегодное исследование Всемирного экономического форума показало, что Россия в защите авторских прав занимает 115-е место. Оценки эти даны на основе экспертных опросов внутри страны.** Россия по уровню обеспеченности патентозащищенными изобретениями занимает 74-е место в мире. Развитых стран с таким показателем творческой активности в мире нет. Если первый показатель – уровень защиты выданных патентов, то второй – показатель активности по получению патентов. Выходит, Россия и мало изобретает, и не защищает имеющиеся изобретения. Защита авторских прав – одна из болевых точек России. При этом понятно всем, что кардинально изменить ситуацию в сжатые сроки невозможно. Главное – обеспечить постоянное поступательное движение в правильном направлении. Закреплять и ускорять это движение будет юридическое закрепление обязательств России.

В итоге получается замкнутый круг. С одной стороны, государство крайне заинтересовано в повышении активности патентования и заявляет о готовности защищать права изобретателей, а с другой – изобретатели до сих пор беззащитны перед лицом «патентных рейдеров».

В Европе частных инвесторов 125 тысяч человек, а потенциальных – более миллиона. Ежегодно вкладывают порядка 500 миллионов фунтов (750 миллионов долларов) в 3,5 тысячи компаний. В одной Великобритании более 18 тысяч бизнес-ангелов ежегодно вкладывают порядка 500 миллионов фунтов (750 миллионов долларов) в 3,5 тысячи компаний. Как правило, при этом инвесторы не претендуют на контрольный пакет акций финансируемой компании. Но хотят участвовать в управлении, дабы уменьшить риск капиталовложений и помочь компании быстрее развиваться. Обычно их доля составляет от 25 до 49 процентов.

Бизнес-ангелы вкладывают деньги для того, чтобы через 3-5 лет продать свою долю в компании по более высокой цене. Потому они заинтересованы в реинвестировании прибыли в развитие. Кроме того, эти люди привносят в компанию свой предпринимательский опыт и связи, чего у начинающих бизнесменов из научной среды изначально нет. (3)

В России частные инвестиции подобного рода составляют около 1 миллиарда долларов, то есть втрое превышают объемы инвестиций венчурных фондов. Количество потенциальных бизнес-ангелов в стране – несколько десятков тысяч человек, что во много раз меньше чем в Европе и США. Это происходит потому что рискованность возрастает в несколько раз, но и прибыль частный инвестор-россиянин ждет не до 50%, а не менее 70% годовых.

И все же специалисты сходятся на том, что в России у бизнес-ангелов перспективы, может быть, даже лучше, чем у венчурных фондов. Во-первых, наши инновационные предприятия только начинают свою деятельность и нуждаются в небольших объемах финансовой поддержки. Во-вторых, в стране есть свободные деньги на руках у физических лиц, которые не горят большим желанием афишировать свои капиталовложения. Остается объяснить им, что можно делать анонимные инвестиции в передовые технологии и, разумеется, как это делать. Финансовый кризис – время благоприятное для венчурного и посевного финансирования. «Кризис – это удивительное время, это подарок в квадрате. На мировых рынках наблюдается радикальное снижение цен на все активы, в том числе и технологические».

Бизнес-ангельское инвестирование – один из важнейших элементов новой экономики – экономики знаний. Инвестируя в технологии, интеллект, креативные команды, частный инвестор закладывает будущее благополучие для себя, партнеров и самое главное для страны.

Чтобы привлечь граждан на рынок и в фонды, надо отменить или резко снизить налог на доходы по операциям с ценными бумагами, а также налог на доходы в виде дивидендов и процентов, указывается в докладе. Для стимулирования компаний к выплате дивидендов часть их прибыли тоже можно освободить от налогов. Нужно также ввести институт инвестиционных консультантов, которые продвигали бы финансовые услуги населению. Их тоже можно освободить от налогов на прибыль. Чтобы повысить уровень защиты частных инвесторов, предлагается ввести обязательное членство брокеров в саморегулируемых организациях, повышать финансовую грамотность и создать фонд, который выплачивал бы деньги клиентам обанкротившихся инвесткомпаний, если сама компания их вернуть не может. Но, как обычно, по части налоговых революций, есть такое препятствие как Минфин, который не стремится поддерживать инициативы по части уменьшения налогооблагаемой базы. Так что вряд ли надо рассчитывать на его поддержку налоговых инициатив. Но даже, если некоторые предложения будут и учтены для частных инвесторов подготовлено испытание, только преодолев которое, они могут с гордостью называться "частный инвестор". Необходимо признать развитие венчурного, посевного и бизнес-ангельского инвестирования одной из важнейших задач становления национальной инновационной системы России на современном этапе [2].

Список литературы:

1. www.innovbusiness.ru
2. www.polit.ru
3. www.private-capital.ru

СОЗДАНИЕ БИЗНЕС-КОМАНД И ОПЫТ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ SIFE

Емельянова Е. А., Гречушникова В. А., Закирова И. Ш., студенты,

Томский университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: elena-apostol@mail.ru

Научный руководитель – Буймов А. Г.

Команда SIFE (Students In a Free Enterprise) ТУСУР была организована в 2006 году. Данная команда представляла группу студентов, объединенных одной идеей, которая заключалась в предоставлении возможности студентам через преподавание основ экономики и бизнеса развивать способности лидеров и искусство общения, обретать опыт командной работы, более глубоко изучать принципы рыночной экономики и свободного предпринимательства. В сущности, это была команда менеджеров-консультантов, пока еще не очень профессиональных, но зато полных энтузиазма. Ее главной задачей был поиск и генерация интересных социально-экономических проектов и формирование новых команд для их реализации.

Первым проектом был проект «Эконом-Импульс», сутью которого было проведение тренингов для школьников 9-11 классов, направленное на развитие лидерских качеств, навыков совместной работы в команде и знакомство с основами предпринимательства. При разработке проекта были рассмотрены различные идеи и модели командообразования, которые затем были испытаны на команде SIFE ТУСУР и повысили ее работоспособность. Так, например, применение модели жизненного цикла команды позволило сократить время прохождения начальных стадий формирования команды и ускорить переход на стадию эффективного функционирования.

Проект «NEXT», выполненный в 2007 году, заключался в организации и проведении конкурса бизнес-идей, разработанных и представленных старшеклассниками, принимавшими участие в учебном проекте «Эконом-Импульс».

Проект «Английский клуб» предполагал создание принципиально новой методики изучения и совершенствования английского языка в неформальной обстановке. Ошибки в планировании деятельности и формировании соответствующей команды заставили отказаться от его реализации.

Для восполнения недостающих знаний и навыков данная команда студентов-менеджеров с 2008 года продолжила свою работу в формате группы проектного обучения (ГПО).

В качестве экспериментальных площадок для применения теоретических знаний были выбраны: площадка международного проекта SIFE (продолжение участия) и два новых образовательных проекта – «Школа студенческого актива» и «Школа менеджмента».

Проект «Школа студенческого актива» ориентирован на воспитание профсоюзных лидеров в студенческой среде. В проект вовлекаются студенты младших курсов. Занятия проводятся в группах по

12-15 человек в виде лекций и мастер-классов с включением различных тренингов, ролевых и командных игр. Занятия ведут тьюторы (тренеры) из числа студентов-старшекурсников, которые в своё время также прошли обучения в данной Школе. На выходе Профсоюзная организация студентов ТУСУР получает лидеров, способных осуществлять квалифицированное руководство ее проектами и подразделениями.

Проект «Школа менеджмента» также согласован с профсоюзной организацией студентов ТУСУР. Программа Школы менеджмента рассчитана на 1 семестр. Набор в группы проводится среди студентов 1-4 курсов на добровольных началах. В основе технологии обучения лежит интерактивное групповое взаимодействие. Каждое занятие начинается с вводной теоретической беседы на заданную тему. Затем группа разбивается на небольшие подгруппы для проведения тематических тренингов, анализа учебных или реальных ситуаций.

Студенты могут задавать вопросы, как на занятиях, так и по электронной почте. Это способствует созданию атмосферы доверительного партнерского сотрудничества. Студенты сами могут формировать направления дальнейшего обучения в рамках образовательного курса. Партнерство основано на том, что занятия ведут тоже студенты, прошедшие Школу студенческого актива. Студенты-тьюторы при этом развивают свои навыки преподавания, преподнесения материала, а студенты-обучающиеся получают знания по менеджменту и психологии управления в более продуктивной форме.

Еще одним полезным приложением опыта, приобретенного в процессе реализации описанных проектов, явилась серия тренингов по сплочению команд, проведенных в группах ГПО экономического факультета ТУСУР.

Сделан вывод о целесообразности проведения подобных тренингов на всех факультетах.

Методическая поддержка этих тренингов может осуществляться авторами данной публикации с применением собственной методики формирования бизнес-команд.

ВНЕДРЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Еремина К.Е., студент; Хныкин С.А., студент

Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева

E-mail: Kristina_eremina@hotmail.com

Научный руководитель: Мисинева И.А., к.э.н., доцент

Из существующих теорий и подходов к управлению, сбалансированная система показателей (ССП) вызывает сегодня наибольшее количество разногласий. Технология управления, используемая компаниями во всем мире с 1993 г., в России появилась не очень давно и очень скоро обросла мифами.

Причины этого как в активном продвижении сбалансированной системы консультантами по управлению, представлявшими СПП бизнес-сообществу как некую универсальную панацею, немедленно увеличивающую доходность компании, так и в привлекательной "обложке" самой СПП, отмечают специалисты.

Выполненный нами анализ показал, что учеными, одной из главных проблем, с которой сталкиваются многие руководители в процессе внедрения СПП, называют то, что система не предоставляет практического руководства по ее развертыванию внутри предприятия [1].

Целью данного исследования является изучение условий для эффективного внедрения сбалансированной системы показателей в деятельность организаций.

Задачи исследования: на основе изучения теоретических и аналитических материалов выделить основные проблемы внедрения сбалансированной системы показателей в практике современного бизнеса и определить условия для их решения.

В числе заблуждений, выделяемых специалистами: 1) Сбалансированная система показателей помогает создать эффективную корпоративную стратегию. Если стратегические цели заданы некорректно, то ошибки обязательно найдут свое отражение в задачах и показателях эффективности департаментов и отдельных сотрудников, а стратегия так и останется нереализованной, какие бы методы мотивирования персонала ни применялись. 2) СПП эффективна для всех без исключения организаций и не требует использования других инструментов управления. Если компания имеет запутанную организационную структуру, то успешное внедрение сбалансированной системы также не позволяет отказаться от традиционных методов планирования и бюджетирования, хотя они и претерпевают изменения, в итоге это может не позволить получить высокую эффективность результатов. 3) Количество показателей определяет эффективность СПП. Руководителю кажется, что подчиненные будут работать тем эффективнее, чем больше параметров контроля будет под его наблюдением. На практике с таким

объемом информации справиться практически невозможно. Так же некоторые считают: чем меньше показателей, тем более эффективна ССП. Руководитель уверен в том, что существует один-два показателя, по которым можно судить о состоянии бизнеса и контролировать его развитие. О стратегическом управлении с таким набором данных речь идти не может - ни средствами ССП, ни какими-либо еще технологиями. Панель управления руководителя должна включать только те показатели, которые непосредственно влияют на выполнение стратегии бизнеса - не больше, но и не меньше. Как правило, на уровне первого руководителя компании таких показателей от 15 до 25. Только в этом случае сбалансированная система оправдает возлагаемые на нее надежды. 4). Внедрение ССП невозможно без использования ERP-систем. На самом деле автоматизация ССП компании необходима, как и во всех остальных случаях, только после того, как завершено внедрение и тестирование. В противном случае существует серьезный риск искажения информации. 5). Самостоятельно разработать и внедрить систему сбалансированных показателей несложно. Отсутствие таких обязательных элементов, как методика разработки и опыт внедрения, специального инструментария для персонала, времени, квалифицированного персонала, свободного для этой важной работы, сводит вероятность самостоятельного внедрения ССП практически к нулю.

Выделенные нами, в ходе проведения исследования, ключевые факторы, влекущие за собой проблемы в процессе внедрения системы сбалансированных показателей, представлены в таблице.

Проблема	Условия для решения
Плохо/неправильно определенные показатели	Показатели должны быть понятными и существенными для организации; они должны собираться с идеальной частотой для принятия решений и определены таким образом, что измерения будут одинаково использованы внутри всей фирмы, даже если их назначение различно; система, имеющая небрежные или непоследовательно определенные показатели, будет уязвима перед критикой тех людей, которые стараются избежать ответственности за будущие результаты
Недостаток эффективного сбора данных и отчетности	Большинство организаций при сборе данных основное внимание уделяют показателям, которые не будут зафиксированы; очень важно с самого начала определить ключевые показатели эффективности, чтобы быть уверенным что инвестиции, потраченные на сбор информации по показателям, будут наиболее значимы для улучшения эффективности организации
Недостаточный анализ деятельности	Система сбалансированных показателей работает лучше всего при постоянном анализе - критической оценке проведенной работы (внедрения) для сравнения изменений; мониторинг изменений во время внедрения системы в компании должен проводиться постоянно, с четким определением в нем ролей сотрудников компании и периодов оценки работ
Отсутствие методологии по улучшению процесса	Если в организации нет стандартных способов и методологий для определения проблем, усилия, затраченные на решение каждой новой проблемы, могут повредить программе улучшения деятельности компании т.к. будут отвлекать слишком много ресурсов от стандартных ежедневных операций. Появление такого рода проблем влечет за собой снижение эффективности деятельности компании и нецелесообразность внедрения системы показателей
Сильно большой фокус на внутреннюю среду организации	Для достижения баланса оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на компанию, следует одновременно оценивать как рынок, занимаемый компанией, и компании-конкуренты, так и вкладчиков и других, заинтересованных в прибыльности компании, лиц. Анализ этих факторов поможет определить силы, слабости, возможности и угрозы для компании, что направит на определение разрывов в уровнях показателей предприятия

В качестве заключения необходимо отметить, что внедрение системы это эволюционный процесс, который не может быть выполнен за один день. Если руководитель не осознает это с самого начала и не планирует его реализацию в долгосрочном периоде, вся организация получит результаты совсем не удовлетворяющие требованиям, поставленным перед системой.

Приведенные нами выводы подтверждают в своих высказываниях и руководители ряда компаний [2]. Так Ричард Брэнсон (Richard Branson), Председатель Совета директоров и Генеральный директор компании Virgin (Best Managed Companies in America by Forbes 2003), подчеркивает, что инвестировать в

развитие бизнеса вдвойне ответственная задача, ведь это инвестиции в будущее. Нам нужно было понять насколько вложения, которые нами делаются, соответствуют поставленным целям. Сбалансированная система показателей справилась с этой задачей блестяще. Другой известный специалист, Майкл Делл (Michael Dell), Председатель Совета директоров и основатель компании Dell (Best Managed Companies in America by Forbes 2002) считает, что правильно распределить ответственность - это основной залог успеха любого бизнес-проекта. Система Сбалансированных Показателей позволяет выполнять это условие наиболее оптимальным образом - руководитель получает точную информацию о том, какие цели стоят перед менеджерами и какие усилия они прилагают для их достижения. Джеффри Иммелт (Jeffrey Immelt), Председатель Совета директоров и Генеральный директор компании General Electric (Best Managed Companies in America by Forbes 2001), отметил, что одна из целей, которых мы достигаем с помощью Сбалансированной системы показателей - понять причины и следствия наших действий, получить измеримые обоснования для каждого управленческого решения. Это чрезвычайно важно - рисков становится все больше и у менеджеров есть все причины беспокоиться о правильности принимаемых решений. Энн Мулкахи (Anne M. Mulcahy), Председатель Совета директоров и Генеральный директор компании Хегох, считает что мотивировать персонал на выполнение стратегической цели бессмысленно: никто не будет ставить перед секретарем задачу увеличения прибыли. Но объяснить, как работа секретаря влияет на финансовые результаты и заинтересовать в наилучшем выполнении этой работы - это то, что позволяет сделать ССП. Уильям Гейтс (William Gates), Председатель Совета директоров и Генеральный директор компании Microsoft (Best Managed Companies in America by Forbes 2002), заключает что внедрение ССП - задача нелегкая даже для очень опытного менеджера. Но как человек, имеющий за плечами опыт ее применения, могу сказать, что результаты стоят того, чтобы попытаться.

Список литературы:

1. Каплан Р., Нортон Д. "Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию", - М.: Олимп Бизнес, 2006. – 304 с.
2. Внедрение сбалансированной системы показателей/ Horvath & Partners; Пер. с нем. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 478 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА США

Ефимова О.Ю., студент; Габдуллина Э.Р., студент

Уфимский государственный нефтяной технический университет

E-mail: aetasm@mail.ru

Научный руководитель: Тасмуханова А.Е., к.э.н., доцент

За всю историю существования менеджмента многие зарубежные страны накопили значительные сведения в области теории и практики управления. Создание собственной модели менеджмента требует изучения и использования всего ценного, что содержится в зарубежной теории и практике.

Ведущее значение американского менеджмента сегодня неоспоримо, а влияние на развитие теории и практики наиболее велико. Тем не менее, слепо следовать выводам американских теоретиков и практиков нельзя, но знать их идеи необходимо. Этим обуславливается актуальность данной темы.

Американская модель управления зарождалась на рубеже XIX – XX веков, огромные природные ресурсы привлекали передовые умы того времени - США переживали экономический бум.

Историческими предпосылками возникновения американской школы менеджмента являются:

- наличие социально-экономических и политических условий, в которых человек любой страны и нации мог преодолеть трудности, связанные с его происхождением, проявив личную компетентность;
- влияние большого бизнеса на развитие науки управления;
- заимствование в готовом виде лучших технических идей у европейцев и тут же претворение их в конкретные технические модели;
- центрами технического прогресса были предприятия, а не госучреждения (как в Европе);
- механизация всего комплекса операций, в то время как европейцы механизировали лишь отдельные операции.

Теория менеджмента США основана на нескольких основополагающих теориях (таблица 1).

Таблица 1 – Основопологающие теории менеджмента

Теория менеджмента	Сущность	Представители
Научный менеджмент	Направлен на повышение эффективности процессов производства	Ф. Тейлор, супруги Гилберт, Г. Гантт, Г. Эмерсон
Школа человеческих отношений	Силы взаимодействия между людьми могут превосходить усилия руководителя, поэтому нужно проявлять заботу о работниках	М. Фоллет, Ч. Барнард, Э. Мэйо
Концепция человеческих ресурсов	Повешение эффективности организации путем повышения эффективности ее кадров	А. Маслоу, З. Фрейд, Д. Макгрегор, Ф. Герцберг
Бихевиористический (поведенческий) подход	Идентификация и анализ движущих мотивов поведения работника и его взаимодействия с другими людьми в организационной среде	ученые университета штата Огайо, ученые Мичиганского университета

Особенности американского менеджмента:

1. Принято считать, что успех фирмы зависит от внутренних факторов. Особое внимание уделяется постоянному росту производительности труда, эффективному использованию ресурсов.

2. Рационализация производства – высокая степень специализации отдельных работников и структурных единиц компании в жестком разграничении их обязанностей.

3. Решения чаще всего принимаются индивидуально; в последние годы развивается партисипативное управление (т.е. с участием рабочих).

4. Равноправие – рабочие мобильны, легко меняют место работы в поисках индивидуальной выгоды, являются ярко выраженными индивидуалистами, поощряется конкуренция и доноительство.

5. Иерархическая модель управления – разграничение процесса принятия стратегических и оперативных решений.

6. Работа по контракту контролируется профсоюзами, которые создаются в отрасли.

7. При расчете зарплаты не учитывается опыт, важна категория рабочего места.

8. Комплексный контроль качества – делать все с первого раза.

9. Подготовка управленческих кадров может проводиться путем лекций, дискуссий, деловых игр и ролевого тренинга. Другой метод – служебная ротация (перемещение руководителя низового звена из отдела в отдел на срок от месяца до года, ознакомление его со многими сторонами деятельности, что жизненно необходимо для работы на более высоких должностях).

Система обучения менеджменту.

Кроме того, США является страной, в которой в значительной степени менеджменту обучают. Система образования по бизнесу и менеджменту, как и по большинству других специальностей, является в США трехступенчатой (рисунок 1).

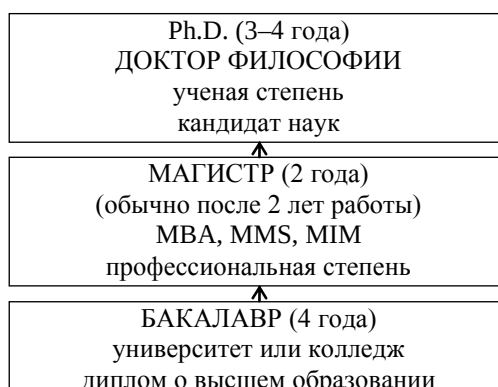


Рисунок 1 – Система образования в США

Недостатками менеджмента США являются среди прочего следующие аспекты:

1. Уменьшение гибкости при изменении заданий, снижение чувства удовлетворённости рабочих, нарастание утомления от монотонности, рост прогулов вследствие чрезмерной специализации труда.

2. Потеря эффективности иерархической организации в тех отраслях промышленности, где ассортимент товаров велик и производственный процесс включает в себя множество стадий.

3. Стремление менеджеров получить сиюминутную выгоду, решить вопрос «быстро».

4. Большое количество уровней управления, рост транзакционных издержек.

Рассмотрим сравнительную характеристику менеджмента США и других стран (таблица 2).

Таблица 2 – Сравнительная характеристика менеджментов стран

Признак	США	Россия	Япония	Швеция	Германия	Франция
Индивидуализм/коллективизм	индивидуализм	преобладает индивидуализм	групповая работа	человеческие ценности важнее денег	индивидуализм	индивидуализм
Мобильность рабочих	легко меняют место работы	договора на определенный срок	система пожизненного найма	низкая текучесть кадров, стабильность	долгосрочное сотрудничество	фактически пожизненный найм
Зависимость заработной платы	от категории рабочего места	от стажа работы и опыта	от стажа работы	политика выравнивания доходов	от стажа работы и опыта	от должности, способностей
Принятие решений	индивидуальное, партисипативное	внешними звеньями управления	согласование на всех уровнях	авторитарная структура управления	согласование на многих уровнях	индивидуальное
Переподготовка кадров	за счет работника	за счет компании	за счет компании	за собственный счет	за счет компании	за свой счет
Контроль качества	«делать все с первого раза»	гибкий контроль качества	кружки качества на каждом уровне	кружки качества	комплексный контроль качества	контроль на властных полномочиях

Богатый опыт американского менеджмента может быть учтен и использован и в российском менеджменте. Очевидно, что за партисипативным управлением компанией будущее, поскольку это дает следующие преимущества: каждый из участников организации получает более глубокое понимание сути своей организации, облегчается процесс обмена внутрифирменной информацией; планы организации становятся личными планами работающих, у каждого из работников появляются новые, ярко выраженные мотивы к эффективному труду, укрепляется командный дух в организации. Можно использовать следующие формы привлечения рабочих к управлению: в области контроля качества продукции на уровне цеха; создание рабочих советов (совместных комитетов) рабочих и управляющих; разработка систем участия в прибыли; привлечение представителей рабочих в советы директоров корпораций. Учитывая, что современная американская модель менеджмента ориентирована на такую организационно-правовую форму предпринимательства, как корпорация (акционерное общество), внедрение предложенного варианта вполне целесообразно.

Список литературы:

1. Сравнительный менеджмент / Под ред. С.Э. Пивоварова. – СПб.: Питер, 2006.
2. История менеджмента: Учебное пособие для вузов. М.И. Лучковский - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
3. Современный менеджмент. А.С. Большаков. – СПб: Питер, 2002.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНДЖЕМЕНТ
Ефимова Ю. Б., студент; Хасанова В.Х., студент
 Томский политехнический университет
 E-mail: treasure2007@sibmail.com
 Научный руководитель: Гвоздев Н.И., доцент.

В современных условиях экологическая обстановка и тенденции ее изменения во многом обусловлены промышленным производством и хозяйственной деятельностью в целом.

Все более очевидной становится необходимость поиска новых подходов к решению экологических проблем промышленного производства, важнейшим из которых в промышленно развитых странах признан экологический менеджмент, т.е. экологически обоснованная система рыночного управления и контроля, экономический механизм рационального использования природных ресурсов и предотвращения загрязнения окружающей среды.

В этой связи, бесконтрольное использование природных ресурсов приводит к разрушительным для общества экономическим, социальным и экологическим последствиям. Поэтому современные предприятия должны постоянно реагировать на изменяющиеся требования охраны окружающей среды и обеспечивать непрерывное совершенствование системы экологического менеджмента. Экологический

менеджмент регулирует предпринимательскую инициативу и производственно-хозяйственную деятельность, ставя их в зависимость от социально-ориентированного общественного развития и необходимости сохранения и улучшения среды обитания.

Существует множество разнообразных представлений об экологическом менеджменте.

Сегодня бытует представление, что экологический менеджмент – это управление, ограниченное потребностями защиты окружающей среды, традиционное, но ограниченное. Наивно думать, что достаточно ввести в управление ограничители в виде нормативов или административных требований, и это будет уже экологический менеджмент.

Существует и такое представление, что экологический менеджмент – это управление природой, т.е. повышение ее способности адаптироваться и противодействовать современному производству, приспособление природы к производству. Надо помочь природе. Однако возникают сомнения в рациональности такого подхода.

Есть и другое представление, что экологический менеджмент – это управление в сфере общественного сознания, культуры, общественных отношений. Нельзя остановить прогресс технологий, и не может производство не иметь отходов, в том числе и опасных. Поэтому только общественные отношения и культура человека, понимание им опасности позволяет нейтрализовать отрицательные последствия современных технологий. В этом случае экологический менеджмент становится проблемой не столько управления, сколько политики.

Концепция экологического менеджмента включает полный комплекс проблем управления, связанных с экологическими процессами как объектом управления.

Необходимость экологического менеджмента определяется не только резким ухудшением экологической обстановки, кризисом окружающей среды, но и закономерными тенденциями развития современного производства, такими как – дифференциация регионального размещения производства; увеличение производственных мощностей по потребностям новых технологий; обострение влияния производства не только на природу региональную, но и общее мировое пространство; разделение стран в мировой экономике на производителей опасных отходов и их поглотителей (концентрация отходов); возникновение политического содержания экологического сознания и мировоззрения; тенденции научно-технического прогресса (биотехнологии, ядерные технологии и пр.).

Концепция экологического менеджмента включает в себя:

- Обоснование возможности и необходимости управления экологическими процессами.
- Определение сферы и объекта управления в экологическом менеджменте – взаимодействие человека и природы.
- Формулирование и реализация цели экологического менеджмента – новое качество существования и жизнедеятельности человека.
- Соответствие масштаба проблемы и масштаба управления. Инфраструктура экологического менеджмента. Взаимодействие и связь транснациональных и региональных проблем экологического менеджмента.
- Функциональное содержание экологического менеджмента.
- Принципы экологического менеджмента.
- Методология и роль науки в экологическом менеджменте.
- Организация экологического менеджмента.
- Системы, механизмы и технологии управления в концепции экологического менеджмента.
- Стратегия и эффективность экологического менеджмента.

Необходимо отметить, что, как и другие направления менеджмента, экологический имеет серию международных стандартов систем экологического менеджмента ИСО 14000.

Данная серия на предприятиях и в компаниях является одной из наиболее значительных международных природоохранных инициатив. Ключевым понятием серии ISO 14000 является понятие системы экологического менеджмента в организации (предприятии или компании). Поэтому центральным документом стандарта считается ISO 14001 – “Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента”.

Одной из наиболее сложных проблем формирования и развития систем экологического менеджмента является мотивация руководства промышленных предприятий и объединений.

Таким образом, в мировой практике при мотивации деятельности предприятий в области экологического менеджмента принято рассматривать следующие преимущества:

- экологическая деятельность начинает соответствовать основным целям руководства предприятия;
- систематически снижаются производственные и эксплуатационные расходы, образуется меньше отходов, теряется меньше энергии и ресурсов, уменьшаются издержки, связанные с воздействием предприятия на окружающую среду;
- повышается конкурентоспособность предприятия на внутреннем и внешнем рынках;
- предприятию легче выполнять требования природоохранительного законодательства;

- банки охотнее инвестируют средства в предприятия с хорошо функционирующей системой экологического менеджмента;
- ряд клиентов предпочитает иметь дело с предприятиями, в которых функционирует система экологического менеджмента;
- создается более благоприятный имидж предприятия среди населения и общественности;
- предприятие получает дополнительные возможности быть признанным на международном уровне и на мировых рынках;
- используются дополнительные возможности предотвращения развития чрезвычайных экологических ситуаций и аварий на предприятии, которые могут привести к существенному загрязнению окружающей среды, финансовым потерям и банкротству.

Важно отметить, что каждая компания должна создать экологическую политику, выработанную на основе целей и задач, которые должны быть основаны на знаниях об экологических аспектах и состоянии системы управления воздействием на окружающую среду ее деятельности с целью выявления негативного воздействия на окружающую среду.

Как уже было сказано, реализация экологической политики будет зависеть от того, какие будут поставлены цели и задачи экологического менеджмента. Целями экологического менеджмента могут быть:

- сокращение количества отходов и экономия ресурсов; снижение или исключение выбросов, сбросов загрязняющих веществ;
- управление уровнем воздействия на окружающую среду сырья и готовой продукции, проектирование изменений с минимальным воздействием на окружающую среду при производстве;
- использование и утилизация производимой продукции;
- формирование экологического сознания среди работников организации и общественности.

Задачи по охране окружающей среды формируют на основе поставленных целей в рамках определенного периода времени. Цели и задачи должны быть установлены для компании в целом или для отдельных подразделений, имеющих свою специфику. Цели и задачи определяют и для соответствующих уровней управления. Экологические цели и задачи должны быть согласованы с общей миссией организации, ее стратегическими планами, ключевыми обязательствами, установленными в экологической политике. Для того, чтобы поставленные цели и задачи были достигнуты, должен быть составлен план действий - программа экологического менеджмента. В ней должны быть установлены пути и механизмы управления в рамках реализации целей и задач экологической политики, определены временные рамки выполнения работ, необходимые ресурсы, ответственные лица за достижение целей и решение поставленных задач в области охраны окружающей среды с учетом определенных приоритетов.

Таким образом, вышеперечисленные цели и задачи являются объективной необходимостью становления экологического менеджмента как основополагающего механизма экологической защиты и предотвращения негативных экологических последствий функционирования предприятий.

Список литературы:

1. Тимофеева, С.С. Экологический менеджмент: учебное пособие / С.С. Тимофеева. – Ростов-на-Дону: Финикс, 2004. – 349 с.
2. Эриашвили, Н.Д., Тунцевский Ю.В, Гучков В.В. Экологическое право: Учеб. для вузов/Под ред. В.В. Гучкова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2000.-415 с.

ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Жарова Т.Ю., студентка; Зеленова Е.С., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: tanushka1320@yandex.ru

Научный руководитель: Косов В.Б.

В XX веке произошла смена трех основных концепций кадрового менеджмента, обусловленная изменениями в экономическом, социальном, техническом развитии общества:

1. До II Мировой войны (начало века) – концепция управления кадрами. Вместо человека как личности рассматривается его трудовая функция;
2. 50-е 60-е гг. - концепция управления персоналом. Работник рассматривается уже не только как личность, но и как субъект трудовых отношений, изменяется роль и место кадровых служб в

организационной структуре управления предприятий.

3. с 80-х гг. по н.в. - концепция управления человеческими ресурсами, рассматривающая знания, способности, умения людей как ключевой ресурс и нематериальные активы организации, обеспечивающие их эффективность и конкурентоспособность.

Человеческие ресурсы – это «живые ресурсы», наделенные сознанием, и результаты их использования носят вероятностный характер. Это означает, что зачастую не представляется возможным оценить заранее, какая именно будет отдача от каждого конкретного человека или рабочей группы. В деятельности человека силен духовный, нематериальный аспект, поэтому к таким ресурсам нужен индивидуальный подход.

На сегодняшний день кадровые функции в зависимости от величины компании выполняются следующими специалистами:

1. В малых фирмах управление персоналом - функция общего руководства;
2. В средних организациях - функции линейных руководителей или небольших функциональных подразделений;
3. В крупных компаниях формируются самостоятельные функциональные службы по управлению человеческими ресурсами.

Сила любой организации, прежде всего в профессионалах, преданных организации. Слабость любой организации - это люди, которые не соответствуют по своим профессиональным данным занимаемому ими посту. Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. Поэтому необходима разработка принципиально новых подходов к приоритету ценностей. Главное внутри организации - работники, а за пределами - потребители продукции.

Для менеджера по управлению персоналом люди - это основной объект деятельности, а главная задача - сформировать новое видение своей организации и вдохновить людей на совместное движение к новой цели как к цели собственной жизни. В связи с этим можно выделить основные психологические требования к менеджеру по персоналу:

- желание и интерес человека заниматься управлением персоналом;
- умение работать с людьми, умение общаться, взаимодействовать, убеждать, влиять на людей (коммуникативные качества);
- гибкость, нестандартность, оригинальность мышления, способность находить нетривиальные решения;
- способность предвидеть будущее развитие событий, предвидеть последствия решений, интуиция;
- высокая профессиональная компетентность и специальная управленческая подготовка.

Главная цель системы управления персоналом - обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития.

Значение человеческого капитала в национальном богатстве разных стран оценивается по-разному. Например, в США этот показатель оценивается в 76%, тогда как в России всего в 50%. Между тем природный капитал в нашей стране занимает самую большую долю среди прочих стран – 40 %. Все это свидетельствует о том, что проблеме управления персоналом в России пока уделяется недостаточно внимания, хотя некоторые компании уже осознали значение и роль кадрового менеджмента для успешной деятельности фирмы.

Рисунок 1. Национальные богатства стран



Развитие персонала - ключевой фактор успеха бизнеса. В настоящее время есть все основания полагать, что основную конкуренцию организации ведут на рынке труда, проигрыш на этом рынке лишает компанию будущего. Привлечение в компанию наиболее профессиональных и зрелых в личностном отношении сотрудников делает ее несокрушимой во времени. Компании систематически развивают и обучают наиболее перспективных из работающих сотрудников, а также ищут

перспективную молодежь и последовательно развивают ее в профессиональном и личностном отношении. Активность российских и транснациональных компаний в этом направлении ощутимо возросла. Компании инвестируют существенные финансовые и временные ресурсы в поиск талантливой молодежи, стремясь найти будущих сотрудников еще на уровне 1 - 2-х курсов высших учебных заведений.

Современные тенденции управления персоналом:

1. Партисипативное управление предполагает широкое привлечение персонала к процессу разработки и принятия управленческих решений, а также учет психоэмоциональных характеристик человека;
2. Формирование рабочих групп (команд). Такие группы (команды) получают задание, ресурсы и принимают самостоятельные решения по организации и его выполнению в установленные сроки;
3. Технократизм связан с использованием в управленческой деятельности технических средств (ПК) и методов, которые изначально использовались для решения инженерно-технических задач (например, метод мозгового штурма);
4. Социотехническое конструирование включает в себя факторы, необходимые для обеспечения нормальных условий деятельности (социальные условия, благоприятный психологический климат);
5. Корпоративная культура – это признанные ценности, убеждения, нормы и формы поведения в организации;
6. Коучинг - это раскрытие потенциала человека с целью максимального повышения его эффективности. Коучинг не учит, а помогает учиться.

Все эти тенденции направлены на развитие персонала, раскрытие потенциала каждой отдельной личности, объединение людей в единую команду для успешной реализации стратегии фирмы. Человек должен ощущать себя ценным и важным работником для своей компании, что увеличивает степень лояльности работника к данной фирме. Выражения «добиться полной отдачи» и «скрытый потенциал» подразумевают, что в человеке заложены значительные возможности, ожидающие своего часа. Менеджер должен думать о потенциале человека, а не о его показателях. Необходимо верить, что люди обладают гораздо большими способностями, чем они обычно проявляют и тогда эффективная деятельность каждого работника не заставит себя ждать. Значение кадрового менеджмента для современного предприятия трудно переоценить, ведь любая организация – это прежде всего люди.

Литература

1. Т.А. Лапина Корпоративная культура: Учебно-методическое пособие. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. - 96 с.
2. Дж. Уитмор Коучинг высокой эффективности. / Пер. с англ. - М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. - 168 с.
3. Управление персоналом: Наглядные учебно-методические материалы. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2006. – 98с.
4. Бычкова А.В. Управление персоналом: Учеб. пособие. – Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2005. – 200 с.
5. Сухов А. «Что Делает Нас Суперэффективными?» // рассылка «Интеллект Инвест Консалтинг», 2008 г.
6. Хрящева Н. Развитие персонала - ключевой фактор успеха бизнеса www.arsenal-hr.ru
Добровинский А.П. Значение трудовых ресурсов в управлении организацией // Лекция PowerPoint. – Томск: ТПУ, 2009 г.

ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА ISO 9001

Жиркеева К.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Kri16@sibmail.com

Научный руководитель: Г.О. Могильницкая, д.э.н., доцент.

Система управления качеством помогает предприятию повысить уровень удовлетворения запросов и ожиданий заказчика и, кроме этого, обеспечивает:

- улучшение производительности и эффективности, что ведет к снижению стоимости продукции, а, следовательно, к увеличению конкурентоспособности;
- улучшение качества продукции или предоставляемой услуги, и таким образом более высокий уровень удовлетворенности клиента;

- улучшение восприятия клиентом имиджа предприятия, торговой марки;
- улучшение взаимосвязей в коллективе – все понимают, что требуется от каждого, и получают моральное удовлетворение от работы;
- конкурентные преимущества и потенциал для увеличения продаж.

Внутренние конкурентные преимущества:

- на предприятии присутствует ПОРЯДОК, необходимый для руководителя. Именно такой порядок при котором, ответственность персонала точно распределена и документирована по всей структуре предприятия, а исполнение делегированных полномочий проверяется автоматически, часто и скрупулезно,
- уменьшение внутренних потерь сырья, материалов, рабочего времени,
- на основе применения статистических методов увеличения объема продаж из того количества сырья и при меньшем количестве труда,
- устранение дублированных потоков информации,
- повышается управляемость персоналом,
- повышается ответственность и дисциплинированность персонала,
- меняется менталитет персонала,
- у руководителя появляется возможность сфокусировать усилия персонала на ключевых процессах: маркетинг, качество производства, увеличение объема продаж,
- обеспечивает имидж руководителю, предприятию, продукции, что очень важно для присутствия на рынке в первых рядах,
- появляется возможность самостоятельно разрабатывать и регистрировать под своим именем документы на новые виды продуктов.

Преимущества действующей на предприятии системы управления качеством этим не исчерпываются. Внутри предприятия и вне его есть **заинтересованные стороны**, каждая со своими потребностями и ожиданиями.

1-я Потребители. Внедрённая система управления качеством предоставляет для них дополнительную уверенность в том, что предприятие способно предоставлять продукцию (услуги) стабильного качества, которая соответствует их требованиям и ожиданиям. Потребители могут быть уверены в предприятии как в надёжном партнере.

2-я сторона - Работники предприятия. Система способствует улучшению условий труда на каждом рабочем месте. В целом – повышает эффективность деятельности всего предприятия, стимулирует материальную заинтересованность в конечных результатах. Работники предприятия уверены в стабильности занятости, гарантии возможности профессионального роста и самосовершенствования, повышении удовлетворенности работой. В этих условиях всегда улучшается социально психологический климат в организации, условия труда и, в итоге – эффективность работы персонала.

3-я сторона - Владельцы/вкладчики. Приобретают уверенность и гарантии в ускоренной окупаемости инвестированных средств, в гарантированном повышении эффективности организации, в увеличении прибыли компании, в увеличении доли на рынке. Такая уверенность обоснована тем, что менеджмент качеством деятельности персонала предприятия осуществляется так же и по тем же, правилам, что, и во всем индустриально развитом мире.

4-я сторона - Поставщики и партнеры. Им надёжней и спокойней иметь дело с предприятием, самостоятельно провозгласившим принцип уважительного отношения к партнёрам.

5-я сторона – Общество в целом. Среда, в которой функционирует предприятие и на которую его продукция оказывают воздействие, рассматривает его:

- как пример ведения дела со всеми группами клиентов, как пример взаимоотношений между руководством предприятия и его сотрудниками;
- как предприятие, соблюдающее высокие нормы поведения – юридические, этические, моральные;
- как предприятие, сотрудничающее с деловыми и общественными формированиями.

Кроме всего вышеперечисленного внедрённая и сертифицированная системы управления качеством даёт следующие преимущества для предприятия:

- облегчает выход на внешние рынки, увеличивает шанс получить заказ от покупателей из других стран и продать там свою продукцию по более высоким ценам;
- если предприятие сертифицировало систему управления качеством то можно получить сертификат на всю продукцию, выпускаемую предприятием на срок до 5 лет;
- признание на рынке, в том числе на международном;
- предоставляет возможность участия в тендерах;
- повышает доверие потребителей продукции.

Список литературы:

1. Кондо Ё. VI Всемирный конгресс по всеобщему управлению качеством / Материалы конференции, т. 1, Санкт-Петербург, июнь 2001.
2. Адлер Ю.П. Анатомия организации с точки зрения физиологии//Стандарты и качество. – 2001. - №2.

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В НЕФТЕГАЗОВУЮ ОТРАСЛЬ

Зеленова Е. С. студент, Жарова Т.Ю., студент

Томский Политехнический университет

E-mail: jois1331@yandex.ru

Научный руководитель: Косов В. Б., старший преподаватель

Россия является одной из крупнейших в мире минерально-сырьевых держав, что гарантирует экономическую и энергетическую безопасность страны, удовлетворение текущих и перспективных потребностей экономики в углеводородном сырье. В течение прошедших десятилетий нефтегазовый комплекс (НТК) в основном обеспечивал потребности страны в нефти и газе, сохранив тем самым энергетическую независимость России. Предприятия НТК в результате проведенных структурных преобразований, либерализации и приватизации в значительной мере адаптировались к рыночным методам хозяйствования. В последние годы финансовые результаты предприятий НТК существенно улучшились в основном за счет роста цен на энергоносители.

На сегодняшний день нефтегазовая промышленность на долгие годы обеспечена разведанными запасами нефти и газа. Однако в целях обеспечения энергоресурсами будущих поколений необходимо, чтобы ежегодный прирост разведанных запасов не отставал от объемов прироста добычи углеводородного сырья. Очевидно, что рост добычи нефти и газа в стране и соответствующее развитие геолого-разведочных работ требуют и роста инвестиций. Новые регионы характеризуются гораздо худшими природно-климатическими и горно-геологическими условиями, нежели освоенные, а у большинства российских нефтегазовых компаний нет стимула вкладывать деньги в геологоразведку, поэтому сейчас многие из них работают на старой ресурсной базе, не развивая ее. Меры государственного стимулирования развития НТК, сформированные в Энергетической стратегии России, принимаются недостаточно оперативно. Основным инструментом, с помощью которого государство может стимулировать инвестиции не только в увеличение добычи, но и в модернизацию процессов нефтедобычи и нефтепереработки является система налогового льготирования. Налоговые льготы увеличивают экономические возможности предприятий, выравнивают условия деятельности, расширяют сферу производственного инвестирования и тем самым создают благоприятные условия для его дальнейшего роста, а также влияют на отраслевую и территориальную структуру, развитие инфраструктуры и как следствие — позволяют расширить базу налогообложения в будущем.

Действующая система налогообложения в отрасли недостаточно эффективна. Она проста в администрировании, но не чувствительна к изменению макроэкономической конъюнктуры и условий добычи, поэтому зачастую препятствует реализации стратегически важных для государства инвестиционных проектов, в том числе связанных с освоением новых территорий, требующих значительных капиталовложений. В России до настоящего времени не завершен процесс создания налоговой системы, которая позволяла бы одновременно обеспечивать не только финансовые потребности государства, но и стимулировать инвестиционную активность промышленных предприятий и отдельных регионов, а также изменить характер и качество работы налоговых органов. По данным авторитетных аналитических агентств, нефти и газа в России по-прежнему много, однако затраты на разработку труднодоступных месторождений сегодня вдвое больше, чем десять лет назад. Вместе с тем, геологи предполагают, что большая часть новых ресурсов нефти и газа будет обнаружена в арктических районах, а нефтегазодобыча будет неуклонно смещаться в сторону запасов, скрытых толщей Мирового океана. В этой ситуации Россия может сохранить свои лидерские позиции, так как обладает самым протяженным шельфом, 85 % которого приходится на Арктику.

Следует отметить, что прогноз развития предприятий НГК базируется, прежде всего, на анализе возможностей их сырьевой базы и степени изношенности основных фондов. И то и другое сейчас находится в крайне неудовлетворительном состоянии и требует резкого увеличения инвестиционной активности предприятий НГК. Вот уже более десяти лет Россия извлекает из недр нефти и газа больше, чем прирастают их запасы в результате поисковых и геолого-разведочных работ. Однако за 2006–2007 гг. никаких кардинальных мер по увеличению прироста запасов не осуществлялось. Приросты разведанных

запасов нефти и газа получены не столько за счет поисково-разведочного и эксплуатационного бурения, сколько за счет переоценки этих запасов.

По некоторым оценкам, предприятиям нефтегазодобывающей отрасли потребуется около \$650–700 млрд инвестиций в ближайшие 20 лет. Такое финансирование не может быть обеспечено самими нефтяными и газовыми компаниями; из собственных средств они смогут профинансировать не более \$450–500 млрд. Остальные средства придется привлекать на финансовых рынках. Таким образом, в ближайшие 20 лет российским компаниям для финансирования своих программ развития нужно привлечь от \$150 млрд до \$200 млрд из сторонних источников. Будущий рост добычи нефти в России будет связан с вовлечением в промышленную разработку трех новых нефтегазоносных провинций: Тимано-Печора, северная часть Каспийского моря и проекты на Сахалинском шельфе. Инвестиции в развитие Тимано-Печоры оцениваются \$8–10 млрд до 2020 года, что позволит в течение 20 лет прирастить около 700–800 млн тонн запасов нефти и 50–60 млрд м³ газа. Ожидается, что к 2020 году ежегодный прирост добычи нефти вырастет до 30 млн тонн по сравнению с 13 млн тонн в 2000 году. Каспийские проекты до 2020 года потребуют \$7–10 млрд инвестиций. Перспективные запасы углеводородов региона оцениваются в 2,0–2,5 млрд тонн. Добыча нефти на севере Каспия по прогнозам вырастет до 20–25 млн тонн нефти в год к 2010 году.

Инвестиции в Дальневосточные проекты составят \$50–60 млрд до 2020 года. Перспективные запасы углеводородов на Дальнем Востоке достигают 50 млрд тонн условного топлива. Добыча нефти в регионе может достичь 45–50 млн тонн к 2020 году. Неблагополучная ситуация в газовой отрасли России также требует привлечения массивных инвестиций. Дефицит инвестиций в газовую промышленность за 1998–2000 годы составил порядка \$14,5 млрд, что привело в 2000 году к снижению добычи газа предприятиями «Газпрома» более чем на 22 млрд м³ по сравнению с 1999 годом. Для преодоления падения добычи в газовой отрасли и достижения заданных правительством показателей, «Газпрому» потребуется привлечь до 2020 года на сторонних рынках \$50–60 млрд и примерно столько же вложить собственных средств.

Неудовлетворительное состояние технической базы российской нефтегазовой отрасли также потребует проведения масштабной модернизации оборудования. Средний коэффициент износа оборудования по отрасли достигает 70%. По отдельным предприятиям коэффициент износа оборудования по отрасли достигает 80%. По самым скромным оценкам, на цели технического переоснащения отрасли потребуется от \$20 млрд до 40 млрд до 2020 года. Стратегия развития в области энергетики также предполагает 30%-ный рост объемов переработки нефти до 220–225 млн тонн к 2020 году, что требует кардинальной модернизации российских нефтеперерабатывающих активов.

Ужесточение Европейским сообществом экологических требований к импортируемым нефтепродуктам приведет к резкому сокращению экспортных возможностей российских НПЗ. Для НПЗ, расположенных в Европейской части России, экспортные операции с нефтепродуктами приносят на \$25–35 за тонну больше чистой прибыли, чем операции на российском рынке. Программа модернизации российских НПЗ для доведения качества выпускаемых нефтепродуктов до требуемого уровня оценивается в \$15–17 млрд. В 2001 году инвестиции в нефтегазовую отрасль могут составить \$10–12 млрд, из которых около 90% – собственные средства нефтяных компаний. Развитие за счет собственных средств – не лучший способ развития компании в условиях нормальной экономики, оно должно осуществляться за счет заемных средств. Собственные же средства должны идти на рост благосостояния акционеров.

Таким образом, содержание основных проблем и задач развития НГК России свидетельствует о необходимости привлечения значительных инвестиций, и прежде всего – в разведку и разработку новых месторождений, а также обновление технико-технологической базы предприятий НГК. Такая инвестиционная ориентация потребует принципиальных изменений в инвестиционной политике предприятий НГК, направленных как на пересмотр структуры инвестиционных вложений, так и на развитие тех составляющих инвестиционной деятельности, которые обеспечивают дальнейшее устойчивое развитие предприятий НГК.

Список литературы:

1. Грайфер В.И., Галустянц В.А., Методология и практика управления инновационной деятельностью. – М.: Нефть и газ", 2007. – 350 с.
2. Милов В.К. Может ли Россия стать энергетической сверхдержавой? // Вопросы экономики. – 2007. – №10.
3. Фанин П.Н., Костюк О.Д. Инвестиции как важнейший инструмент развития отрасли // Нефтегазовая вертикаль. – 2008. – № 4.
4. Проект Нефтегаз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nge.ru

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ

Зуева А.С., аспирант

Уфимский государственный нефтяной технический университет

annazzzu@mail.ru

Научный руководитель: Халикова М. А., к.э.н., доцент

Интерес к оценке экономического потенциала нефтегазовых компаний значительно усиливается со стороны почти всех участников рыночных отношений, так как на ее основе определяется уровень эффективности деятельности нефтегазовых компаний. Прежде чем переходить непосредственно к оценке экономического потенциала нефтегазовой компании, необходимо определить понятия «потенциал» и «экономический потенциал». Существует множество трактовок понятия «потенциал», однако наиболее полно сущность потенциала приведена в Большой Советской Энциклопедии, согласно которой он представляет собой совокупность средств, запасов, источников, имеющихся в наличии, которые могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения цели. При этом потенциал нефтегазовой компании в отличие от используемых ресурсов компании неотделим от субъектов предпринимательской деятельности. Согласно экономическому словарю, под экономическим потенциалом понимается совокупная способность компании осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления.

Анализ публикаций по проблеме оценки экономического потенциала нефтегазовых компаний выявляет недостаточную изученность последней на уровне нефтегазовой компании. При оценке экономического потенциала нефтегазовой компании и эффективности его использования необходимо четко представлять элементы экономического потенциала, их основные характеристики, их соотношение и использование в процессе производства. Экономический потенциал нефтегазовой компании, по мнению В.В. Ковалева, складывается из двух функциональных составляющих: производственного и финансового потенциалов, - каждый из которых характеризуется набором частных показателей.

Анализ работ различных авторов по вопросу оценки экономического потенциала выявил следующие методы: бальный и стоимостной, - первый из которых имеет две разновидности. Суть одного из разновидностей бального метода оценки экономического потенциала нефтегазовой компании выражается в следующей последовательности:

1. Находятся наилучшие значения частных показателей по функциональным составляющим экономического потенциала за рассматриваемый период;
2. Рассчитывается отношение частного показателя i -го года к наилучшему значению;
3. Определяется средняя величина среди полученных значений (простая средняя либо средневзвешенная).

Главным недостатком данного метода является сравнение полученных показателей с максимально достигнутым за рассматриваемый период уровнем использования экономического потенциала, а не с оптимальным.

Вторая разновидность бального метода основывается на том, что для определения общего уровня экономического потенциала нефтегазовой компании каждое значение показателя оценивается по бальной шкале: присваивается максимально установленный балл, если значение уровня показателя экономического потенциала высокое; минимально установленный балл, если значение низкое и промежуточный балл, если значение среднее. Далее производится суммирование полученных баллов и выводится общий уровень экономического потенциала.

Стоимостной метод оценки экономического потенциала также заключается в выделении производственного и финансового потенциала компании. В данном случае производственный потенциал оценивается по формуле:

$$П_n = C_{опф} * (1 - I_ф) * K_a * \Phi \quad (1)$$

где $П_n$ - производственный потенциал компании;

$C_{опф}$ - стоимость основных производственных фондов;

$I_ф$ - коэффициент износа основных производственных фондов;

K_a - доля активной части основных фондов;

Φ - фондоотдача основных фондов.

Финансовый потенциал оценивается по формуле:

$$P_{\phi} = P_{\phi} * (K_o * K_o + (1 - K_o) * \Phi) \quad (2)$$

где P_{ϕ} - финансовый потенциал компании;

P_{ϕ} - реальные финансовые ресурсы компании;

K_o - доля финансовых ресурсов, инвестируемых в оборотный капитал;

K_o - доля собственных оборотных активов в оборотных активах.

Четвертый метод заключается в оценке экономического потенциала нефтегазовой компании с помощью экономической добавленной стоимости (EVA), расчет которой производится по формуле:

$$EVA = NOPAT * (1 - H_{np}) - WACC * CE \quad (3)$$

где NOPAT – чистая операционная прибыль после уплаты налогов, млн. руб.;

Hпр – ставка налога на прибыль, доли единиц;

WACC - средневзвешенная стоимость капитала, доли единиц;

CE - сумма всех активов, которыми управляет нефтегазовая компания, млн. руб.

Концепция экономической добавленной стоимости основывается на тех же принципах, которые применяются при традиционном NPV анализе. Однако с помощью EVA можно оценить эффективность инвестиционных решений в рамках всей компании, тогда как показатель NPV в большей степени применим для оценки инвестиционной привлекательности отдельных проектов. Таким образом, использование показателя EVA способствует повышению качества оценки экономического потенциала нефтегазовых компаний.[3]

Данное исследование проведено на примере ОАО «Лукойл», одной из лидирующих нефтегазовых компаний Российской Федерации. Результаты оценки экономического потенциала компании рассмотренными методами представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты оценки экономического потенциала ОАО «Лукойл» [1,2]

Метод оценки экономического потенциала	Уровень использования экономического потенциала по годам							
	2003		2004		2005		2006	
	Производственный	Финансовый	Производственный	Финансовый	Производственный	Финансовый	Производственный	Финансовый
1.Первый вариант бального метода, %	80,8 Высокий	81,0 Высокий	87,1 Высокий	91,5 Высокий	86,4 Высокий	83,3 Высокий	90,2 Высокий	83,1 Высокий
2.Второй вариант бального метода, балл	9,4 Высокий	7,2 Средний	7,4 Высокий	8,0 Высокий	8,3 Высокий	8,0 Высокий	8,9 Высокий	7,83 Средний
3.Стоимостной, млн. руб.	247469	159600	349337	360542	450508	536271	533193	659515
4.EVA по РСБУ, млн. руб.	26400,7		53507,3		36601,13		41869,7	
EVA по US GAAP, млн. руб.	2128,9		10576,4		69026,3		101351,0	

Как видно из таблицы 1, показатель EVA ОАО «Лукойл» по US GAAP имеет ярко выраженную тенденцию роста в отличие от показателя EVA по РСБУ. Разнонаправленные тенденции в оценке EVA по российским и американским стандартам финансовой отчетности объясняются различным порядком отражения запасов: некоторые виды активов, включающиеся в состав запасов по РСБУ, не могут быть признаны в качестве запасов по US GAAP.

Таким образом, все вышеперечисленные методы оценки экономического потенциала имеют свои преимущества и недостатки, однако применение каждого из них способствует поиску резервов повышения эффективности деятельности российских компаний.

Список литературы:

1. В.В. Ковалев Курс финансового менеджмента: учеб.-М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.-448 с.
2. Сосненко Л.С. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. Краткий курс: учебное пособие/Л.С. Сосненко, А.Ф. Черненко, Е.Н. Свиридова, И.Н. Кивелиус. - М.: КНОРУС, 2007.-344 с.
3. www.cfin.ru

МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРА, НЕОБХОДИМЫХ ЕМУ В ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СИТУАЦИИ

Ислямов И.Ш., студент; Васильев А.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: filds@sibmail.com

Научный руководитель: Древаль А.Н., к.э.н., доцент

Менеджер – это член организации, осуществляющий управленческую деятельность и решающий управленческие задачи. С полной ответственностью можно утверждать, что менеджеры являются ключевыми людьми в организации. Однако не все менеджеры играют одинаковую роль в организации, и не все менеджеры занимают одинаковую позицию в организации. Задачи, решаемые различными менеджерами, далеко не одинаковы и, наконец, функции, выполняющиеся определенными менеджерами, тоже не идентичны. Это связано с тем, что в организации существует иерархия, в ней выполняются различные функции, с тем, что существуют различные виды управленческой деятельности.

Организация не может существовать без менеджеров, и для этого существует ряд причин:

- Менеджеры обеспечивают выполнение организацией ее основного предназначения;
- Менеджеры проектируют и устанавливают взаимодействие между отдельными операциями и действиями, выполняемыми в организации;
- Менеджеры разрабатывают стратегии поведения организации в изменяющемся окружении;
- Менеджеры обеспечивают служение организации интересам тех лиц и учреждений, которые контролируют организацию;
- Менеджеры являются основным информационным звеном связи организации с окружением;
- Менеджеры несут формальную ответственность за результаты деятельности организации;
- Менеджеры официально представляют организацию в церемониальных мероприятиях.

На основе проделанной работы можно выделить качества, которые должны быть присущи менеджеру:

1. стремление вперед;
2. креативность;
3. целеустремленность;
4. бунтарство;
5. рисковость;
6. убежденность;
7. азартность;
8. страстность;
9. нетерпимость;
10. харизма;
11. интуиция;
12. уверенность;
13. деспотичность;
14. осторожность;
15. сосредоточенность;
16. упорство;

Причем по нашему мнению каждый менеджер должен уметь использовать те или иные качества в конкурентной борьбе по своему усмотрению. Каждая конкретная ситуация должна определять: какие качества требуются менеджеру, и какие качества он должен использовать, то есть в каждой ситуации существуют качества которые нужны, и есть те, которые мешают. Тогда возникает закономерный вопрос, как определить, какими качествами должен обладать менеджер в той или иной ситуации. В данной работе мы предлагаем ввести матрицу качеств менеджера для каждой стадии развития фирмы, а затем использовать интегральный показатель для определения качеств, которые нужны фирме в определенной ситуации. Данную матрицу будем называть матрицей лидерства.

Для того чтобы менеджеру правильно оценить ситуацию, ему необходимо иметь качества, которые помогут ему принять нужное решение. Каждая стадия развития фирмы требует от менеджера определенных качеств. Существуют четыре стадии развития фирмы: создание, развитие, зрелость, упадок. Каждой стадии присущи свои цели и задачи, поэтому сформируем четыре матрицы качеств, называемых матрицами лидерства, для каждой отдельной ситуации. Таким образом, мы получаем набор матриц, элементами которых являются личностные качества, которые соответствуют качествам идеального менеджера, выделенных нами.

Стадия кризиса: (матрица В)

Интуиция	Уверенность	Нетерпимость	Харизма
Сосредоточенность	Упорство	Деспотичность	Осторожность
Бунтарство	Рисковость	Стремление вперед	Целеустремленность
Азартность	Страстность	Убежденность	Креативность

Стадия зрелости: (матрица А)

Стремление вперед	Целеустремленность	Бунтарство	Рисковость
Убежденность	Креативность	Азартность	Страстность
Нетерпимость	Харизма	Интуиция	Уверенность
Деспотичность	Осторожность	Сосредоточенность	Упорство

Стадия создания: (матрица С)

Бунтарство	Рисковость	Стремление вперед	Целеустремленность
Азартность	Страстность	Убежденность	Креативность
Интуиция	Уверенность	Нетерпимость	Харизма
Сосредоточенность	Упорство	Деспотичность	Осторожность

Стадия развития: (матрица D)

Нетерпимость	Харизма	Интуиция	Уверенность
Деспотичность	Осторожность	Сосредоточенность	Упорство
Стремление вперед	Целеустремленность	Бунтарство	Рисковость
Убежденность	Креативность	Азартность	Страстность

Для перехода от стадии к стадии будем использовать метод отображений. Для получения матрицы «кризиса» необходимо зеркально отобразить крайние квадраты по диагонали, для получения матрицы «роста» надо отобразить матрицу «создания» зеркально по диагонали, матрицу «зрелости» получаем из матрицы «роста» отображением по горизонтали, а затем матрицу упадка из матрицы «зрелости» путем диагонального отображения. Получаем ряд:

$C(fd) \rightarrow D(fg) \rightarrow A(fd) \rightarrow B(fv) \rightarrow D(fg) \rightarrow A(fd) \rightarrow B(fv) \rightarrow D(fg) \rightarrow A(fd) \rightarrow B(fv) \dots$

Определяющим в каждой матрице является центральный квадрат, он отвечает за основные

качества, которые нужны фирме на определенном участке развития. (2*2)

Интегральный показатель можно применять для всех 16 качеств, но мы возьмем только эти 4 центральных и покажем на них, как выполнять расчет. А затем уже его можно распространить и для всех.

Возьмем стадию зрелости.

Создадим таблицу, в первую колонку впишем качества, во вторую степень важности, в третью — влияние на организацию, а в четвертую — интегральный показатель, который считается как произведение значений из второй и третьей колонок, а затем вычисляем среднее значение интегральных показателей качеств, которые стоят на одной диагонали. Каждому качеству приписываем значения 0,5; 1; 1,5; 2 — в колонки 2 и 3.

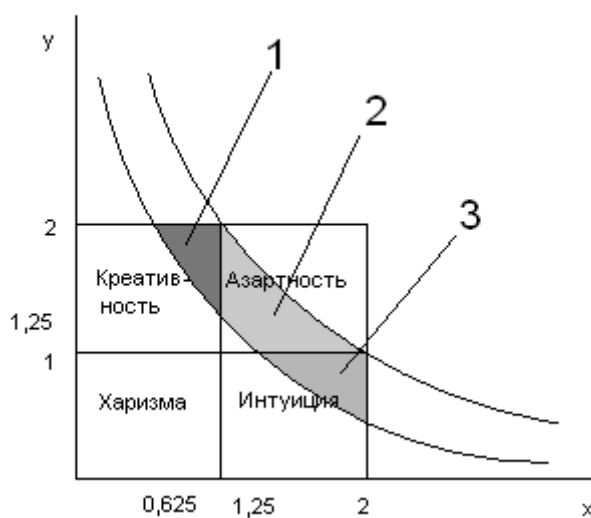
Качество	Степень важности	Необходимость для фирмы	Интегральный показатель
Креативность	2	1	2
Азартность	0,5	0,5	0,25
Харизма	1,5	1,5	2,25
Интуиция	1	2	2

Затем строится график функций - гипербол, в числителе которой стоит среднее значение интегральных показателей, а в знаменателе переменная. Нашу матрицу помещаем в начало координат, пересечение линий столбцов и строк матрицы с осями координат есть координаты 1, 2. Наносим графики гипербол. После этого считаем площадь и нормируем ее на 2, так как площадь квадрата 2. В итоге получаем процент, который должно занимать качество в характере менеджера. Для примера разберем рассмотренный выше случай.

$F(x) = \frac{C}{x}$, где C — это среднее интегральных показателей качеств, стоящих на одной диагонали.
 $C1 = \frac{2+2}{2} = 2$, $C2 = \frac{0,25+2,25}{2} = 1,25$. Получаем две функции:

$F1(x) = \frac{2}{x}$, $F2(x) = \frac{1,25}{x}$. Строим графики этих функций:

Креативность	Азартность
Харизма	Интуиция



Возьмем площади, которые заштрихованы полученными кривыми, и вычислим их значения.

$$S1 = \int_{0,625}^1 \left(2 - \frac{2}{x}\right) dx = 0,25$$

$$S2 = \int_1^2 \left(\frac{2}{x} - 1 \right) dx - \int_1^{1,25} \left(\frac{1,25}{x} - 1 \right) dx = 0,4$$

$$S3 = \int_{1,25}^2 \left(1 - \frac{1,25}{x} \right) dx = 0,125$$

Найдем сумму площадей и отнормируем на эту площадь полученные значения и выразим их в процентах:

$$S = S1 + S2 + S3 = 0,775$$

$$D1 = \frac{0,25}{0,775} \times 100 = 32\%$$

$$D2 = \frac{0,4}{0,775} \times 100 = 52\%$$

$$D3 = \frac{0,125}{0,775} \times 100 = 16\%$$

В соответствии с полученными цифрами, фирме при анкетировании кандидатов на роль менеджеров в стадии зрелости с набором заданных параметров, указанных в таблице, необходимо искать человека, в характере которого должны присутствовать креативность, азартность и интуиция в пропорциях вычисленных выше. В данном случае харизма не является определяющим параметром. Так как расчет показал, что в окончательный ответ она не входит. Таким образом, был получен метод для вычисления процентных соотношений качеств в характере менеджера.

Идеальный менеджер должен обладать теми 16 внутренними качествами, которые были перечислены выше. Он должен уметь использовать те из них, которые требует каждая конкретная ситуация, и сдерживать те, которые в данной ситуации являются помехой.

Власть такого менеджера должна базироваться на харизме, то есть на идеальном типе власти. Он должен быть менеджером-лидером, умеющим использовать свои сильные и слабые стороны, который даже время превращает в конкурентное преимущество.

Список литературы:

1. Исследовательская функция в деятельности менеджера. / Р. Мартин // Проблемы теории и практики управления: Международный журнал. – М., 2003. - №1. – с. 112-116. – (Менеджмент и маркетинг)
2. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник / О.С.Виханский, А.И.Наумов. – М.: Издательство МГУ, 1995. – 416с.
3. Основопологающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики: перевод с английского / Дж. У. Дункан. – М.: Дело, 1996. – 272с.
4. Психология руководства: учебное пособие для вузов / Д.Я.Райгородский. – Самара: Бахрах – М., 2005. – 768с.
5. Прикладная социология и менеджмент: учебное пособие / А.И.Кравченко. – М.: Издательство МГУ, 1995.
6. Человеческая природа и социальный порядок: перевод с английского / Р.Х.Холл, СПб.: Санкт – Петербург, 2005. – 138с.

УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ

Калинина М.М., студент

Томский политехнический университет

E-mail: marinatomsk@bk.ru

Научный руководитель: Криницына З.В., доцент.

Главным богатством любой компании являются люди, которые там работают. Именно они служат и основной движущей силой бизнеса, ведь их знания и опыт сегодня являются одним из наиболее ключевых конкурентных преимуществ. Соответственно, в корне меняется и работа департаментов по управлению персоналом. Если раньше они преимущественно выполняли функции учета, то сегодня эти подразделения постепенно преобразуются в мощный инструмент управления человеческим капиталом,

который широко использует возможности информационных технологий в поиске и мотивации персонала, поддержке и стимулировании корпоративной культуры и управлении талантами.

Управление талантами – это профессиональный термин, ставший популярным с конца 90-х, когда высокотехнологичные компании начали вести «войну за таланты». Управление талантами сегодня является одной из первоочередных задач современной организации. Как определить и найти «нужных» людей, как их мотивировать и удерживать, как избежать рисков, связанных с их уходом, как развивать их и строить их карьеру, как создать соответствующую корпоративную культуру?

Все более жесткие условия конкуренции диктуют новые правила, согласно которым достижение успеха возможно только благодаря сотрудникам самого крупного калибра. Эффективные схемы управления талантами способны помочь в достижении успеха благодаря тому, что они влияют на многие процессы, такие как подбор персонала, развитие и удержание сотрудников, а также синхронизация стремлений каждого сотрудника в отдельности с общими стратегическими целями организации в целом.

В последнее время при проведении оценки стоимости компании все больше экспертов в числе ключевых показателей упоминают такой элемент, как «отлаженная система управления талантами» (наряду, например, с финансовыми и маркетинговыми показателями). Этот факт говорит о растущей ценности профессионального подхода к управлению наиболее перспективными сотрудниками.

В деловом значении управление талантами захватывает достаточно широкую область. Это не столько внедрение какой-либо системы или процедуры в компании, сколько изменение установки по отношению к персоналу. Это переход от идеологии равенства к идее дифференциации. Отношение работодателя к сотрудникам должно перестать быть одинаковым. Действительно, в условиях жесткой войны за талантливых топ-менеджеров и высококлассных специалистов на сегодняшнем рынке труда просто не имеет смысла вкладывать деньги в тех, кто дает минимальную отдачу на вложенный капитал. Управление талантами подразумевает, что компания уделяет максимум внимания лучшим вместо того, чтобы бороться за высокую лояльность всего персонала компании.

Управление талантами включает в себя:

1. Систему привлечения и развития новых, перспективных и высококвалифицированных сотрудников, которая состоит из найма на работу, быстрой адаптации и гармоничного включения новичков в корпоративную культуру организации.

2. Систему удержания и развития сотрудников в компании. Компании, которые используют управление талантами, имеют продуманную стратегию в том, как они привлекают, отбирают, обучают, развивают, а также продвигают и перемещают сотрудников в организации. Кроме этого, в этом подходе имеет большое значение, как в компании ведется работа на индивидуальном уровне (управление личной эффективностью).

Так как это направление очень молодое, можно столкнуться с разными интерпретациями термина «управление талантами»: для кого-то это специфика работы с особо одаренными индивидуумами, для кого-то это более демократичное понимание, основанное на убеждении, что все люди обладают талантами, нужно только создать адекватную систему выявления способностей и дальнейшего их развития. Но, несомненно, то, что оба фактора и индивидуум и система, в которой он находится, имеют значение.

Таланты – это важный ресурс не только потому, что их мало, но и потому, что они особенно ценные. Кто же на самом деле становится будущими «звездами»? Данный процесс подразумевает ответы на два вопроса:

- Будет ли этот сотрудник эффективен в будущем?
- Хочет ли он этого сам?

При построении процедуры управления талантами важно учитывать не только текущий уровень компетентности и результативности человека, но и его потенциал, так как один из признаков таланта – способность расти и развиваться. В основе интегральной оценки потенциала может лежать несколько параметров: мотивация достижений, открытость новому и гибкость, интеллектуальный уровень, эмоциональный интеллект. При выделении высокопотенциальных сотрудников компании стремятся уйти от субъективизма, привлекая независимых экспертов. Так, например, был разработан метод «барьерометрии» – намеренное создание препятствий для выполнения поставленной задачи с целью отсеять тех, кто не готов преодолевать трудности. Последнее является составляющей мотивации достижения и во многом определяет перспективы роста сотрудника.

Эпоху, когда решение о найме того или иного претендента оставалось лишь за владельцем компании, сменила эпоха кандидатов – теперь именно они выбирают работодателей и диктуют свои правила. Ведя борьбу за таланты, нельзя забывать о важной особенности. Талант – явление, которое не может долго находиться в резерве, ему необходимо постоянно развиваться, проявлять себя здесь и сейчас, иметь возможность принимать решения. Звезды-профессионалы приходят на работу в компанию со своими ожиданиями: прочное положение организации на рынке, прозрачность внутренних бизнес-процессов и перспективы самореализации (наличие которых, зачастую оказывается важнее финансовых

условий). Однако далеко не все структуры, работающие на российском рынке, могут соответствовать таким ожиданиям.

Победа в войне за таланты начинается с талантливое управления персоналом. При этом попытка возложить решение этой задачи на одного директора по управлению персоналом обречена на провал, просто потому, что он попадет в совершенно не готовое для этого окружение. На практике же в России специалисты по управлению персоналом зачастую играют незначительную роль во взаимодействии работодателя и работника. В результате возникает треугольник недопонимания: акционер - менеджер по персоналу - талантливый сотрудник. Главная задача менеджера по управлению персоналом - обеспечение эффективного взаимодействия двух сторон и пропаганда значимости политики управления персоналом. Успех компании зависит не только от способности менеджера найти талант - куда сложнее его удержать. Очень важно развивать профессиональные качества и максимально задействовать потенциал работающих в компании перспективных сотрудников. Наиболее эффективной стратегией привлечения и удержания талантливых руководителей и специалистов является формирование четко структурированной системы развития талантов. Очень важно при этом четко понимать и задавать критерии исполнения работы, профессиональные требования к талантливым сотрудникам, фокусироваться на отборе руководителей и специалистов с высокими показателями обучаемости, ориентированных на быстрое развитие новых компетенций.

Два основных вопроса, которые приходится решать компаниям при внедрении программ управления талантами – вопросы процедур отбора и методов подготовки высокопотенциальных руководителей и специалистов. Как показывают результаты исследований, наиболее распространенными методиками отбора талантливых сотрудников в большинстве компаний выступают: центры оценки, интервью с опытными успешными руководителями, экспертная оценка исполнения деятельности. Немаловажными критериями оценки является: проявленность лидерских черт, приверженность ценностям и целям компании. Среди наиболее эффективных методов развития талантливых руководителей и специалистов являются: самостоятельная реализация управленческих проектов, стажировки, тренинговые занятия и коучинг. Специалисты называют в качестве лучшей практики развития талантов "международный путь построения карьеры", предполагающий 2-3 годичные международные проекты или стажировки. Такая практика позволяет познакомить будущих руководителей с различными подходами к управлению, варьировать поставленные перед ними задачи, формирует способность легко адаптироваться к новым ситуациям и выдерживать стрессовые нагрузки.

В настоящий момент управление талантами в большинстве российских компаний остается на низком уровне. Этому или уделяется слишком мало внимания или не делается ничего: считается, что непосредственный начальник может определить уровень компетентности подчиненного и повысить его, когда тот достигнет нужного уровня. На деле же все сводится к личным отношениям между начальством и подчиненными. Вдобавок такая система не выявляет качеств, бесполезных на низших должностях, вроде стратегического мышления. Разочарованный подчиненные увольняются, а компания лишится раз загружает свой отдел управления персоналом поиском новых сотрудников.

Список литературы:

1. Рудницкий Г. Управление талантами/ <http://www.ibusiness.ru>
2. Фуколова Ю. Топ-кадр/ <http://www.hr-portal.ru>
3. Управление талантами/ <http://www.lifecoach.ru/> АНО «Академия Life - коучинга»
4. Управление талантами – в числе главных приоритетов большинства компаний/ <http://www.hrm.ru>
5. Управление талантами на пике популярности/ <http://www.hr.pass.ru> Консультационная компания ПАКК
6. <http://www.fabricatalantov.ru>

МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕЛЯМ (МВО): ХАРАКТЕРИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Каммер И.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: leon75@sibmail.com

Научный руководитель: Гвоздев Н.И., к.э.н., доцент кафедры менеджмента ТПУ.

Метод управления по целям МВО (management by objectives) является одной из классических управленческих концепций. Основоположником данной концепции является Питер Ф. Друкер. Широкое распространение целевое управление получило уже в 60-е гг. XX века. Но в настоящее время в России и за рубежом вновь наблюдается неподдельный интерес к данной концепции. Данный факт обусловлен рядом причин. Глобализация мировой экономики неизбежно сопровождается изменчивостью экономической среды, повышением динамичности бизнеса, усилением конкуренции. В условиях российских реалий говорить об экономической изменчивости практически не приходится, - речь идет скорее об экономической нестабильности. Бюрократизм, доставшийся российским предприятиям в наследство от административно-командной экономики, является стоп-краном на пути повышения эффективности бизнеса, тормозит принятие решений, снижает гибкость предприятий; управление отстранено от реалий бизнеса, осуществляется скорее по инерции, нежели по реальным результатам деятельности. Единственный выход — то самое управление, основанное на партнерстве, при котором делегирование полномочий и ответственности сочетается с ориентацией на достижение главных целей компании. Такое управление и обеспечивается посредством внедрения МВО или GOAL-технологии.

Основной принцип МВО заключается в обеспечении того, чтобы все сотрудники организации ясно понимали цели или задачи организации, а также знали свою роль и ответственность за достижение поставленных целей. В процессе управления по целям работник и руководитель определяют конкретные цели, которые должны быть достигнуты работником по истечении оговоренного периода. Эффективно разработанные цели компании представляют собой иерархическую структуру: достижение целей низшего уровня позволяет достичь целей более высокого уровня. Такая система называется цепочкой промежуточных результатов[3]. Целеполагание на практике является изначально инструментом управления персоналом. Более эффективное применение данной концепции обусловлено увязкой степени достижения целей отдельным работником или подразделением с вознаграждением, так называемым «целевым бонусом». Здесь речь идет о переменной составляющей вознаграждения в части заработной платы. В отличие от широко распространенной концепции надбавок, зависящих только от объемов реализации, система управления по целям помогает связать вознаграждение работника с различными задачами, достижение которых на него возложено. Процесс целеполагания состоит из следующих основных этапов. К началу отчетного периода определяются цели, которые должны быть достигнуты в течение данного периода. Этот процесс может протекать в двух вариантах. Первый вариант: предписание целей. Это авторитарный вариант. Руководство предприятия самостоятельно, без прямого вовлечения в данный процесс сотрудников, определяет цели и в форме приказа-предписания доводит их до всех сотрудников. Однако данная форма целеполагания не соответствует изначальной концепции целевого управления. Собственно говоря, процесс целеполагания в его изначальной форме представляет собой именно кооперативный процесс, в котором обеспечивается взаимодействие руководства предприятия и непосредственных исполнителей задач, т.е. работников. Работники предприятия должны непосредственно участвовать в процессе определения и постановки целей. То есть процесс целеполагания основан на партисипативности управления. Работнику необходимо самостоятельно разработать свои предложения и согласовать их с непосредственным руководителем (декларация менеджера). Или же руководитель подразделения может определить цели конкретного работника вместе с ним на основании «дерева целей» путем декомпозиции целей вышестоящего уровня и вычленения из них подцелей. Цель такой кооперации в том, чтобы объединить и увязать цели каждого сотрудника с корпоративными целями (целями предприятия), вследствие чего увеличить его мотивацию в достижении целей предприятия. Это влечет за собой идентификацию сотрудников со своими целями и в конечном счете с целями предприятия. Кроме мотивационной составляющей управление по целям обеспечивает самоорганизацию управляемой системы. Так как каждый отдел самостоятельно определяет приоритетные направления деятельности, планирует затраты времени и прочее с ориентацией на достижение поставленных задач, т.е. определяет, каким образом должны быть достигнуты данные цели, реализует соответствующие инициативы, планирует и осуществляет необходимые программы. Иерархия целей способствует координации всех подразделений предприятия и значительно облегчает процесс управления. В течение отчетного периода руководитель структурного подразделения координирует деятельность работников. При этом крайне важно обеспечить обратную связь. Несколько раз на протяжении отчетного периода необходимо проводить собрания, которые служат возможностью для

корректировки установленных целей. Это способствует обеспечению гибкости целевого управления. По истечении отчетного периода проводится заключительный контроль, целью которого является сравнение фактических результатов с запланированными, таким образом, определяется степень достижения целей. Для каждой ранее установленной цели рассчитывается степень ее достижения, если это возможно математическим путем, а в случае качественных целей оценкой руководства. По результатам анализа обсуждаются возможные и необходимые мероприятия и цели для следующего периода.

Требования к целям при их постановке должны отвечать требованиям SMART (на английском языке S – specific (точными, конкретными), M – measurable (измеримыми), A – achievable (реально достижимыми, хотя и очень высокими), R – relevant (соответствующими основной деятельности) и T – timed (ограниченными во времени – обычно год, квартал, месяц) [7]. Управление на основе поставленных целей требует немалых усилий и особого инструментария [4,143]. В частности для успешного внедрения МВО необходимо наличие определенной корпоративной культуры: атмосфера доверия, сотрудничества, свободная коммуникация всех участников управленческого процесса и др. Целевое управление связано с Performance Management (измерением эффективности работы сотрудников с точки зрения поставленных перед ними целей), Key Performance Indicators (определением ключевых показателей исполнения или количественных производственных показателей) и Balanced Scorecard (правильной балансировкой тех же целей). В целом же управление по целям - это единый для всей компании стандарт управления подразделениями и отдельными сотрудниками, где деятельность оценивается не по процессу, а по результату, достижению поставленной цели [6].

Руководителями предприятий все шире признается необходимость повышения эффективности предприятий путем концентрации всех резервов на ключевых направлениях деятельности, использования всех видов внутренних ресурсов, максимального задействования всего потенциала предприятия, повышения эффективности каждого работника [7]. В этом и заключается главное назначение целевого управления. Это и обуславливает своеобразный ренессанс, который переживает сегодня данная концепция управления. Внедрение МВО требует значительных изменений внутри организации на деловом (организационном) и личностном уровне. Успешное внедрение МВО возможно лишь при всецелой поддержке высшего руководства компании. Но не следует воспринимать данный метод как панацею. Целесообразным является внедрение МВО в качестве пилотного проекта, по результатам которого можно будет сделать вывод о том, подходит ли данный метод конкретной организации. Также некоторые исследователи данного метода предлагают модульный подход к внедрению данной концепции управления [1]. Все организационные мероприятия по внедрению данного метода разбиваются на 3 модуля, которые поэтапно внедряются: 1 модуль «Система вертикальной зависимости целей», 2 модуль «Система оценки деятельности персонала», 3 модуль «Система взаимосвязи между целями организации и личными целями персонала». Данный подход позволяет получить отдачу от вложенных ресурсов еще до завершения всех организационных мероприятий. Следует отметить, что, как и любой другой метод, МВО имеет свои плюсы и минусы. Однако при его правильном применении, адаптированном к российским реалиям, открываются значительные возможности повышения производительности организационной системы в целом и составляющих ее элементов.

Список литературы:

1. Андрей Блинов. Внедрение системы управления по целям в российских условиях. Проблемы теории и практики управления №1, 2004 г.
2. Васильева Н. Целеполагание и управление по целям: истоки, основы, ошибки. «Управление компанией №8», 2006, с. 101 – 103.
3. Долгоруков А. М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратегем, воплощение, - М.: ООО «1С-Паблишинг», 2004. - 367 с.
4. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента. : Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 432 с.
5. Е.Ю. Духонин, Д.В. Исаев, Е.Л. Мостовой и др.; Под ред. Г.В. Генса. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
6. Литягин А. Интервью для журнала «Менеджер по персоналу» №2/2005.
7. Тешабаев А.Э., менеджер АО «УзДЭУавто», к.т.н., (Узбекистан). Организация управления по целям (МВО) на современном предприятии, ВлГУ, электронный журнал. Экономика региона, № 18, декабрь 2007г., (часть 2).

ФАКТОРЫ, ДИФФЕРЕНЦИРУЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Карибова Л.В., аспирант

Томский государственный архитектурно-строительный университет

E-mail: cl2004@mail.ru

Научный руководитель: Малаховская М. В., д.э.н., профессор.

Мотивация деятельности, обеспечивая индивидуальную результативность каждого участника, представляет собой одно из важнейших направлений, обеспечивающих эффективность функционирования хозяйственных организаций. Следует различать два вида мотивационных процессов, одновременно протекающих в хозяйственных системах: мотивацию деятельности, которая относится к собственникам и мотивацию труда, которая относится к наемным работникам всех типов. В этой связи не вызывает сомнения зависимость условий, доступных форм, методов и инструментов, проводящих мотивационное воздействие на персонал, от особенностей хозяйственной системы внутри которой проводится выбор способа управления сотрудниками. На мотивацию и возможности ее осуществления могут оказать влияние технологии, используемые в хозяйственной деятельности, тип организационной системы и процедуры принятия управленческих решений, оказывающие влияние на условия и результаты хозяйственной и производственной деятельности работников. Таким образом, мотивация труда, являясь сложным феноменом, определяется множеством факторов, переменчивых по своей природе и воздействию на готовность к результативной деятельности. [1, С.92]

В силу многообразия факторов мотивация труда может быть изучена феноменологически, являясь составляющей реальных хозяйственных процессов. В этом случае используются опросы и статистические наблюдения, регистрирующие событийный ряд. Однако, используя в качестве ключевого инструмента управления человеческими ресурсами, она должна быть представлена и изучена в виде модели, позволяющей улавливать и анализировать причинно-следственные связи самого процесса, порождающего и закрепляющего мотивационное воздействие. [2]

Сравнительно мало изученным фактором мотивации является ее зависимость от организационной формы хозяйственной деятельности. Можно исследовать данный вопрос, опираясь на освоенные в практике хозяйствования формы осуществления деловой активности. При таком подходе следовало бы основное внимание уделить корпоративным организационным структурам, обеспечивающим подавляющую часть производимого в экономике ВВП. Устойчивость таких структур свидетельствует о выработанных внутри них сравнительно эффективных механизмах мотивации. Но в условиях трансформации хозяйственных систем, вызванных как факторами упадка, так и факторами роста экономической активности обращают на себя внимание вновь возникающие как ответ на изменения практики хозяйствования формы деловой активности. Сравнительно новым явлением хозяйственной среды России стали сетевые и оболочечные экономические организации, которые отражают тенденции современных условий специализации и кооперирования участников хозяйственной деятельности. В отличие от традиционных корпораций они представляют собой матричные органические структуры. Набор степеней свободы для участников организаций этого типа наиболее широк, т. е. сама их форма просторна для развития инициативного экономического поведения. Эта инициатива может быть выражена как во внутреннем предпринимательстве (интрапредпринимательство), совершенствуя качественные параметры результата хозяйственной активности и способы взаимодействия инсайдеров, так и во внешнем предпринимательстве, совершенствуя способы взаимодействия в среде прямого и даже косвенного воздействия.

Своеобразие организационных структур такого рода многосторонне. Оно проявляет себя, в частности, в новом наборе факторов, определяющих мотивационную среду. Прежде всего, обращают на себя внимание содержание и соотношения материальной и нематериальных форм мотивации. В этой связи своеобразием характеризуются денежная, неденежная, статусная, творческая составляющие процесса мотивации. Денежная составляющая, определяя условия достаточности физического существования работника, достаточно тесно связывается и со статусной составляющей. [3] Это происходит посредством действия механизмов перекрестной справедливости в оплате (и шире – доходе, получаемом работниками в результате использования принадлежащего им ресурса – способности к производительной активности). Сам статус деятельности, формирующийся под влиянием отраслевой локализации (всем известна престижность занятости в нефтедобыче и нефтепереработке) или под влиянием стратификационных факторов (престижность работы в региональных администрациях) хозяйственной практики, становится ресурсом мотивационного пространства. Промышленный и непромышленный труд технологически существенно разнятся, закономерности выбора направления и варианта деятельности в них различаются, соответственно возникают различия возможностей и доступных инструментов

мотивации работников. Экологические факторы хозяйственной деятельности, привлекающие пристальное внимание общества тоже различным образом могут быть отражены в составе инструментов, управляющих хозяйственной активностью. Непромышленные технологии не наносят ущерба среде обитания, имеют экологические мотиваторы как встроенные. В этом ряду факторов стоит престижность инновационных, быстрорастущих интеллектуальных бизнесов. В этом же ряду стоят и быстроразвивающиеся органические мультипроектные организации оболочечного и сетевого типа, создающие разнообразные условия для карьерного продвижения и роста персонального дохода. Так, что оба эти мотиватора действуют как согласованные и как обособленные, связанные но не перекрывающие друг друга. Далее, очевидно, что особенностями характеризуются и применяемые для достижения надлежащих характеристик мотивации методы и инструменты. Многие из применяющихся в традиционных корпоративных структурах не являются доступными. Обозримость достигнутого карьерного роста, например, скрыта отсутствием визуализации масштаба реально функционирующего бизнеса.

Невозможно будет обойти вниманием и субъектно-объектное своеобразие процесса мотивации. Характеристики функционирования сетевых и оболочечных организаций позволяют ставить вопрос о статусе участников и способе их взаимодействия. Участники таких организаций выступают как самостоятельные в хозяйственном отношении, обеспечивающие воспроизводство на основе собственной ответственности. Это переводит исследование и последующую реализацию управленческой деятельности из плоскости мотивации труда в более широкий контекст мотивации деятельности. Безусловно, при этом слабые мотиваторы (премии и депремирования, награждения и порицания) заменяются сильными (мотиваторы прибыли и убытков).

Важно отметить, что мотивация труда, в частности, а мотивация деятельности, тем более, различны для периодов стабильного развития хозяйственных систем и для периодов их дестабилизации. При этом, дестабилизации кризисного и деградационного типа необходимо отличать от дестабилизаций роста и процветания. Поиск новых форм мотивирования активности в условиях деградационной динамики, видимо, менее проблематичен в растущих хозяйственных структурах. Значимо и соотношение, возникающее в межорганизационных взаимосвязях. То есть, организации локального типа (условно – фирмы) могут иметь динамику, отличающуюся от динамики хозяйственного целого. Кроме этого необходимо выделять и исследовать мотивацию в растущих хозяйственных организациях в периоды упадка вмещающих их хозяйственных систем. Следовательно, имеет значение отрасль, в которой происходит рост и потенциал роста, заложенный в жизненном цикле хозяйственной структуры данного типа. Важно при определении мотивационных возможностей и наличие межрегиональных хозяйственных взаимодействий. Оно имеет значение ввиду возможностей асинхронного возникновения и действия дестабилизационных факторов в территориальном аспекте. [4, С. 198-200]

Существенной стороной, определяющей как эффективность самих мотиваций, так и эффективность управления ими, является система обратных связей, задающая действие закона результата. В динамичных хозяйственных структурах, дополнительно сопровождающей процесс высокой личной вовлеченностью высшего уровня руководства в процесс формирования результата, интенсивность обратных связей высока настолько, что они функционируют как инструмент мотивации.

Кроме того, в составе факторов, определяющих мотивационный эффект управленческих воздействий, присутствует гендерная (половозрастная) специфика формирования готовности к труду, которая экономической наукой исследована сравнительно мало. Оказываясь в сходных условиях работники, принадлежащие к разным поколениям интериоризации культуры, реализуют различающиеся модели поведения. И данное явление входит не только в предмет экономической социологии и психологии, но и в предмет экономической науки, так как основано на различии содержания рационального при принятии решений о деятельности.

Таким образом, мотивационный потенциал управляющего воздействия, может быть рассмотрен как функция, которая определяется составом факторов, отражающих практически все стороны хозяйственной практики.

Список литературы:

1. Минар К. Экономика организации: Пер. с франц./Под ред. А. Г. Худокормова.-М.:Инфра-М. – 1996.
2. Малаховская М. В. Логика мотивации хозяйствующего субъекта (монография). Томск: Изд-во Том. Ун-та, 2000. 162с.
3. Варнеке Х.-Ю. Революция в предпринимательской культуре. Фрактальное предприятие: Пер. с нем. яз. – М.: МАИК «Наука/Интерпериодика», 1999.-280с.
4. Матюгина Э. Г. Особенности учета институциональных факторов в процессе формирования стратегии развития национальной экономики //Экономические стратегии. – 2007.-№2

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Кашафтинова К.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: krestik_ksh@sibmail.com

Научный руководитель: Спицын В.В., ст.преподаватель.

Инновации сегодня являются главным конкурентным преимуществом организаций, нацеленных на постоянное развитие и устойчивый рост. Это объясняется, в частности, ускорением темпа изменений, которые происходят в глобальной экономике. Новые технологии быстро устаревают, а вкусы потребителей меняются, что заставляет руководителей пересматривать планы и стратегии.

В последнее время практика традиционного менеджмента, непосредственно связанного с предпринимательством, в том числе и в банковской сфере, столкнулась с новыми проблемами. Первоначально наука развивалась прежде всего под влиянием внешних воздействий, реагируя на обнаружившиеся потребности производства и жизнедеятельности человека. Создание новых знаний шло без какого-либо видимого управления извне. Но затем все яснее вырисовывается недостаточность такого подхода.

Стала очевидной необходимость управления процессом формирования инноваций. Возникла наука, изучающая воздействие внутренних факторов, отражающих логику создания новых знаний. Ее менеджеры стали полноправными участниками данного процесса. Прежде всего, они взяли на себя процессы диагностирования коллективов, участвующих в разработке конкретной темы, отбор кандидатур и формирование таких коллективов, создание базы (материальной, инвестиционной и т.д.) для их деятельности. Жизнь, однако, показала, что и этого явно недостаточно. Современный менеджер должен повернуться лицом к потребителю. Иными словами, требуется мониторинг потребительской сферы, проведенный с точки зрения управления созданием новых познаний. Эта проблема может решаться лишь при глубоком переосмыслении всей сущности менеджмента, "состыковке" его с инновационным менеджментом.

Современный этап развития науки, техники, экономики и всего общества характеризуется наличием огромных объемов накопленных знаний. Их прирост, сначала неравномерный, компенсировался дифференциацией наук, выделением их конкретных областей с четкой специализацией и направленностью. Однако, проникновение новых знаний во все сферы деятельности человека привело к тому, что даже в узких тематических областях к настоящему времени принято и в том или ином виде реализовано огромное количество решений, используется множество различных по значимости и глубине методик; циркулируют колоссальные потоки информации. Создалась парадоксальная ситуация: с одной стороны, отдельный индивидуум не в состоянии охватить всю массу существующих знаний, с другой же стороны, человечество постоянно их пополняет в расширяющемся объеме и со все большей скоростью. Возникла потребность управления творческим потенциалом создателей новых знаний, нацеленного на ускорение их реализации, на повышение эффективности связи науки и практики.

Новые решения, полученные в рамках бизнеса, надлежит воплотить в практику. Но далеко не всякая идея находит применение в нужном направлении и в требующихся масштабах. Многие плодотворные решения вообще не используются, зачастую же насильно внедряются идеи бесперспективные. Все это приводит к распылению сил, средств и времени. Отсюда — острая необходимость в управлении внедрением новшеств. Ускоряющийся процесс их появления выявляет острые противоречия между старым и новым, между нарождающимся и отмирающим. Это требует психологической подготовки людей и изучения влияния инноваций на все элементы социально-экономической системы. Возникла необходимость управления социальными и психологическими аспектами нововведений.

В конце XX столетия все отмеченные проблемы не бывало обострились, что и обусловило появление нового направления в традиционном менеджменте — инновационного менеджмента.

Под инновацией обычно подразумевается объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога. Инновация характеризуется более высоким технологическим уровнем, новыми потребительскими качествами товара или услуги по сравнению с предыдущим продуктом.

Инновационный менеджмент и инновационная деятельность в современных условиях — это образование в крупнейших фирмах единых научно-технических комплексов, объединяющих в единый процесс исследование и производство. Это определяет тесные связи на всех уровнях цикла «наука - производство - конечный потребитель». Сегодня в инновационной политике крупных фирм отчетливо проявилась тенденция к переориентации направленности научно-технической и производственно-сбытовой деятельности. Она выражалась прежде всего в стремлении к повышению в ассортименте выпускаемой продукции удельного веса новых наукоемких и высокотехнологичных изделий, сбыт

которых ведет к расширению сопутствующих технических услуг: консультационных, инжиниринговых, обслуживающих.

Целью инновационного менеджмента является установление основных векторов научно-технической и производственной деятельности компании в следующих областях ее деятельности:

- разработка, совершенствование и внедрение новой продукции;
- дальнейшая модернизация и развитие старых рентабельных производств;
- закрытие старых производств.

Одной из главных задач инновационного менеджмента является выработка стратегии самих инновации и мер, направленных на их воплощение в жизнь. НИОКР, разработка и выпуск новых видов продукции становится приоритетным направлением стратегии фирмы, так как определяет все остальные направления ее развития.

Задачи инновационного менеджмента

- разработку планов и программ инновационной деятельности предприятия;
- обеспечение финансами и материальными ресурсами программ инновационной деятельности;
- обеспечение инновационной деятельности высококлассными специалистами, управление человеческими ресурсами;
- наблюдение за ходом разработки инновационной продукции и ее внедрения;
- проведение единой инновационной политики: координации деятельности в этой области в производственных подразделениях;
- создание временных целевых групп для комплексного решения инновационных проблем – от идеи до серийного производства продукции.

Как и для любой другой сферы управления, для инновационного менеджмента характерны пять стадий развития и функционирования: планирование, определение условий и организация, исполнение, руководство анализ результатов и внесение корректив.

В результате инновационной деятельности рождаются новые идеи, новые и усовершенствованные продукты, новые или усовершенствованные технологические процессы, появляются новые формы организации и управления различными сферами экономики и ее структурами.

Инновационная деятельность является мощным рычагом, который помогает преодолеть спад, обеспечить структурную перестройку и насытить рынок разнообразной конкурентоспособной продукцией.

Фирма может оказаться в кризисе, если не сумеет предвидеть изменяющиеся обстоятельства и вовремя отреагировать на них. В условиях рыночной экономики руководителю недостаточно иметь хороший продукт, он должен внимательно следить за появлением новых технологий и планировать их внедрение в своей фирме, чтобы не отстать от конкурентов.

Современный менеджмент должен быть менеджментом инновационного типа, то есть обладать определенным инновационным потенциалом. В условиях рыночной экономики характерны тенденции ускорения развития, уплотнения времени, увеличения количества и разнообразия изменений, характеризующих условия функционирования фирмы. Управление должно поспевать за изменениями, реально происходящими в действительности. И фактором такого соответствия управления тем изменениям, которые происходят в экономической жизни, науке и технике, является инновационный потенциал управления, который формируется в работе с персоналом, подготовке менеджеров, организации управления, ориентированной на динамику.

Список литературы:

1. Экономический еженедельник издательского дома «Коммерсантъ» №7 21 февраля 2001 г. «Деньги». Статья А. Царькова «Инновации за счет порядка»;
2. «Менеджмент». И.Н. Герчикова. Учебник, третье издание, переработанное и дополненное. Издательство «ЮНИТИ», Москва, 2000;
3. «Инновационный менеджмент». Гершман М.А. – М.: Маркет-ДС, 2008. – 200с.
4. <http://innovbusiness.ru>

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РОССИИ

Кирсанов Д.А., студент;

Томский политехнический университет

E-mail: di55@t-sk.ru

Научный руководитель: Кузьмина Н.Г., преподаватель

Россия располагает значительными запасами энергетических ресурсов и мощным топливно-энергетическим комплексом, который является базой развития экономики, мощным фундаментом для проведения внутренней и внешней политики. Энергетический сектор обеспечивает жизнедеятельность всех отраслей народного хозяйства, способствует консолидации субъектов Российской Федерации, от стабильной работы топливно-энергетического комплекса зависит экономическая устойчивость страны.

Имеется ряд объективных факторов сдерживающих развитие ТЭК, в том числе: высокая (более 50%) степень износа основных фондов, высокая энергоёмкость экономики России, при значительном не использовании потенциала энергосбережения, отставание в эффективности производства из-за практики продления ресурса оборудования, а не его возобновления на более высоком техническом уровне, пассивная политика развития минерально-сырьевой базы, дефицит инвестиционных ресурсов и недостаточно эффективное их использование, высокая экологическая нагрузка на окружающую среду.

Анализ, проведенный институтом "Энергосетьпроект" подтверждает, что недостаточная пропускная способность и надёжность электрических сетей в ряде регионов России приводит к ограничению использования мощности крупных генераций, в том числе атомных энергоблоков.

Износ электрических сетей составляет 49%, в том числе подстанционного оборудования – 70%, ЛЭП – 40%.

Каждая атомная электростанция, независимо от степени надёжности, является, по сути стационарной атомной бомбой, которая может быть в любой момент взорвана. К примеру, по материалам доклада сенатора Гленна (США), опубликованного в мае 1986 года, с 1971 по 1984 г. на АЭС мира произошла 151 серьёзная авария, при каждой из которых имел место "значительный выброс радиоактивных материалов с опасным воздействием на людей". С тех пор года не проходило, чтобы в той или иной стране мира не происходило серьёзной аварии на АЭС.

Реальной опасностью являются радиоактивные отходы атомных электростанций, которых за прошедшие десятилетия накопилось довольно много и накопится еще больше, если атомная энергетика займет доминирующее положение в мировом энергобалансе. Сейчас отходы атомного производства в специальных контейнерах зарывают глубоко в землю или опускают на дно океана. Оба способа не являются безопасными: с течением времени защитные оболочки разрушаются и радиоактивные элементы попадают в воду и почву.

С другой стороны без атомных электростанций не обойтись.

Как оказалось, атомная энергетика имеет и немаловажные достоинства. Американские специалисты подсчитали, что если к началу 90-х годов в СССР все атомные электростанции заменили бы на угольные той же мощности, то загрязнение воздуха стало бы настолько велико, что это привело бы к 50-кратному увеличению преждевременных смертей в XXI в. в сравнении с самыми пессимистическими прогнозами последствий чернобыльской катастрофы.

В настоящее время наиболее разумным представляется развитие энергетики в расширении сети урановых и уран-ториевых атомных станций в период решения проблемы управления термоядерной реакцией.

Существует реальная проблема дефицита в обеспечении ураном ядерного топливного цикла России, которая не может в относительно длительной перспективе решаться за счет созданных ранее складских запасов. К 2010 году необходимо увеличить производство урана в 1,4 раза и к 2020 в 3,4 раза. Только в этом случае можно будет обеспечить топливом российские АЭС и сохранить экспортный потенциал на рынке свежего ядерного топлива и низкообогащенного урана.

Создание атомной энергетики на быстрых реакторах с замкнутым топливным циклом позволит уйти от проблемы ограниченности урановых ресурсов, ускорить решение проблем выжигания радиоактивных отходов. Следует отметить, что в рамках Международного проекта G-4, куда Россию не пригласили, и который направлен на создание реакторов следующего поколения, одним из головных проектов является подобный реактор.

В настоящее время состояние атомного энергетического машиностроения характеризуется:

- наличием предприятий разной форм собственности, при этом производители оборудования атомных энергетических станций являются акционерными обществами в частной собственности;
- подавляющая часть предприятий являются монополистами в сфере своей деятельности и выполняют работы как в рамках государственного оборонного заказа, так и в рамках международного сотрудничества;

- финансово-экономическое положение предприятий тяжёлое, что приводит к устареванию станочного парка отрасли, потере высококвалифицированных кадров и снижению их конкурентоспособности.

В целом атомное энергетическое машиностроение можно охарактеризовать как сектор экономики утрачивающий свои конкурентные преимущества и требующий реорганизации.

Поднять атомную отрасль и обеспечить инновационное развитие атомной энергетики без существенной государственной помощи невозможно. Тем не менее, нельзя сокращать работу по оживлению инвестиционной привлекательности атомной энергетики, это предполагает:

Формирование однозначной государственной политики по инновационному развитию атомной энергетики и последовательная ее реализация с привлечением бюджетных механизмов финансирования, при этом создание новых генераций, в т.ч. дополнительных блоков АЭС должно быть увязано с региональным развитием промышленности и ростом энергопотребления.

Развитие внутренней политики отрасли с учётом современных условий (совершенствование законодательной базы, использование принципов государственно-частного партнерства, создание вертикальных управляющих структур с участием государства при реализации инновационных проектов атомной энергетики двойного направления, повышение эффективности взаимодействия федеральных государственных унитарных предприятий отрасли, а также предприятий других форм собственности, участвующих в создании объектов атомной энергетики и т.д.).

Необходимы механизмы, стимулирующие долгосрочные контракты на поставку топлива и на покупку электрической и тепловой энергии.

Активная банковская государственная политика, направленная на обеспечение "длинных" кредитов в том числе под государственные гарантии, государственная поддержка в погашении кредитной ставки и т.д.

Переориентация государственной политики с сырьевого на индустриально-технологическое развитие с обновлением фондов высокотехнологичных отраслей (в настоящее время в структуре промышленности высокие технологии в России занимают 0,5%, против 20-30% в развитых странах). В атомной энергетике важными направлениями развития должны стать принципиально новые наукоёмкие технологии энергетики и ресурсосбережения (в том числе в рамках международных проектов): использование термоядерной энергии в мирных целях (международный проект ИТЭР), развитие атомных технологий нового поколения (международные проекты ИНПРО и Generation-IV), развитие атомно-водородной энергетики.

Реорганизация атомного энергетического машиностроения, реформирование атомной отрасли (выделение гражданского комплекса) с соответствующим законодательным обеспечением.

В контексте безопасности и интересов государства можно отметить, что атомная энергетика и вся атомная отрасль несет стабилизирующую роль, противодействует внешнему вектору, направленному на раздробление страны. Очевидно, что возникновение нескольких новых образований с ядерным потенциалом создаст дополнительные проблемы и без того беспокойном мире. Естественно, что деструктивные силы, привлекая и проблемы экологии, и проблемы терроризма, используя частные интересы бизнеса, декларируют задачу закрытия атомной энергетики и предприятий ядерно-топливного цикла, вместо их качественной модернизации и решения экологических проблем, возникших из прошлого.

Таким образом, атомная энергетика пока не выдержала испытаний на экономичность, безопасность и расположение общественности. Ее будущее теперь зависит от того, насколько эффективно и надежно будет осуществляться контроль строительства и эксплуатации АЭС, а также насколько успешно будет решен ряд других проблем, таких, как проблема удаления радиоактивных отходов.

Несмотря на указанные недостатки, атомная энергия представляется самой перспективной. Альтернативные способы получения энергии, за счёт энергии приливов, ветра, Солнца, геотермальных источников и др. на данный момент отличаются невысоким уровнем добываемой энергии и её низкой концентрацией. К тому же данные виды получения энергии несут в себе собственные риски.

Академик Анатолий Александров: «Ядерная энергетика крупных масштабов явится величайшим благом для человечества и разрешит целый ряд острых проблем».

Список литературы:

1. Материалы 28 заседания Электроэнергетического Совета стран СНГ, 2005 г.
2. Инвестиционная программа концерна "Росэнергоатом" на период 2005-2007гг.

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СОЦИОНИКИ

Киселева Е.С., аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: rosakiss@pochta.ru

Один из ключевых принципов современного маркетинга, который лежит в основе практически всех успешных бизнес стратегий – это ориентация на потребителя. Максимальное удовлетворение требований и ожиданий клиентов благотворно влияет на уровень конкурентоспособности компании и позволяет ей уверенно смотреть в завтрашний день [1,2,3,4]. Современная теория соционики предлагает классификацию, состоящую из 16 типов личности с эмпирическим их описанием. Эти социотипы выделены исходя из принадлежности личности к разным полюсам: экстраверты - интроверты, этики - логики, сенсорики - интуиты, рационалы – иррационалы. Целью данной статьи является выявление особенностей поведения продавцов разных полярностей при совершении сделки.

В сфере торговли, как и в любой другой области, обладатели каждого из восьми предпочтений будут иметь свои сильные и слабые стороны. Экстраверты с присущей им разговорчивостью, вероятнее всего, будут с упрямой напористостью осаждают любого потенциального покупателя. Их можно назвать любителями обходных путей в торговле, которые постоянно выискивают потенциальных клиентов — на вечеринках, в супермаркетах или в закрытом клубе. Возможность нажиться они упускают редко. Экстраверты привлекают себе подобных, и чем больший отклик получает продавец-экстраверт, тем энергичнее он действует: продавец и покупатель «подпитывают» друг друга. Но стоит только благожелательно откликнуться на посыл экстраверта, и он будет бесконечно нести вам всевозможную околесицу. Продавец-экстраверт постарается сам управлять этим процессом: например, он может постоянно задавать вам вопросы, требуя от вас ответа и пребывая в роли хозяина положения. Если же клиент не удостоит его ответом, продавец-экстраверт рискует обидеться, разозлиться или ополчиться против покупателя, а это ни в коем случае не та мера, которая способствует проведению продажи [5].

Интроверты в качестве продавцов умеют слушать, что может оказаться эффективным при работе с любыми клиентами — интровертами и экстравертами. Например, покупатели-экстраверты часто склонны «продавать сами себе»: «Вот эта вещь мне очень нужна. Правда, удобно сделана?» В этом случае обычный кивок со стороны интроверта позволит экстраверту самостоятельно заключить сделку. И, разумеется, клиент-интроверт по достоинству оценит ту свободу, которую предоставит ему интроверт-продавец: так он сможет подумать и сделать собственные выводы. Когда же они перейдут к разговору, то продавец-интроверт будет искренним — он скажет мало, но его слова будут излучать значительную уверенность. Вместе с тем интроверты могут казаться отчужденными и холодными — в особенности экстравертам. Общаясь достаточно скупой, они рискуют проглядеть важные сведения или уникальные предложения своего продукта, вероятно, из стремления не повторять очевидное. Этот кажущийся недостаток энтузиазма рискует разочаровать потенциального покупателя. Интроверту может быть непросто показать, что он верит в свой товар, даже если дело именно так и обстоит. Так что если усилия экстравертов можно охарактеризовать как чрезмерные, то интроверты — мастера неоправданно сдержанного стиля торговли [5].

Сенсорики найдут столь осязаемое и практическое занятие, как торговля, весьма благодарным. Оно зачастую позволяет сенсорнику получить немедленный результат: широкий выбор товаров и услуг обеспечивает ему простор для деятельности. Сенсорик, вероятнее всего, приступит к обработке клиента во всеоружии точных фактов и сведений, которые будет свободно и без колебаний обрушивать на него. Навязчивая склонность сенсориков к подробностям способна ослепить его, так что он не заметит насущных потребностей покупателя. Вместе с тем иногда короткий и простой ответ по существу также может создать проблему. Обилие деталей в речи сенсорика может ввести покупателя в замешательство (особенно если покупатель — интуит), поскольку каждый из таких фактов может открывать все новые возможности для обсуждения, что скорее запутает клиента, чем окажется ему полезным [5].

Для интуита, работающего в торговле, хорошим подспорьем станет его способность находить варианты и альтернативы: это повышает шансы на то, что покупатель подыщет то, что ему понравится. Как правило, интуиты ведут себя довольно восторженно, и эта восторженность передаётся клиентам. Интуитам свойственно выходить за пределы очевидного, что помогает им находить применение практически всему и для всех [5].

Логики, заключая сделки купли-продажи, остаются людьми аналитически и последовательно мыслящими и поэтому способны найти обоснование для любого приобретения. Если вы ищете причину для покупки того, что вам, вероятно, совершенно не нужно, обратитесь к логике, и он вас не разочарует. Если данный продукт участвовал в каком-нибудь рейтинге или ему была посвящена статья в авторитетном издании, то будьте уверены: логик представит вам соответствующие факты, если не саму

статью. Продавцы-логики чаще всего апеллируют к качеству. Они будут говорить вам, что если вы взглянете на этот товар беспристрастно и объективно, то сами убедитесь в том, что он долго будет служить вам верой и правдой. Неважно, что вы не в восторге от его внешнего вида — в конечном итоге его качество вас поразит. Фирменная марка или «национальность» товара неизменно стоит для логика на втором месте. Продавец-логик может чаще, чем представитель какого бы то ни было другого предпочтения, показаться незаинтересованным по отношению к клиенту и более того, высокомерным. В конце концов, логик ведь все вам рассказал — почему вы не спешите следовать его рекомендациям? А если вы отказываетесь, то не прибегайте к такой немотивированной аргументации, как «что-то мне это не кажется подходящим». Ведь есть люди, которые никогда не научатся любить то, что покупают, как бы хорошо ни был изготовлен этот товар — несмотря на то, что понять подобное самим логикам трудно. Так что иногда может показаться, будто выиграть спор для продавца-логика важнее, чем совершить продажу [5].

Из этиков получаются отличные продавцы. Благодаря своей склонности ставить себя на место другого человека, они нередко начинают продажу с вопроса: «Что бы я почувствовал, если бы собрался приобрести эту вещь?» В идеале они продумывают подобные ситуации заранее, и это позволяет им помогать клиентам делать то же самое. Для продавца-этика потребности покупателя играют важнейшую роль. «Клиент всегда прав» — это классический девиз этиков. Свойственная им склонность к сочувствию позволяет им отождествлять себя с покупателем с первого и до последнего момента сделки. Так что, если покупатель обнаруживает какие-то иные потребности или даже хочет повременить с решением о покупке, этик способен утвердить его в этой позиции и тем самым повысить шансы на то, что покупка все-таки будет совершена — независимо от того, что и когда решит приобрести его клиент. Самые выдающиеся продавцы-этики добиваются даже того, что клиенты извиняются перед ними за то, что ничего у них не купили. Однако если «руководством к действию» служат исключительно запросы покупателя, сама продажа рискует отойти на второй план. Поскольку у продавцов-этиков чувства управляют разумом, а не наоборот, то известны случаи, когда они сами добавляли некоторую сумму к покупке, если у покупателя не хватало немного денег, делали покупателям подарки или даже оплачивали покупку за покупателя. Один из крупнейших недостатков этика в роли продавца заключается в его склонности воспринимать все слишком близко к сердцу. Упущенная сделка и вовсе может подорвать его энтузиазм и работоспособность [5].

Рационалы, чем бы они ни занимались, производят впечатление людей, умеющих вести свои дела и брать на себя ответственность. Торговля не является исключением. Рационалы умеют хорошо себя подать и давать ясные ответы; если покупатель находится в нерешительности, они укажут ему путь. На протяжении всей торговой сделки рационал будет держать в уме фактор времени, подталкивая самого себя и покупателя к скорейшему её завершению. Такая устремлённость уже сама по себе вызывает у покупателя чувство уверенности. Вместе с тем рационалы достаточно консервативны, так что, видя колебания клиента, они могут обнаруживать нетерпение. Рационал часто убеждён в собственной правоте, что иногда заставляет его пускаться в споры с клиентом и даже отпускать едкие замечания. А поскольку обладатели этого предпочтения часто глухи к различным вариантам, то могут отменить предложения клиента, чем по сути дела отговаривают его от покупки. В своей худшей ипостаси продавец-рационал может показаться бесцеремонным, навязчивым человеком, не видящим ничего, кроме сделки [5].

Иррационал сопровождает обсуждение сделки избытком альтернативных возможностей. Что бы вам ни было нужно, иррационал это отыщет — или, возможно, найдёт оптимальную замену. Благодаря естественной склонности задавать вопросы и все уточнять, он может с лёгкостью провести клиента по непростому пути принятия решений. Не испытывая потребности контролировать процесс покупки, он способен приспособиться к темпам покупателя. Продавец-иррационал всегда гибок. Безусловно, эти свойства способны негативно сказаться на его производительности. Такой продавец не задаётся целью «закрыть сделку» и, следовательно, не будет заботиться об уровне продаж. Его потребность задавать вопросы может изрядно разочаровать клиента, если тот нуждается в совете. Иррационал может производить впечатление человека, не умеющего выполнить свою работу, и в результате разрушить уверенность у своего клиента. Отсутствие контроля за временем тоже представляет собой проблему: в худшем случае продавец-иррационал, который опаздывает со встречами или телефонным звонком, уступит своего клиента более расторопному конкуренту [5].

На основе соционики были определены особенности поведения продавцов разных полярностей. По мнению автора, для формирования эффективной кадровой политики руководители предприятий должны учитывать особенности своих работников и использовать их с выгодой для себя.

Список литературы:

1. Понимание своих потребителей: Книга1: Учебное пособие/Пер. с англ. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2003.- 109с.: рис., табл. - («Маркетинг и управление качеством»).
2. Джеймс Ф. Энджел, Роджер Д. Блэкуэлл, Пол У. Минеард Поведение потребителей. – СПб: Питер Ком,

1999.-768 с.: ил.

3. Котлер Филип 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер/Пер. с англ.-М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.-224с.

4. Ф. Котлер, К.Л. Келлер Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2006.-816с.: ил.

5. Крегер, О. Типы людей и бизнес.- М.: АСТ: Астрель, 2006.- 457с.

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ КОМАНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Классина О.С., магистрант

Томский политехнический университет

E-mail: klassina@sibmail.com

Научный руководитель: Никулина И.Е., д.э.н., профессор.

В последние годы термин "команда" стал очень моден в России. Количество трактовок этого понятия близко к количеству людей, его употребляющих.

Под формированием и созданием команды в общем случае понимается процесс целенаправленного "построения" особого способа взаимодействия людей в группе (называемой командой), позволяющего эффективно реализовывать их профессиональный, интеллектуальный и творческий потенциал в соответствии со стратегическими целями данной группы. Команда в этом случае определяется как группа людей, взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга в ходе достижения поставленных целей.

Команда проекта — одно из главных понятий управления проектами. Это группа сотрудников, возглавляемая Руководителем и создаваемая на период осуществления проекта для эффективного достижения его целей.

Первая задача в формировании команды — решить, какой тип данной команды наилучшим способом подходит для того или иного проекта. Различные комбинации команд и структур имеют определенные преимущества. Например, команды, построенные по иерархическому принципу, работают быстрее; структуры с горизонтальным подчинением более творчески подходят к выполнению задания, но и времени им требуется больше. При создании команды принимаются решения о числе и расстановке членов команды. Затем следует определить, как будут взаимодействовать члены команды: роли, обязанности, задания, уровень полномочий, организационная схема, отражающая отношения подчиненности.

Состав и функции команды проекта зависят от масштабов, сложности и других характеристик. Но при принятии решения о размере команды, необходимо помнить, что больше десяти человек не могут вести нормальную дискуссию, и, поэтому, оптимальным вариантом в большинстве случаев будет определение численности в пять — семь человек.

Также важной составляющей процесса формирования эффективной проектной команды являются открытые и честные взаимоотношения. Подбор психологически совместимых исполнителей - ключевая составляющая. Крайне важно, чтобы менеджер проекта имел свободу действий при выборе участников команды. При подборе креативной команды полезно использовать различные тесты оценки личности, чтобы попытаться заранее оценить способность участников команды к взаимодействию друг с другом.

Еще одна составляющая формирования креативной команды заключается в концепции командных ролей. Многие менеджеры проекта сосредотачиваются на чисто "технических" ролях, но нужно задумываться и о ролях «психологического», «творческого» плана, которые могут играть один или более участников команды. Роб Томсет определил восемь ключевых ролей в проекте следующим образом:

- **Председатель** - выбирает путь, по которому команда движется вперед к общим целям, обеспечивая наилучшее использование ее ресурсов. Обнаруживает сильные и слабые стороны команды и обеспечивает наибольшее применение потенциала каждого участника команды.

- **Оформитель** - придает законченную форму действиям команды, направляет внимание и пытается придать определенные рамки групповым обсуждениям и результатам совместной деятельности.

- **Генератор идей** - выдвигает новые идеи и стратегии, уделяя особое внимание главным проблемам, с которыми сталкивается группа. Это человек, который пытается внедрять в команде радикальные технологии, искать новые решения технических задач.

- **Критик** - анализирует проблемы с прагматической точки зрения, оценивает идеи и предложения таким образом, чтобы команда могла принять сбалансированные решения. В большинстве случаев такой человек поступает как "скептик", уравнивая оптимистические предложения оформителя и генератора идей.

- **Рабочая пчелка** - превращает планы и концепции в практические рабочие процедуры, систематически и эффективно выполняет принятые обязательства. Другими словами, в то время как оформитель придает законченную форму крупным технологическим решениям, генератор идей предлагает радикальные новые решения, а критик занимается поиском изъянов и недостатков в этих предложениях, рабочая пчелка - это тот человек, который работает, не привлекая внимания. Но сами по себе они не способны принести успех проекту, поскольку не обладают необходимой широтой кругозора.

- **Опора команды** - поддерживает силу духа в участниках проекта, оказывает им помощь в трудных ситуациях, пытается улучшить взаимоотношения между ними и в целом способствует поднятию командного настроения. Другими словами, такой человек выполняет в команде роль "дипломата". Эта роль особенно важна в безнадежных проектах, поскольку команда зачастую испытывает сильный стресс, и по меньшей мере один или два ее участника начинают вести себя как равнодушные ко всему "супермены".

- **Добытчик** - обнаруживает и сообщает о новых идеях, разработках и ресурсах, имеющихся за пределами проектной группы, налаживает внешние контакты, которые могут быть полезными для команды, и проводит все последующие переговоры. Такого человека еще называют "уборщиком мусора", поскольку он всегда знает, где отыскать бесхозный ПК, свободный конференц-зал, дополнительный рабочий стол или почти что любой другой ресурс, в котором нуждается команда. Командный добытчик имеет много друзей и связей в своей организации, с помощью которых можно выпросить или одолжить необходимые ресурсы. Главное, что добытчик обожает свою деятельность.

- **Завершающий** - поддерживает в команде настойчивость в достижении цели, активно стремится отыскать работу, которая требует повышенного внимания, и старается, насколько возможно, избавить команду от ошибок, связанных как с деятельностью, так и с бездеятельностью. Такой человек играет доминирующую роль во время тестирования системы на завершающей фазе жизненного цикла проекта, однако его роль на более ранних фазах тоже важна.

Еще один аспект формирования и развития команды — тренинги. Хотя предполагается, что члены команды имеют соответствующие знания, умения и навыки, им все равно требуется тренинг, на котором они узнают не только о технологиях и подходах к управлению проектом, но и о методах эффективной совместной работы. В него входят специальные упражнения в режиме реального времени и модули по самообразованию. Тренинги устраняют пробел между тем, что члены команды уже знают, и тем, что им предстоит узнать.

Если команда состоит из представителей разных организаций или культур, то ее члены должны больше узнать о соответствующих культурных традициях и особенностях коллег. Обеспечьте участие в таких познавательных дискуссиях опытных координаторов, чтобы эти дискуссии велись в позитивном русле.

Для того чтобы сократить этап формирования креативной команды, ее лидеры организуют специальные мероприятия. Впервые встретившиеся на проекте люди должны получить исчерпывающую информацию относительно того, что от них требуется: в действиях, поведении, командной работе. Очень важно все эти стандарты довести до их сведения как можно раньше. Если их вовремя не установить, люди вернутся к привычному типу поведения.

Один из способов выработать стандарты поведения — опросить членов команды на первом совещании. Узнать каковы их ожидания, какой они видят рабочую среду проекта. Открытое обсуждение позволяет понять, что приемлемо и неприемлемо для команды. Необходимо проводить опросы группы, чтобы узнать ее мнение о положении дел и выявить скрытые проблемы.

Основа проекта - люди, которые слаженно работают вместе, могут концентрировать общие усилия, своевременно решать поставленные задачи, соблюдать бюджет. Если команда подобрана правильно, то ее деятельность находится в стратегическом соответствии с целями проекта. Лидеры проекта и члены команды являются держателями общего плана проекта и плана выполнения проекта. Решая определенные проблемы, они могут действовать независимо, но в целом во главу угла ставится взаимодействие и совместная деятельность членов команды. Только некоторые решения принимает лидер, но, как правило, все решается коллегиально. В данном процессе участие принимают все члены команды, они чувствуют свою нужность и ответственность. Конечно, возникают споры и конфликты, когда речь идет о сложных вопросах, но люди видят, что их слушают и поддерживают. В такой среде ценят креативность и многообразие возможностей личности.

Творческий подход, упорный труд, соблюдение сроков и подробный анализ ситуации — все это особенно важно в проекте. Каждый член команды привносит нечто свое, уникальное, что повышает эффективность всего проекта.

Список литературы:

1. Баранчев В.П. Управление инновационными проектами. – Москва, 2008. - 232с.
2. Михеев В. Современная команда менеджмента проекта // Директор ИС. – 2001. - № 5.

3. Попова В.Л. Управление инновационными проектами: учебное пособие. – Москва, 2007. – 219с.
 4. Романова М.В. Управление проектами: учебное пособие. – Москва, 2007. – 243с.
- Турчин С. Современный подход к организации групповой работы в проектной команде. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessengineering.com.ua/>

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ЧЛЕНСТВА РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Ковальчук Т.В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: Tanya957@mail.ru

Научный руководитель: Тухватулина Л.Р., к.ф.н.

Современные тенденции во многом связаны с образованием различных мировых союзов, объединений, организаций, блоков и т.д. Членство в подобных объединениях обеспечивает взаимосвязанность усилий различных стран в решении экономических, социальных, политических проблем, с одной стороны. С другой – приводит к тому, что страны-члены становятся зависимыми от решений, принимаемых большинством стран, теряют возможность единолично формировать собственную экономику и политику. В силу этого, целью данной статьи является рассмотрение основных проблем, которые связаны с вступлением страны в международную организацию. В данной статье мы рассмотрим эти тенденции на примере вступления России во Всемирную торговую организацию.

Россия более 15 лет ведет переговоры о вступлении в ВТО, которая способствует регулированию мировой торговли. В 1993 году начались переговоры о присоединении к Генеральному соглашению по тарифам и торговле (ГАТТ), которое в 1995 году было преобразовано во Всемирную торговую организацию (ВТО). Таким образом, переговорный процесс по присоединению России к ВТО начался в 1995 году.

Российская Федерация остается одним из немногих государств мира, которые не входят в эту организацию. Необходимость и логичность вступления России в ВТО обуславливается, прежде всего, тем, что 88% российской внешней торговли приходится на страны ВТО. Будучи участником Всемирной торговой организации, Россия смогла бы на равных условиях вести торговые переговоры, оказывая на партнеров определенное влияние и защищая свои интересы. В данный же момент мнение России не учитывается, хотя всю внешнюю торговлю наша страна ведет по правилам ВТО [1].

По состоянию на октябрь прошлого года, России необходимо было провести лишь многосторонние переговоры, чтобы вступить в организацию. Однако вступление было вновь отложено на неопределенный срок в августе прошлого года в связи с обострением грузино-осетинского конфликта и участия в нем России. А уже в сентябре начался мировой финансовый кризис, который заставил задуматься уже не о свободной торговле, а о возвращении к жесткому регулированию странами своих экономик. И вопрос о том, вырастут ли выгоды от присоединения к ВТО для России, стал еще более актуальным [2]. В силу этого является разумным рассмотреть достоинства и недостатки возможного вступления России в ВТО., существующий положительный и отрицательный эффект при членстве в ВТО.

В качестве положительных аспектов вступления России в систему международной торговли можно указать:

1) так как условия доступа российских товаров и услуг на основные рынки сбыта ухудшаются, то общий ущерб от этого порядка 3-4 млрд. долл. в год. В этом случае при вступлении России в ВТО дискриминация должна быть устранена. Россия сможет вести переговоры по улучшению условий доступа на рынки и получит доступ к судебной системе разрешения споров;

2) в данный момент Россия изолирована от участия в разработке новых правил международной торговли, но при вступлении сможет участвовать в процессе создания нормативно-правовых актов, правил, регулирующих международную торговлю;

3) расширение Евросоюза (ЕС) за счёт государств Центральной и Восточной Европы и стран Прибалтики ухудшит условия доступа на рынки этих стран. ВТО предоставляет возможность получения компенсаций за ущерб, нанесённый в случае расширения таможенного союза ЕС.

4) законодательство России противоречиво, что препятствует нормальному развитию экономической деятельности, привлечению капиталовложений, но участие в ВТО предполагает стабильность законодательства. Это существенно повышает привлекательность государства для иностранных инвестиций.

5) таможенная политика России, как и политика регулирования доступа на рынок, имеет

противоречивый характер. Участие в ВТО подчинит политику регулирования доступа на рынок строгим международным правилам.

б) при вступлении в ВТО ожидается приток иностранных инвестиций, технологий и опыта [3].

Но наряду с положительными аспектами вступления России в систему международной торговли, существуют и отрицательные черты:

1) Россия лишится возможности защиты товаропроизводителей, т.к. тариф будет связан, а субсидии ограничены, так как в рамках ВТО одно из специфических требований к России – отказ от государственных субсидий;

2) Россия будет вынуждена открыть ключевые рынки услуг, в том числе финансовый, что нанесет ущерб национальным интересам;

3) потеря возможность проводить суверенную экономическую политику;

4) прогнозируется банкротство части российских предприятий, которые не выдержат конкуренции;

5) вступление России в ВТО приведет к вытеснению отечественных товаров импортными и возникновению массовой безработицы;

б) снижение пошлин приведет к росту импорта и снижению иностранных инвестиций [4].

На основе рассмотрения положительного и отрицательного эффекта вступления России в ВТО можно сделать вывод, что в краткосрочной перспективе Россия будет нести лишь убытки, но в долгосрочной – будет извлекать положительный эффект.

По мнению главы Министерства финансов РФ, вице-премьера Алексея Кудрина, Россия должна вступать во Всемирную торговую организацию. «Мы должны договариваться о вступлении в ВТО, так как усиление протекционизма является фактором, усиливающим кризис», – сказал он. Россия и другие страны должны искать общие решения развития мировой торговли и создавать новые правила сотрудничества, полагает он.

«Считаю, что с приходом администрации Обамы сейчас имеем шанс на политическом уровне договориться о вступлении в ВТО», – сказал Кудрин. По его мнению, Россия не должна в условиях мирового кризиса и сложившейся ситуации отказываться от планов, связанных с интеграцией России в мировое сообщество [5].

На мой взгляд, главные тенденции развития экономики будут определяться отнюдь не факторами, связанными с присоединением или неприсоединением России к ВТО, а общим ходом экономического развития.

Подводя итог, можно указать, что в ситуации финансового кризиса, создающего мировую экономическую и социальную напряженность вопрос вступления нашей страны в ВТО стал еще более сложным, т.к. как уже было сказано, вступление приведет к ухудшению и так не самой благополучной экономической ситуации в стране в краткосрочном периоде, однако, стратегическое значение членства в ВТО значительно и экономически эффективно. В силу этого, вступление России в ВТО должно быть тщательно продуманно и проанализировано, с точки зрения экономических и социальных последствий, которые оно повлечет.

Литература:

1. Интернет ресурс. – Режим доступа: <http://www.uralinform.ru/armnews/news103813.html>
2. Интернет ресурс. – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp>
3. Официальный сайт Российского Союза Промышленников и Предпринимателей. – Интернет ресурс. – Режим доступа: www.rspp.ru.
4. Морозов А.С. Проблема вступления России в ВТО // Бизнес и Банки- 2004.- № 22.- с.3-7.
5. Интернет ресурс. – Режим доступа: <http://www.pravda.ru/news/economics/24-03-2009/305898-kudrin-0>

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кривоzubова А.Е.

Томский государственный архитектурно-строительный университет

E-mail: AEKRIV@YANDEX.RU

Научный руководитель: д.э.н., профессор Малаховская М.В.

В современных условиях нормирование труда может быть использовано не только как инструмент управления предприятием в целом (например, для расчета численности работников предприятия), но и как инструмент управления персоналом, позволяющий мотивировать работников к выполнению определенного объема работы. Если работник будет находить в труде реализацию своих физиологических, персональных и социальных потребностей, то нормы могут быть рассмотрены как инструмент вторичного принуждения. Но возможность использования этого инструмента ограничена отсутствием в нашей стране актуализированных и действующих нормативов по труду.

В настоящее время необходимым условием социально-экономического развития общества является повышение эффективности экономики при одновременном усилении ее социальной направленности, наиболее полном учете интересов и потребностей человека во всех сферах его деятельности, и в первую очередь – в сфере труда.

В качестве одного из важнейших направлений реализации этих задач является нормативно-методическое и информационное обеспечение решения вопросов нормирования труда персонала предприятий/организаций любой формы собственности и организационной структуры управления.

Отечественными учеными, специалистами и практиками были созданы:

- теория нормирования и организации труда, нормативная база по труду межотраслевого и отраслевого назначения;
- разработаны методические основы установления обоснованных норм трудовых затрат применительно ко всем категориям и группам работников; определены основные положения организации нормирования труда на различных уровнях управления;
- создана система контроля за состоянием нормирования труда, планирования и финансирования разработки нормативных материалов и др.

Однако в условиях плановой экономики, при максимизации административно-командных методов управления трудом со стороны государственных органов имели место причины и объективного, и субъективного характера, не позволяющие в достаточной мере реализовать на практике достижения отечественной теории, методологии и научного потенциала.

В условиях жесткой конкуренции снизить затраты на производство продукции или оказание услуг без создания соответствующего инструментария, способного количественно оценить время выполнения технологических операций при различных вариантах организационных решений и выбора среди них оптимального практически невозможно [1].

Как правило, конкурентоспособность производимых товаров и услуг страдает еще и из-за невысокого качества рабочей силы. Велики потери трудового потенциала из-за плохого состояния здоровья и преждевременной смертности. Отсутствует действенная мотивация к труду. Абсолютное большинство трудоспособного населения нашей страны оценивают свои доходы как крайне низкие (на уровне прожиточного минимума или ниже).

Низкий уровень оплаты труда и недостатки в ее организации не стимулируют полной трудовой отдачей работников. В такой ситуации превращение нормирования труда в инструмент управления персоналом зависит от конкретных личностных характеристик руководителя и его способностей относится к решению проблемы организации производства творчески, через способы организации труда, процесс инжиниринга и прочее.

В этой связи уделяется все больше внимания количественным аспектам проблемы совершенствования организации производства. Этим и объясняется необходимость создания обоснованных и точных нормативов времени, необходимого на выполнение того или иного вида работы или конкретной операции технологического цикла.

Действующие нормы выработки, нормы времени, обслуживания и численности необходимо своевременно заменять новыми нормами по мере проведения организационно-технических мероприятий, обеспечивающих рост производительности труда. Систематически должны проводиться проверка действующих норм и пересмотр устаревших норм на работах, трудоёмкость которых уменьшилась в результате общего улучшения организации производства и труда, увеличения объёма производства, роста профессионального мастерства и совершенствования производственных навыков рабочих и служащих.

Организация нормирования труда призвана обеспечить прогрессивный уровень и равную напряжённость норм на всех предприятиях и во всех отраслях экономики. Эта задача должна решаться

путём централизованной разработки межотраслевых и отраслевых нормативных материалов по труду: единых и типовых норм выработки (времени), нормативов режимов работы оборудования, времени, обслуживания и численности персонала для различных видов и типов производства.

Многоуровневая иерархическая система регулирования взаимоотношений наемных работников и работодателей, адекватная рынку, создает правовую основу для расчета, обоснования, пересмотра и установления норм труда на предприятии в соответствии с требованиями рынка, нуждами и возможностями предприятий и, что не менее важно, с учетом интересов работников.

Эффективное использование нормирования как инструмента оценки интенсивности труда работника возможно только при условии систематического пересмотра и обновления норм труда, в наши дни оно ограничено отсутствием норм, отвечающим требованиям современного информационного общества.

Нормирование, помимо создания некой формы труда, должно эту форму еще и наполнять, исходя из содержания потребностей и работников, и работодателей.

Если предположить отсутствие на предприятии оппортунистического труда, т.е. принять наличие только добросовестности в отношениях между работником и работодателем, можно утверждать, что работник будет заинтересован в напряженных нормах. Это позволит ему реализовать все три компоненты потребности, составляющие содержание его труда: физиологическую, социальную и персональную. И работодатель должен ему это обеспечить, потому что это будет являться средством мотивации работника, его внутренним вознаграждением.

При этом необходимо помнить и о двойственности самого понятия нормы: с одной стороны, нормы – это то, что одинаково для всех, а с другой, нормы должны учитывать персональные характеристики работников (кто-то более талантлив, кто-то менее). И тогда для более талантливого работника нормы, принятые для всех являются ненапряженными, т.к. в силу наличия своего таланта или более развитых специфических качеств, он может справляться с тем же объемом работы, что и другие работники, но за меньшее количество времени. Таким образом, работник получает ренту в виде ненапряженности.

Таким образом, получается, что в напряженных нормах заинтересован и работодатель, и работник. Но работник заинтересован только в том случае, если он рассматривает это как способ самовыражения (персональная компонента).

Помимо этого, факт самого трудоустройства делает человека в глазах общества достойным уважения, что позволяет ему реализовать свои социальные потребности (социальная компонента содержания труда).

Не стоит забывать и о том, что на предприятии нормирование необходимо работодателю еще и как инструмент расчета штата сотрудников.

Эффективное использование нормирования труда в регулировании трудовых отношений может быть предложено за счет восстановления института нормирования в нашей стране. В частности посредством организации взаимодействия между научно-исследовательскими институтами, проектными бюро и непосредственно работодателями, при участии государства через создание необходимой нормативно-правовой базы.

Список литературы:

1. Л.М.Суетина. Состояние и концепция совершенствования нормирования труда в современных условиях. Материал с сайта www.jobgrade.ru

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Крисковец Л.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: larisakriskovets@sibmail.com

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., к.э.н.

Принимая решение о привлечении инвестиций, компания должна четко представлять, в какой форме финансовые средства будут поступать на предприятие и какой тип инвесторов планируется привлекать в перспективе, так как разные типы инвесторов имеют разные интересы и цели инвестирования, и инвестиционная привлекательность означает для них разные возможности.

Поэтому для понимания того, как сформировать инвестиционную привлекательность, предприятию необходимо знать, что делает компанию привлекательной в глазах инвестора. Предпочтения инвесторов – субъективная категория, которая зависит от типа инвестора.

Среди инвесторов можно выделить следующие основные группы [1]:

- 1) государство;
- 2) финансовые инвесторы;
- 3) инвесторы на рынке ценных бумаг.

Если инвестором является государство, то важно отметить, что его деятельность направлена прежде всего на создание институтов, составляющих экономику страны, поэтому зачастую ориентирована не на получение прибыли, а на решение социально-экономических задач в масштабе страны или региона и обеспечение инфраструктуры функционирования экономики. Так, государство в большей степени, чем другие участники экономики, заинтересовано в развитии инновационных производств, науки и техники, обеспечении социальной стабильности. В связи с этим инвестиционная привлекательность, с точки зрения государства, характеризуется не только финансовыми составляющими результата инвестирования, но и социально-экономическим и научным эффектом от инвестиций.

Однако для финансовых инвесторов (банков и иных кредитующих источников), предоставляющих заемные средства, ключевыми характеристиками инвестиционной привлекательности компании выступают ее кредитоспособность, платежеспособность и финансовая устойчивость, так как цель данного типа инвесторов – своевременно и в полной мере получить от заемщика предоставленные ему в распоряжение средства и плату за них в виде процентов.

Но для инвесторов на рынке ценных бумаг (долевых инвесторов) инвестиционная привлекательность характеризуется не только финансовыми показателями компании, но и стратегией ее развития, перспективами роста, открытостью и понятностью бизнеса, отсутствием нарушений законодательства, определенным уровнем корпоративной культуры, хорошими позициями в бизнесе, ростом капитализации и деловой репутацией. Для долевых инвесторов, которые рискуют своими средствами с целью получения дохода в будущем, интерес представляет получение отдачи от вложенного капитала в ожидаемом размере.

Цели инвестирования и подход к оценке инвестиционной привлекательности отличается и от типа долевого инвестора.

Стратегическим инвесторам отведена ведущая роль на инвестиционном рынке. Приобретая контрольный пакет акций компании с целью получения возможности реально управлять ею, они ориентированы на извлечение доходов от дополнительных эффектов, возникающих в результате «встраивания» компании в более масштабные бизнес-процессы инвестора [1]. В этом случае объектами финансовых вложений инвесторов данного типа могут являться компании, имеющие передовую технологическую базу, высококвалифицированный менеджмент, а также долгосрочные конкурентные преимущества, такие как большой потенциал потребительского рынка, растущий платежеспособный спрос, наличие необходимых лицензий и торговых марок.

Одной из главных целей стратегического инвестора – существенное увеличение рыночной стоимости компании в целом и стоимости своего пакета акций в частности, поэтому он приобретает его на длительный срок [3].

Другими важными участниками инвестиционного рынка являются портфельные инвесторы, которые покупают акции, а также другие ценные бумаги с разной степенью риска и доходности, ориентируясь на получение определенного дохода на вложенный капитал [3]. Портфельный инвестор приобретает небольшой пакет акций компании (как правило, до 10 % стоимости уставного капитала), который не может обеспечить ему контроль над организацией, поэтому инвестор ориентируется также на прирост стоимости компании с целью продажи своей доли в дальнейшем по более выгодной цене.

Портфель ценных бумаг – это инструмент, с помощью которого инвестор может обеспечить себе требуемую устойчивость дохода при минимальном риске. В зависимости от того, какую степень риска предполагает та или иная ценная бумага и приемлет ли ее инвестор, различают консервативных, умеренно-агрессивных и агрессивных портфельных инвесторов [2]. Цель инвестирования для агрессивного инвестора – спекулятивная игра, возможность быстрого вложения средств, поэтому он склонен к высокой степени риска и в своей инвестиционной деятельности делает акцент на приобретение акций, а также высокодоходных ценных бумаг небольших эмитентов, венчурных компаний. В свою очередь умеренно-агрессивный портфельный инвестор приемлет среднюю степень риска, его цель – длительное вложение капитала и его рост, поэтому большую часть его портфеля занимают ценные бумаги крупных и средних, но надежных эмитентов с длительной рыночной историей. Консервативный же инвестор – инвестор, склонный к гораздо меньшему риску, в связи с этим он приобретает в основном акции и облигации крупных стабильных эмитентов.

Для инвесторов, основывающих свои ожидания на росте курсовой стоимости акций, важно создать привлекательные перспективы роста такой стоимости. Для этого капитализация компании должна иметь

перспективы роста, однако развиваться она должна без больших колебаний.

Оценить инвестиционную привлекательность компании для инвесторов на рынке ценных бумаг может помочь коэффициент инвестиционной привлекательности, который характеризует степень оцененности акций на рынке и определяется отношением реальной стоимости компании к ее рыночной стоимости [1]:

$$K = \frac{\text{Реальная_стоимость_компании}}{\text{Рыночная_стоимость_компании}} \quad (1)$$

Рыночная стоимость (капитализация компании) рассчитывается как произведение курса акций на их количество:

$$\text{Капитализация_компании} = \text{Курс_акций} \times \text{Количество_акций} \quad (2)$$

Полученные значения коэффициента инвестиционной привлекательности трактуются следующим образом:

- более единицы – означает недооцененность компании фондовым рынком и потенциал курса акций к росту;
- менее единицы – переоцененность компании и потенциал курса акций к снижению.

При регулировании компанией курса своих акций на рынке путем скупки или продажи дополнительных пакетов важно стремиться к достижению соответствующих финансовых показателей, попадающих в итоге в отчетную информацию. Именно такую финансовую информацию видят фактические и потенциальные инвесторы и принимают на основе нее решения о покупке или продаже акций. Важно сориентировать стратегию компании на достижение показателей и соответствие критериям, в первую очередь, влияющим на оценку компании инвесторами, разработать программу финансово-экономического развития, позволяющую показать инвесторам наиболее удачные планы и результаты [2].

При этом ориентация на максимизацию роста курса стоимости акций любыми средствами не должна быть самоцелью компании [1]. Важно значительно не опережать реальную стоимость компании. Такое опережение может происходить под воздействием ожиданий акционеров и инвесторов. Если ожидания инвесторов большие, то капитализация опережает реальную стоимость компании. Если же ожидания акционеров пессимистические, то капитализация намного ниже реальной стоимости.

Таким образом, каждая группа инвесторов имеет свои цели инвестирования и, соответственно, определенную форму вложения финансовых средств. В зависимости от всего этого, инвесторы рассматривают предприятие как объект инвестиций именно с точки зрения наличия у него того фактора, который делает предприятие инвестиционно привлекательным для данного типа инвестора.

Список литературы:

1. Волков А.С. Создание рыночной стоимости и инвестиционной привлекательности / А. Волков, М. Куликов, А. Марченко. – Москва: Вершина, 2007. – 304 с.
2. Деева А.И. Инвестиции: Учебное пособие для вузов / А.И. Деева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Экзамен», 2005. – 400 с.
3. Ивасенко А.Г. Рынок ценных бумаг: Инструменты и механизмы функционирования: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, В.А. Павленко. – 3-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2007. – 272 с.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

Кузьмина Е. В., студентка; Коршунова Л.А., к.т.н., доцент

Томский политехнический университет

E –mail: kafmen@mail.ru

Основным фактором, влияющим на процесс ценообразования в электроэнергетике России и определяющим его, является государственное регулирование рынка. *Государственное регулирование рынка* – это установление государством правил поведения и контроля за действиями участников рынка в отдельных общественно важных сферах деятельности. Можно выделить следующие основные **формы государственного регулирования рынка**:

1. Формирование макроэкономических показателей, создающих определенную мотивацию субъектов рынка (налоговая система, курс национальной валюты, ставка рефинансирования, таможенная политика и т. п.).

2. Установление общих правил поведения участников рынка какого-либо товара. Например, правила, регулирующие рынок ценных бумаг, рекламной деятельности, энергоснабжения и др.;

3. Лицензирование деятельности участников рынка.

4. Ценовое регулирование, обязывающее поставщика какого-либо товара (услуги) осуществлять их поставку по ценам, определяемым в порядке, установленным государством.

В электроэнергетике используются все перечисленные формы государственного регулирования рынка, что в целом обеспечивает выполнение требований, предъявляемых обществом к этой сфере деятельности.

Основными задачами государственного регулирования цен являются:

1. Обеспечение баланса интересов потребителей (доступные цены) и регулируемых предприятий (финансовые результаты, привлекательные для кредиторов и инвесторов).

2. Определение структуры тарифов на основе принципов справедливого и эффективного отнесения издержек на тарифы для различных типов потребителей.

3. Стимулирование предприятий энергетических отраслей к сокращению издержек и излишней занятости, улучшению качества обслуживания, повышению эффективности инвестиций и т.д..

4. Использование возможностей ценовых механизмов регулирования при проведении стабилизирующей макроэкономической политики.

5. Управление развитием экономики в регионах.

Если сформулировать региональные проблемы, которые могут решаться с помощью тарифов на электрическую и тепловую энергию, то они заключаются в следующем:

- выравнивание тарифов по субъектам РФ с целью обеспечения равномерного их развития;
- управление режимами электро- и теплопотребления;
- стабилизация экономического положения энергообъектов и их объединений при заблаговременно не запланированном снижении спроса на энергию;
- стимулирование увеличения или снижения спроса на энергию отдельными потребителями или группами потребителей и соответственно регулирование их экономической активности.

Существующая практика установления тарифов на розничном рынке не соответствует реальным затратам на производство, передачу и распределение электрической энергии для конкретных потребителей.

Тарифы для крупных промышленных потребителей значительно выше, чем для сельскохозяйственных потребителей, населения и покупателей – перепродавцов, хотя стоимость передачи электроэнергии для этих групп потребителей значительно выше, так как их электроснабжение осуществляется на низших классах напряжения.

Таким несоответствием объясняется массовое желание крупных потребителей выйти на оптовый рынок, где тарифы значительно ниже, действующих на потребительском рынке.

Однако, решить проблему снижения тарифов для промышленных потребителей таким простым путем, как вывод всех желающих на оптовый рынок и отпуск им электрической энергии по тарифу ФОРЭМ, невозможно. Поскольку система перекрестного финансирования (снижение тарифа одним потребителем за счет повышения другим) в этом случае вызовет еще большее увеличение тарифа оставшимся промышленным потребителям розничного рынка.

Кроме того, практически все потребители получают электрическую энергию через сети региональной энергоснабжающей организации, поэтому стоимость электроэнергии для потребителя, выходящего на оптовый рынок, будет определяться не только тарифом ФОРЭМ, но и затратами энергоснабжающей организации на обслуживание и развитие сетей, и оказание других услуг по обеспечению надежного электроснабжения потребителя.

Основная задача, решаемая при формировании базовой системы тарифов на электроэнергию, сводится к дифференциации среднего тарифа по группам потребителей. Группировка потребителей осуществляется в настоящее время по отраслевому признаку (промышленные потребители, железнодорожный электрифицированный транспорт, сельские потребители) и по сферам применения (непромышленные потребители, население). Уровни тарифов для групп потребителей по существу не связаны с характерными для этих групп режимами электропотребления. При грамотном построении тарифов режим электропотребления должен учитываться не только в процессе осуществления расчетов за электроэнергию, но прежде всего на стадии обоснования уровня тарифов. Для этого необходимо постепенно уходить от существующей группировки потребителей и переходить к группировке по совокупности признаков, в том числе по мощности, коэффициенту сменности, объемам электропотребления.

Разделение потребителей электрической энергии по значению присоединенной мощности и заявленному объему потребления должно быть одним из основных направлений реформирования существующей группировки потребителей. Границы раздела потребителей электрической энергии по мощности следует установить несколько, например, 100, 750, 3000, 5000, 10000 кВт и выше. Для каждой

группы может быть рекомендован набор возможных тарифов и соответствующих требований к учету потребления мощности и энергии.

Необходимо также подчеркнуть, что изменение группировки потребителей должно рассматриваться одновременно с развитием собственно системы тарифов, их видов и форм. Группировка потребителей может осуществляться не только по присоединенной мощности в киловольт-амперах, но также по значению собственного максимума в киловаттах или по нагрузке в киловаттах, приходящейся на часы прохождения максимума энергосистемой.

Реализация этих предложений требует коренного усовершенствования систем и приборов, обеспечивающих корректный учет и объективный контроль потребляемой мощности.

Совершенствование должно идти не только по пути усложнения приборов и компьютеризации учета, но и посредством разработки и внедрения простейших устройств, ограничивающих нагрузку потребителей при нарушении ими договорных условий, например, автомата, отключающего потребителя при превышении им заявленной нагрузки и включаемого после этого представителем энергосбытовой организации.

Необходимо рассмотреть вопрос о группировке промышленных и коммунальных потребителей по мощности и объемам потребления. Вопросы совершенствования группировки потребителей тесно связаны со смежными вопросами развития системы тарифов. Применение по сути дела только двух видов тарифов – одноставочных и двухставочных с платой за мощность и энергию – неоправданно ограничивает возможности использования тарифов в качестве инструмента экономического управления потреблением.

Отраслевые задачи, которые могут решаться с помощью тарифов на электрическую и тепловую энергию, заключаются в следующем:

- возмещение затрат и получение прибыли энергетическими объектами и их объединениями за продукцию, поставляемую на рынок;
- управление режимами электро- и теплопотребления;
- стабилизация экономического положения энергообъектов и их объединений при заблаговременно не запланированном снижении спроса на энергию;
- стимулирование увеличения или снижения спроса на энергию отдельными потребителями или группами потребителей.

Для решения этих задач необходима разработка широкой гаммы многоставочных тарифов, регулирующая роль которых может быть усилена наличием более удобной группировки потребителей. Широко применяется двухставочный тариф с платой за мощность, участвующую в максимуме нагрузки энергосистемы.

Упорядочение тарифов на электроэнергию на розничном рынке будет стимулировать потребителя к участию в регулировании электропотребления, приведет к сглаживанию графика нагрузки энергосистемы и повысит конкурентоспособность товаропроизводителей.

Список литературы:

1. Волконский В.А., Кузовкин А.И. Оптимальные тарифы на электроэнергию – инструмент энергосбережения. – М., 2006.
2. Гительман Л.Д., Ратников Б.Е., Гительман Л.Н., Лекомцева Ю.Г. Экономический механизм региональной энергетической политики. – М., 2007.

УЧЕТ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНЕРГИИ

Кузьмина Н.Г., ст. преподаватель

Томский политехнический университет

E-mail: kafmen@mail.ru

Учет, контроль и приборный анализ эффективности расходования энергоресурсов. Повышение эффективности производства продукции и услуг требует от руководства предприятия организации эффективного использования различных ресурсов, включая энергетические. Для этого необходимо наладить контроль и учет за расходованием всех видов энергоресурсов, внедрить автоматизированное регулирование в системах энергопотребления. Лишь после этого можно эффективно заниматься вопросами энергосбережения. Анализ эффективности использования топливно-энергетических ресурсов может быть проведен лишь на основе количественных данных их потребления с учетом всей энергетической цепочки от генерирования энергии до ее конечного применения.

Методы измерения количества топлива зависят от его агрегатного состояния. Измеряются масса твердого топлива, объем, массовый или объемный расход жидкого и газообразного топлива. Дополнительно может потребоваться измерение температуры и давления. Кроме того, для оценки качества топлива необходимо знать его влажность. При загрузке топлива в топочное устройство могут использоваться *дозировочные питатели*. При хранении жидкого топлива с помощью *уровнемеров* или манометров измеряется уровень в емкостях.

В технике для измерения давления в качестве контрольно-измерительной аппаратуры используются *индикаторные манометры*. Измерение давления проводится не только для определения свойств жидких или газообразных энергоносителей, но и затрат энергии на их перемещение по трубопроводам.

В связи со значимостью уменьшения потерь теплоты на всех стадиях ее производства и потребления измерение температуры приобретает первостепенное значение. По-прежнему находят применение *стеклянно-жидкостные термометры*, принцип действия которых основан на том, что рабочая жидкость с изменением температуры меняет свой объем.

Большое количество теплоты может теряться через ограждающие поверхности котлов, печей, теплопроводов, зданий и других теплоиспользующих устройств. Кроме того, во многих устройствах, механизмах и агрегатах в процессе функционирования происходит преобразование механической работы, электрической энергии в теплоту, что необходимо учитывать при определении их энергоэффективности. В связи с этим важно осуществлять контроль температуры поверхностей ограждающих конструкций и устройств, что позволяет определить тепловые потери.

Для учета и контроля жидких или газообразных энергоносителей, холодной и горячей воды необходимо измерять их расход. Особенно важно наладить контроль потребляемой теплоты, которая, в отличие от электроэнергии, стала учитываться сравнительно недавно. В настоящее время существует несколько принципов учета теплоты. Первый метод определения расхода теплоты основан на уравнении теплового баланса (измеряются расход и температуры теплоносителя). Второй метод учета теплоты применяется при индивидуальном расчете за теплоту в системах отопления. Он основан на регистрации количества испарившейся жидкости за отопительный сезон, которое связано с использованной теплотой.

Учет электрической энергии является обязательным как на предприятиях и в учреждениях, так и в бытовом секторе. В настоящее время получили распространение *автоматизированные системы контроля и учета электроэнергии* (АСКУЭ), которые предназначены для измерения и определения расхода электрической энергии и мощности, а также автоматического сбора, обработки и хранения данных со счетчиков электроэнергии и отображения полученной информации в удобном виде для анализа и диагностики работы учета. Счетчики – важнейший элемент АСКУЭ.

До недавнего времени наиболее распространенными были *индукционные счетчики электрической энергии*. Однако они обладают рядом недостатков, основными из которых являются невысокий класс точности (второй) и наличие механических рабочих элементов конструкции. Механические элементы в процессе работы изнашиваются, и со временем точность измерений ухудшается. Кроме того, эти счетчики позволяют потреблять неучтенную энергию.

В последнее время индукционные счетчики электрической энергии заменяются электронными с более высокой точностью измерений (класс точности – первый) и без механических рабочих элементов. В большинстве случаев в таких счетчиках используются жидкокристаллические индикаторы. Кроме того, *электронные счетчики* не позволяют использовать неучтенную энергию. Имеются модификации многотарифных счетчиков, которые стимулируют потребление электроэнергии в ночное время, тем самым улучшая график электрической нагрузки в электросети. Современные счетчики строятся на базе микропроцессоров с цифровыми выходами и возможностью работы с компьютером.

Измерение электрической нагрузки проводится как стационарными приборами, так и портативными. Потребляемая активная мощность может также регистрироваться с помощью *вольтметров и амперметров*. Все показатели качества электроэнергии по напряжению зависят от объема потребления реактивной мощности нагрузкой предприятия, поэтому необходим ее контроль. Для этих целей используются фазометры, ВАРметры.

Проведение оценки работы электроприводов требует наличия счетчиков включения – отключения, измерителей наработки часов в нагруженном состоянии и на холостом ходу, секундомера для измерения времени выхода на рабочий режим. Оценка эффективности электрического освещения проводится на основе измерения освещенности с помощью люксметров в сочетании с определением потребляемой мощности источниками света.

Анализ эффективности работы различных двигателей – электрических, внутреннего сгорания, паровых – требует измерения частоты вращения вала. Такие измерения проводятся с помощью *тахометров*.

В системах транспортировки и потребления энергоносителей – горячей воды, пара, природного газа, сжатого воздуха и других – могут быть течи. Потери энергоносителя снижают КПД систем передачи

и потребления. Для обнаружения течей используются *течеискатели*, в основе которых лежат различные принципы работы. В трубопроводных системах эффективным обнаружителем течей является ультразвуковой течеискатель. Он позволяет с минимальными затратами времени точно локализовать места утечек энергоносителя.

Регулирование потребления энергии. Регулирование количества потребляемой энергии может осуществляться ручным способом и с использованием автоматики. На эффективность первого метода большое влияние оказывает человеческий фактор, связанный с субъективным восприятием окружающего мира. Поэтому возможности ручного метода регулирования ограничены более узкими рамками. Например, такие факторы, как освещенность или температура помещения, определяющие комфортные условия в зданиях, ассоциируются у людей по – разному. Автоматическое регулирование лишено этих недостатков и позволяет поддерживать комфортные условия в соответствии с установленными нормами.

Под *автоматическим регулированием* понимается поддержание постоянным или изменяющимся по определенному закону физического параметра, характеризующего процесс. Регулирование складывается из измерения состояния объекта и действующих на него возмущений и воздействия на регулирующий орган объекта.

Среди задач, стоящих перед системой управления, основными могут быть названы:

- стабилизация (поддержание постоянными управляемых величин с заданной точностью);
- программное управление (управление физическим параметром по заранее известному закону), например функциональная зависимость температуры теплоносителя в системе теплоснабжения от температуры наружного воздуха.

По типу воздействия на объект системы управления могут быть разделены на следующие группы:

- следящие (за некоторой измеряемой величиной);
- самонастраивающиеся (на оптимальное значение какого-либо из показателей системы);
- разомкнутые (регулирование без обратной связи);
- замкнутые (регулирование с обратной связью).

В *разомкнутых системах управления*, как правило, отсутствует компенсация влияния неконтролируемых возмущений, и они применяются для систем программного управления. Например, при односменной или двухсменной работе учреждений и предприятий после окончания рабочего дня отпуск теплоты уменьшается, а перед началом – повышается до требуемых нормативов. В жилых домах, наоборот, отпуск теплоты максимален в вечернее время, когда большинство людей находятся дома и требуется поддержание комфортных условий. Кроме того, данные системы позволяют осуществлять пофасадное регулирование отпуска теплоты, которое учитывает направление и интенсивность ветра, а также потоки лучистой теплоты Солнца. Такая система дает возможность создавать однородные комфортные условия для обитателей всех помещений и приводит к более эффективному использованию энергии.

В *замкнутых системах* управляющее воздействие формируется в зависимости от управляемой величины. Они используются для систем стабилизации.

Список литературы:

1. Анчарова Т.В., Гамазин С.И., Шевченко В.В. Экономия электроэнергии на промышленных предприятиях. – М., 2006.
2. Аракелов В.Е., Кремер А.И. Методические вопросы экономии энергоресурсов. – М., 2005.
3. Клевцова А.В. Средства оптимизации потребления электроэнергии. – М., 2004.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Лемза А.Л., студент

Томский политехнический университет

E-mail: anna_lemza@mail.ru

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., к.э.н.

Эффективным направлением перспективного управления инвестиционной деятельностью организации, подчиненного реализации целей ее общего развития в условиях происходящих существенных изменений макроэкономических показателей, системы государственного регулирования рыночных процессов, конъюнктуры инвестиционного рынка и связанной с этим неопределенностью, выступает управление инвестиционной деятельностью предприятия на принципах стратегического менеджмента. В основе такого управления лежит инвестиционная стратегия предприятия.

Инвестиционная стратегия – это система долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения [2].

Формирование инвестиционной стратегии фирмы – сложный творческий процесс, базирующийся на прогнозировании конъюнктуры инвестиционного рынка и условий осуществления инвестиционной деятельности. Сложность этого процесса заключается и в том, что при формировании инвестиционной стратегии идет обширный поиск и оценка альтернативных вариантов инвестиционных решений, наиболее полно соответствующих имиджу компании и задачам ее развития. Определенная сложность формирования инвестиционной стратегии заключается также в том, что она не является неизменной, а требует периодической корректировки с учетом меняющихся внешних условий и новых возможностей роста компании.

Исходной предпосылкой формирования инвестиционной стратегии является базовая стратегия экономического развития фирмы. По отношению к ней инвестиционная стратегия носит подчиненный характер и должна согласовываться с ней по целям и этапам реализации. Инвестиционная стратегия при этом рассматривается как один из главных факторов обеспечения эффективного развития компании в соответствии с избранной ею базовой стратегией.

Процесс формирования инвестиционной стратегии фирмы проходит ряд этапов:

1. Начальный этап разработки инвестиционной стратегии — определение общего периода ее формирования, который зависит от следующих условий:

- предсказуемости развития экономики в целом и инвестиционного рынка, в частности;
- продолжительности периода, принятого для формирования базовой стратегии фирмы;
- отраслевой принадлежности фирмы;
- размера фирмы [1].

2. Формирование стратегических целей инвестиционной деятельности, которое должно исходить, прежде всего, из системы целей базовой стратегии. Для формирования стратегических целей инвестиционной деятельности необходимо предварительно исследовать факторы внешней инвестиционной среды и конъюнктуры инвестиционного рынка, а также оценить сильные и слабые стороны предприятия, определяющие особенности его инвестиционной деятельности.

При формировании целевых стратегических нормативов важно правильно спрогнозировать желательные и нежелательные, но возможные тенденции развития отдельных показателей инвестиционной деятельности.

3. Разработка наиболее эффективных путей реализации стратегических целей инвестиционной деятельности, которая осуществляется по двум направлениям:

1. Разработка стратегических направлений инвестиционной деятельности;
2. Разработка стратегии формирования инвестиционных ресурсов.

Разработка стратегических направлений инвестиционной деятельности базируется на системе целей этой деятельности. В процессе разработки последовательно решаются следующие задачи:

- определение соотношения различных форм инвестирования на отдельных этапах перспективного периода;
- определение отраслевой направленности инвестиционной деятельности;
- определение региональной направленности инвестиционной деятельности.

Все направления и формы инвестиционной деятельности фирмы осуществляются за счет формируемых ею инвестиционных ресурсов. Разработка стратегии формирования инвестиционных ресурсов призвана обеспечить бесперебойную инвестиционную деятельность в предусмотренных объемах; наиболее эффективное использование собственных финансовых средств направляемых на эти цели, а также финансовую устойчивость фирмы в долгосрочной перспективе. Разработка стратегии формирования инвестиционных ресурсов фирмы осуществляется по следующим этапам:

- прогнозирование потребности в общем объеме инвестиционных ресурсов;
- изучение возможности формирования инвестиционных ресурсов за счет различных источников;
- определение методов финансирования отдельных инвестиционных программ и проектов;
- оптимизация структуры источников формирования инвестиционных ресурсов [1].

4. Четвертый этап разработки инвестиционной стратегии предусматривает установление последовательности и сроков достижения отдельных целей и стратегических задач. В процессе этой конкретизации инвестиционной стратегии обеспечивается внешняя и внутренняя синхронизация во времени. Внешняя синхронизация предусматривает согласование во времени реализации инвестиционной стратегии с базовой стратегией фирмы, а также с прогнозируемыми изменениями конъюнктуры инвестиционного рынка. Внутренняя синхронизация предусматривает согласование во времени реализации отдельных направлений инвестирования между собой, а также с формированием необходимых для этого инвестиционных ресурсов.

5. И, наконец, на последнем этапе производится оценка разработанной стратегии, которая

осуществляется на основе следующих критериев:

1. Согласованность стратегии фирмы с базовой стратегией фирмы. При этом исследуется согласованность целей, направлений и этапов реализации этих стратегий.

2. Внутренняя сбалансированность инвестиционной стратегии. В процессе такой оценки определяется, насколько согласуются между собой отдельные стратегические цели и направления инвестиционной деятельности, а также последовательность их выполнения.

3. Согласованность инвестиционной стратегии с внешней средой. При этом оценивается, насколько разработанная инвестиционная стратегия соответствует прогнозируемым изменениям экономического развития инвестиционного климата страны, а также конъюнктуры инвестиционного рынка.

4. Реализуемость инвестиционной стратегии с учетом имеющегося ресурсного потенциала. В процессе такой оценки в первую очередь рассматриваются потенциальные возможности фирмы в формировании финансовых ресурсов за счет собственных источников. Рассматривается также возможность привлечения к реализации инвестиционной стратегии требуемых финансовых, технологических, сырьевых, энергетических и других ресурсов.

5. Приемлемость уровня риска, связанного с реализацией инвестиционной стратегии. В процессе такой оценки рассматриваются уровни основных инвестиционных рисков и их возможные финансовые последствия для фирмы.

6. Результативность инвестиционной стратегии. Оценка результативности инвестиционных программ базируется, прежде всего, на определении экономической эффективности их реализации. Наряду с этим оцениваются и внеэкономические результаты, достигаемые в процессе реализации инвестиционной стратегии (рост имиджа фирмы, улучшение условий труда ее сотрудников и т.д.) [1].

Разработанная инвестиционная стратегия ложится в основу тактического (текущего) управления инвестиционной деятельностью путем формирования инвестиционного портфеля предприятия. В свою очередь тактическое управление является базой оперативного управления инвестиционной деятельностью путем реализации отдельных реальных инвестиционных проектов и реструктуризации портфеля финансовых инструментов.

Исходя из стратегических целей предприятия, должна вытекать инвестиционная политика, которая представляет собой форму реализации инвестиционной стратегии предприятия в разрезе наиболее важных направлений инвестиционной деятельности на отдельных этапах ее осуществления. В отличие от инвестиционной стратегии инвестиционная политика формируется только по конкретным направлениям деятельности.

Итак, разработка инвестиционной стратегии затрагивает три основные области принятия решений: производственную деятельность, эффективное финансирование и эффективное инвестирование. Только комплексное решение взаимосвязанных проблем, позволит осуществлять эффективную производственную деятельность, основанную на оптимальном использовании производственных ресурсов; эффективное финансирование, которое предполагает тщательный выбор и осторожное использование источников финансирования; эффективное инвестирование, основанное на тщательном расчете и оценке инвестиционных решений и сопутствующих им рисков.

Таким образом, в современных условиях хозяйствования инвестиционная стратегия становится одним из определяющих факторов успешного и эффективного развития предприятия.

Список литературы:

1. Кныш М.И., Перекатов Б.А., Тютиков Ю.П. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности: Учеб. Пособие. – СПб.: Изд. Дом «Бизнес-Пресса», 1998. – 315 с.;
2. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. – 184 с.;
3. Чиченов М.В. Инвестиции: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 248 с.

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ МЕНЕДЖЕРА

Маскова К.Р., магистрант; Кильдигулов Т.И., магистрант
Уфимский государственный авиационный технический университет

E-mail: kartim@mail.ru

Научный руководитель: Фатхуллина Л.З., к.э.н., профессор

Сегодня к руководителю, несмотря на кадровый голод, предъявляются достаточно высокие требования. Эффективность управления процессами и людьми в ситуации большого информационного насыщения, постоянно изменяющихся условий, и быстро растущих оборотов, зависит от образования и образованности менеджера, стремления к развитию и обучению, личностных качеств и способностей, уровня зрелости и ответственности, а также хорошо развитого набора профессиональных управленческих компетенций.

В разных политических условиях, на разных этапах социально-экономического развития, в разных сферах бизнеса требования, выдвигаемые к знаниям и умениям руководителя, будут различными, а, следовательно, будет разным и набор компетенций. Он будет меняться в зависимости от среды, внешних условий, стратегических и тактических задач компании.

Говоря о современном менеджере, без учета отраслевых особенностей бизнеса и претензии на единственность предлагаемой модели, обозначим его ключевые компетенции:

- Понимание особенностей бизнеса и системный взгляд на него;
- Лидерство, включающее в себя осознанную и ответственную «Я» - позицию, умение видеть будущее и побуждать других идти за ним;
- Коммуникативная компетенция, умение взаимодействовать с разными людьми, что называется, «перемешаться по уровням»;
- Способность к саморазвитию и самообучению;
- Креативность, умение видеть и преодолевать ограничения и находить нестандартные пути решения стоящих задач;
- Гибкость и готовность к постоянным изменениям плюс умение инициировать эти изменения и управлять ими;
- Эмоциональная компетентность, состоящая в умении осознавать свои чувства и эмоции, понимать их причину и управлять своим эмоциональным состоянием, в эмпатии по отношению к другим людям и умении влиять на их эмоциональное состояние;
- Умение видеть возможности и ресурсы сотрудников, уметь их возвращать и развивать;
- Толерантность к неопределенности и умение принимать решения в ситуациях недостатка информации и временных ресурсов;
- Умение работать с информацией, отбирать и синтезировать ее в соответствии с приоритетами.
- Умение предлагать комплексные решения с учетом интересов всех сторон;
- Предпринимательское мышление, сфокусированное на умении видеть возможности и сосредотачивать ресурсы в нужное время в нужном месте;

Эта модель выглядит красиво и кажется идеальной, но она становится реально осуществимой, если вспомнить о том, что у каждого человека есть сильные и слабые стороны. И если речь идет о подборе специалиста-управленца, то предполагается, что он должен быть уже компетентен в каких-то областях, и в достаточно высокой степени, а какие-то компетенции потребуют развития или формирования.

Можно предложить менеджеру развивать свои сильные компетенции, предполагая возможность делегирования задач, лежащих в области недостаточно развитых компетенций, подчиненным. Но есть такие вещи, которые делегировать просто невозможно, потому что эти компетенции являются основой управленческой деятельности, входят в «первую десятку». Возможно ли представить делегированное лидерство, саморазвитие, организаторские способности?

Поэтому целесообразнее пойти по другому пути - по пути определения недостаточно развитых компетенций и составления индивидуального плана развития сотрудника, опираясь на идею подтягивания слабых функций и выравнивания профиля. В таком случае первым шагом будет анализ соответствия личностных и профессиональных качеств менеджера требованиям занимаемой должности. Оценить такое соответствие предлагается путем экспертной оценки профессиональных качеств.

Ниже представлена матрица управленческих качеств. Плюсами отмечена желаемая для руководящей должности степень выраженности качеств.

Таблица 1. – Матрица управленческих качеств

Личностные качества	Степень выраженности качества				
	высокая	выше среднего	средняя	ниже среднего	низкая
Открытость, общительность, умение устанавливать контакты с людьми		+++++	++++		+
Интеллектуальность, умение решать абстрактные задачи, обучаемость	+++	+++			
Эмоциональная устойчивость, умение сохранять спокойствие в сложной ситуации		+++			
Уверенность в себе		+++			
Личностная тревожность				+++	
Предприимчивость, активность		+++			
Склонность к нововведениям		+++			
Стремление к независимости в поступках и решениях		+++			
Способность доверять людям, отсутствие предубеждений		+++			
Ответственность, добросовестность	+++	+++			
Организованность, самоконтроль		+++			

Для проведения экспертной оценки степени проявления деловых и личностных качеств каждого менеджера составляется экспертная группа, куда входят работники, находящиеся в его подчинении (не менее четырех человек). Их просят оценить степень проявления деловых и личностных качеств менеджера, заполнив оценочные листы (см. таблицу 2).

Оценка осуществляется по пятибалльной шкале. Допустимо использовать оценки с десятичными долями. Самая негативная может явно не отражаться в оценочном листе, а скрываться в графе «Затрудняюсь ответить», что дает эксперту уйти от ответа, не придумывая при этом необъективную причину. Поэтому при обработке анкеты эта графа не учитывается. Собранные листы экспертной оценки обрабатываются и на основании полученных данных рассчитываются средние показатели по каждому критерию, которые затем отражаются на графике.

Таблица 2. - Оценочный лист

№	Категория	Оценка					
		5	4	3	2	1	Затрудняюсь ответить
1	Умение анализировать, мыслить логически						
2	Самостоятельность в принятии решений						
3	Инициативность						
4	Умение устанавливать контакты с людьми, работать в группе						
5	Эмоциональная устойчивость, умение сохранять спокойствие в сложной ситуации						
6	Ответственность, дисциплинированность						
7	Способность к объективной самооценке						
8	Организаторские способности						
9	Способность к обучению						
10	Стремление к профессиональному совершенствованию и развитию карьеры						

Такой анализ призван помочь осознать руководителю свои сильные и слабые стороны, спрогнозировать управленческие ситуации, где они могут проявиться, определить способы коррекции. Рекомендацией может быть прохождение одного или нескольких тренингов (тренинг развития лидерских качеств, тренинг общения и т. д.) или же такие тренинги могут быть включены в программу индивидуальной подготовки руководителя.

Список литературы:

1. Казанцева М.В., Шпилевская О.М. Специфика формирования кадрового резерва // Справочник по управлению персоналом - №7, 2003.
2. Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. – С. 91.

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Мертус Ю.А., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: violet@sibmail.com

Научный руководитель: Спицын В.В., доцент

Развитие инновационной и инвестиционной деятельности в нашей стране набирает обороты. У многих организаций и предпринимателей, и даже физических лиц, появляются идеи по производству новых товаров, идеи новых инвестиционных проектов. Только на один сайт за февраль 2009 года было подано 18 заявок на получение инвестиций [4]. Причем каждая заявка сопровождается готовым бизнес-планом. Даже в условиях кризиса есть возможность для создания нового производства. Инвесторам нужно только оценить предложенные бизнес-планы, оценить риски и можно вкладывать деньги. Но от инвесторов, которые готовы финансировать такие проекты, за этот же месяц только одна заявка. Очевидно, что имеются проблемы именно с точки зрения финансирования инвестиционных проектов.

Одной из проблем является недостаток информации о возможном получении инвестиций. Если предприятия могут получить необходимую информацию от своих партнеров, могут вложить в реализацию проекта собственные средства, могут сами подать заявку на получение инвестиций, то индивидуальные предприниматели и физические лица, не имея собственных финансовых ресурсов, зачастую не знают, куда за этим можно обратиться. У них могут быть вполне выполнимые и привлекательные для инвесторов проекты, но они не могут их никому представить на рассмотрение. Возможный вариант решения этой проблемы – создание единой базы данных по инвестиционным проектам. Создание единого государственного сайта, где будут собираться все заявки на получение инвестиций и все заявки от инвесторов на вложение средств со всей страны, позволит обеим сторонам быстрее наладить сотрудничество и для каждой из сторон позволит выбрать наиболее подходящий вариант. Само государство сможет выделять некоторые проекты и финансировать их. Только информацию необходимо обязательно освещать в СМИ, так как подобных сайтов много и вся информация разрознена. Необходимо собрать ее в одном месте.

Кроме того, у индивидуальных предпринимателей и физических лиц может не оказаться средств на создание пакета проектных документов (бизнес-плана, ТЭО, инвестиционного меморандума). А им самим создать такие документы не представляется возможным из-за отсутствия необходимых навыков. У организаций, как правило, с созданием документов проблем не возникает. Поэтому инвесторам не следует сразу отказываться от проекта из-за отсутствия документов. Необходимо первоначально оценить проект по имеющимся данным, и если он заинтересовал инвестора, то оказать финансовую помощь для создания документов. Об условиях возмещения средств, предоставленных на эти цели, стороны всегда смогут договориться.

Иногда возникают проблемы с финансированием уже во время реализации проекта. Эти проблемы возникают вследствие ошибок, связанных с оценкой источников финансирования и управлением задолженностью по проекту. По словам ведущего научного сотрудника Межведомственного аналитического центра Минпромнауки РФ Е.А. Какаевой, к числу ошибок данной группы относятся:

- превышение инвестиционными затратами суммарного размера привлекаемых источников финансирования проекта (включая реинвестируемую прибыль) – недостаток источников финансирования проекта;
- несоответствие графика привлечения источников финансирования графику инвестиций, приводящее к возникновению дефицита источников финансирования в некоторые интервалы планирования;
- невыплата процентов по привлекаемым на платной основе заемным средствам (отсутствие расчетов процентных платежей);
- погашение привлекаемых заемных источников финансирования не в полном объеме или с нарушением запланированных кредитными соглашениями сроков [1].

Система финансового обеспечения инвестиционного процесса складывается из органического

единства источников финансирования инвестиционной деятельности и методов финансирования. Метод финансирования инвестиций — способ привлечения инвестиционных ресурсов, основанный на договорной, нормативно-законодательной основе и предполагающий соблюдение интересов одной из сторон либо обоюдные, коллективные интересы [2;164].

Одним из способов долгового финансирования для компании является выпуск и продажа на рынке капитала срочных ценных бумаг (облигаций). Однако к этому методу финансирования инвестиций могут прибегать лишь те предприятия, платежеспособность и деловая репутация которых не вызывают сомнений у инвесторов (кредиторов). По сравнению с самофинансированием рынок капитала как источник финансирования конкретного предприятия практически неограничен. Если условия вознаграждения потенциальных инвесторов привлекательны в долгосрочном плане, можно удовлетворить инвестиционные запросы в достаточно больших объемах. Однако подобное развитие событий возможно лишь теоретически, а на практике далеко не каждая компания может воспользоваться рынком капитала как средством мобилизации дополнительных источников финансирования. Функционирование рынков, в том числе и требования, предъявляемые к его участникам, в известной степени регулируются как государственными органами, так и собственно рыночными механизмами. В частности, роль государства проявляется в антимонопольном законодательстве, препятствующем суперконцентрации финансового и производственного капиталов; что касается рыночных механизмов, ограничивающих возможность привлечения необоснованно больших объемов финансирования, то здесь следует упомянуть о зависимости между структурой капитала и финансовым риском и эффекте резервного заемного потенциала предприятия [3].

Другим способом долгового финансирования проектов является инвестиционный кредит. Инвестиционный кредит имеет определенные отличия от других кредитных сделок, в числе которых специфика целевого назначения кредита, более длительный срок предоставления и высокая степень риска. Использование этого капитала генерирует наиболее опасные инвестиционные риски в хозяйственной деятельности предприятия – риск снижения финансовой устойчивости и потери платежеспособности. Уровень этих рисков возрастает пропорционально росту удельного веса использования заемного капитала. Также существует высокая зависимость стоимости заемного капитала от колебаний конъюнктуры финансового рынка. В ряде случаев при снижении средней ставки ссудного процента на рынке использование ранее полученных кредитов (особенно на долгосрочной основе) становится предприятию невыгодным в связи с наличием более дешевых альтернативных источников кредитных ресурсов. Проблемой является сложность процедуры привлечения инвестиционных кредитов (особенно в больших размерах), так как их предоставление зависит от решения кредиторов, требует в ряде случаев соответствующих сторонних гарантий или залога (при этом гарантии страховых компаний, банков или других хозяйствующих субъектов предоставляются, как правило, на платной основе).

В качестве одной из возможностей привлечения финансирования инновационной деятельности выделяют бюджетные ассигнования. Правительством предусмотрено выделение средств федерального бюджета на финансирование высокоэффективных инвестиционных проектов при условии размещения этих средств на конкурсных началах. Право на участие в конкурсе имеют коммерческие высокоэффективные инновационные проекты, связанные в первую очередь с развитием экономики. При этом инициатор проекта должен вложить не менее 20% собственных средств и срок окупаемости проекта не должен превышать двух лет. Небольшие предприятия с возможными привлекательными проектами не смогут принять участие в таком конкурсе, так как у них просто не хватит на это средств. Вероятнее всего, что предприятие просто продаст свой проект более крупной компании (во много раз дешевле, чем могло бы получить прибыли от реализации такого проекта), которая его реализует, и будет пользоваться полученными результатами.

Правительству необходимо создать условия для возможности небольшим предприятиям реализовывать свои проекты. Возможно, следует для малых предприятий снизить процентную планку по вложениям в проект собственных средств. Либо предоставлять на такие цели кредиты на льготных условиях. А также по возможности упростить процедуру получения необходимых документов, но не в ущерб окружающей среде и интересам заинтересованных людей (жителей местности, где планируется строительство, работников предприятия и т.д.). По мнению экспертов, состояние инновационной деятельности и инвестиционного климата в России далеко от идеала. На сегодняшний день уменьшившиеся объемы государственного финансирования, нехватка собственных средств у предприятий и отсутствие стратегического мышления у их руководителей не восполняются притоком частного капитала. Это существенно тормозит развитие инвестиционной деятельности в нашей стране.

К сожалению, существуют проблемы не только с точки зрения финансирования проектов, но и с точки зрения содержания самих проектов. Из всех обращений на получение инвестиций за февраль 2009 года по данным вышеуказанного сайта только 30% проектов направлено на создание новых производств. Подавляющее большинство заявок направлено на получение инвестиций для строительства объектов недвижимости: жилых зданий, гостиниц, зданий под офисы и развлекательные заведения. Это своего

рода получение, как для инвесторов, так и для предпринимателей, «легкой одноразовой прибыли» – строительство на одну сумму, продажа в несколько раз дороже. Но такие проекты не несут социальной направленности, у большинства жителей нет средств, чтобы купить такое дорогое жилье. Инвесторам следует обратить внимание на проекты, связанные с производством новых товаров или строительством новых производственных объектов (например, искусственных мышц, металлургического комплекса, который предполагается построить на территории Томской области). Эти проекты обеспечат инвесторам устойчивость экономической ренты на протяжении долгого периода времени, а государству обеспечат стабильность налоговых поступлений в бюджет. Также эти проекты позволят создать много новых рабочих мест, тем самым, улучшив ситуацию с безработицей в нашей стране. Конечно, эти проекты связаны с большей степенью риска и сравнительно большим сроком окупаемости, но ведь кому-то нужно начинать инвестировать средства в производство!

Список литературы:

1. Какаева Е.А. Типовые ошибки при оценке инвестиционных проектов // Роль аналитика в управлении предприятием. Конференция. – 2001.
2. Янковский К.П. Инвестиции. – СПб.: Питер, 2008.
3. Интернет-ресурс: <http://www.interaktiva.su/invest.html>
4. Интернет-ресурс: www.restko.ru

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФОРМА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Михальченко Е.В., доцент; Верховская М.В., доцент.

Томский политехнический университет

E-mail: caty-mp@yandex.ru

Нынешнее время характеризуется появлением новых задач и связанных с ними противоречий. С одной стороны, наблюдаются рождение новой информационной цивилизации, с другой - становится все более очевидной неготовность личности, общества и общественных функциональных подсистем адекватно реагировать на быстро меняющуюся структуру взаимодействия и деятельности.

Так например, задачу управления человеческими ресурсами уже в своей постановке содержащую технологические моменты невозможно решить без учета быстроменяющейся структуры деятельности, без технологии прогнозирования этих изменений и без эффективных обратных связей обеспечивающих постоянное подстраивание системы управления. Очевидно, что скоростные характеристики обратных связей и самой технологии управления должны быть соотносимы со скоростными характеристиками процессов происходящих в обществе.

Система образования, важная подсистема управления человеческими ресурсами, вплоть до второй половины XX века была способна формировать специалистов будущего, опережая и даже определяя технический прогресс. Сегодня же место рождения новых технологий и фундаментальных открытий явно переместилось из университетской науки в науку корпоративную. Это означает, что ученые - специалисты по подготовке кадров оказываются менее компетентными в новых видах деятельности, чем их коллеги из производственных корпораций. Качество образование уже плохо держится на традиционной и хорошо зарекомендовавшей себя технологии обучения, и, в ближайшее время можно ожидать резкого и повсеместного несоответствия уровня подготовки и требований деятельности.

Современные требования к системе образования персонала сводятся по крайней мере к двум:

- во-первых, специалист должен иметь возможность постоянно находиться в образовательной системе, непрерывно совершенствуя свои знания и умения и одновременно обновляя их настолько, чтобы обеспечивалось, при необходимости, быстрое кардинальное изменение структуры деятельности,
- во-вторых, обеспечение непрерывного личностного роста в рамках организации, обусловленного деятельностью связанной с участием в образовательном процессе.

Однако ни та, ни другая задача нынешней традиционной системой образования не решается.

Непрерывное образование должно было бы предполагать плавный переход от одного уровня образования к другому с сохранением технологий образования и структуры предметных областей осваиваемых знаний. Однако на каждом уровне обучающийся вынужден переучивать заново все ранее освоенное и, более того, заново учиться способам освоения знания. На эту бессмысленную деятельность общество, организации и личность тратят неоправданно большое количество денег и времени.

Поэтому необходимо создание принципиально новой технологии, основанной на иной парадигме, при которой образовательная система откажется от насильственного форматирования обучающегося и сосредоточится на задачах управления образовательным процессом и обеспечением условий его протекания. Субъектом образовательной деятельности при этой постановке станет сам обучающийся. От образовательной системы в этом случае потребуются только одно: постоянное обеспечение субъекта деятельности необходимой информацией в удобной для него форме и в удобное для него время.

При такой постановке задачи непрерывности образования и личностного роста оказываются непротиворечащими, а поддерживающими друг друга. А их технологическое решение, на наш взгляд, лежит в сфере современных глобальных телекоммуникаций, с помощью которых можно обеспечить постоянный беспрепятственный доступ к мировым информационным источникам и эффективную обратную связь.

Задача образования через задачу управления включена в глобальные задачи современности, решить которые будет возможно лишь тогда, когда цивилизация выработает механизмы самоуправления и устойчивого развития, контролирующего и уже тем гарантирующего предотвращение глобальных кризисов.

Обратная связь по каналу “производство-кадры” (а именно эту задачу решает современная образовательная система) - лишь частный случай среди других обратных связей, которые необходимо организовать человечеству для устойчивого развития. Например, реализация таких связей, как производство-экология, производство-социум, производство-культура, - позволят снять проблему индустриально-кадровой гонки. Проблема непрерывного образования вследствие различных (в том числе экономических) причин может быть решена, в том числе, и дистантно.

Действительно, непременным атрибутом не дистантного, а очного образования является необходимость группе обучаемых и преподавателю регулярно собираться в месте организации учебного процесса в одно и то же время. Это пока еще допустимо для людей, не занятых в производственном процессе. Для тех же, кто вовлечен в него, участие в учебном процессе становится все более проблематичным с возрастом, ростом профессионализма, карьерой. Регулярные встречи на занятиях требуют отсутствия на производстве все более высококвалифицированного работника, а значит, приводят к все более высоким потерям, которые возникают из-за их отсутствия.

Но, с другой стороны, производство будет деградировать, если не обеспечит своих сотрудников современными технологическими знаниями. Технологическое отставание осуществляется быстрее, чем технологический прорыв.

Дистантное образование с использованием современных средств телекоммуникаций предлагает на сегодня наиболее оптимальный выход из этой ситуации.

Непрерывное дистантное образование позволяет всегда оставаться актуальным, так как дает возможность технологически сравнительно несложным способом включать в образовательную систему передовых ученых.

В дистантном образовании обучение в действительности становится многокомпонентным интеллектуальным трудом и школой управления интеллектуальным трудом.

Процесс дистантного образования - удобная модель интеллектуальной деятельности в целом, достаточно легко структурирующаяся и позволяющая выделить, объективировать, и изучать различные ее функции, в том числе и отдельную функцию управления.

Дистантный образовательный проект, таким образом, можно рассматривать и как системоформирующий фактор интеллектуальной (телекоммуникационной) системы управления человеческими ресурсами.

Таким образом, современная среда диктует следующие требования к системе образования работников:

1. На современном этапе резкого убыстрения темпов экономических, научно-технических, технологических и ресурсных преобразований всех сфер общественной жизни, соответствующих потребностям перехода к экономике знаний, актуализируется проблема создания непрерывной системы образования. В новых условиях обеспечения экономического развития однократно полученные работниками знания и навыки быстро устаревают. Поэтому для того, чтобы трудовые ресурсы, как фактор производства, соответствовали потребностям общества, они должны постоянно проходить процесс переобучения.

2. Необходимо обеспечивать многоуровневость этой системы. Работники должны иметь возможность постоянно наращивать свой теоретический и практический багаж и, на этой основе обеспечивать свое соответствие все более сложным и нетривиальным проблемам современного производства. В новой системе обучающиеся должны иметь возможность пройти все стадии обучения и образовательные уровни в единой профессиональной и педагогической парадигме. Причем крайне важной является преемственность образования на разных уровнях.

3. Необходимо, чтобы образование, соответствующее новым условиям, отвечало требованиям

реальной действительности, в первую очередь, ее социально-экономическим и научно-техническим аспектам. Все предлагаемые обучающимся знания должны четко соответствовать практическим потребностям, особенностям функционирования разных сфер экономики и общественной жизни и стоящим перед ними реальным целям.

4. Современные системы образования должны обеспечивать развитие компетентностей обучающихся на основе использования не абстрактных теоретических задач, а реальных практических проблем, стоящих перед ними. Способность соответствовать этому крайне актуальному для современного развития общества требованию является специфической чертой дистантного образования, выгодно отличающей его от традиционных форм.

5. Непрерывное образование работников должно не только обеспечивать их соответствие постоянно возрастающим потребностям развития научно-технической и социально-экономической сфер современного общества. Оно также должно обеспечивать более высокий уровень комплексности обучения за счет создания в организациях сред саморазвития и взаимного обогащения персонала как основы организационного развития, без которых современные предприятия не могут соответствовать возросшим требованиям, предъявляемым к ним со стороны функционирования современной рыночной экономики. Очень важно, чтобы тенденция общего повышения образовательного уровня захватила как можно большее количество работников.

БЕНЧМАРКИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Мухамедова М.М., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: marketing_87@bk.ru

Научный руководитель: Могильницкая Г. О., к. э. н., доцент.

Авиакомпания Southwest Airlines, изучая запросы клиентов, пришла к выводу, что увеличение числа рейсов и более удобное расписание будет способствовать завоеванию лояльности клиентов. Как добиться этих показателей без покупки новых самолетов? Для начала менеджеры рассчитали, сколько времени уходит на заправку и техническое обслуживание. Был сделан вывод: необходимо сократить время пребывания самолета на земле, не нарушая при этом технических норм. Обратившись к опыту других авиапредприятий, компания обнаружила, что по времени обслуживания самолетов она и сейчас вне конкуренции.

Один из менеджеров обратил внимание на то, что эталоном скорости обслуживания транспортного средства считаются автогонки. Тогда управляющие авиакомпаниями изучили специальную литературу и ознакомились с принципами командной работы техников. Затем попробовали внедрить эти принципы в компании. Конечно, Southwest Airlines, в результате не смогла обслуживать самолеты с такой же скоростью, с какой в "Формуле-1" обслуживают машины, однако время на эту процедуру сократилось с 45 до 15 минут, что в результате помогло увеличить количество рейсов.

Эта история - пример использования маркетингового инструмента под названием "бенчмаркинг".

Термин бенчмаркинг происходит от английского «Benchmarking» - перенятие опыта, процесс поиска, анализа и внедрения новых и более совершенных приемов работы. Поиск осуществляется путем сравнения собственных методов работы с наилучшими из тех, которые используют другие компании.

Объектами бенчмаркинга могут стать: продукт, затраты, бизнес-процесс, стратегия и т.п. Так же он может быть направлен и на выявление лучших методов работы в самой компании (характерно для крупных предприятий).

Если обратиться к истории возникновения бенчмаркинга, то в различных источниках можно найти примеры использования этого метода, под другими названиями. В Японии бенчмаркинг соотносится по содержанию с японским словом «dantotsu», означающим «усилие, беспокойство, желание лучшего (лидера) стать еще лучшим (лидером)». В Китае, известно правило китайского генерала Сун Тзу, который писал: «Когда ты знаешь своего врага и знаешь себя, ты не страшишься результата от сотни войн». В России же деятельность Петра I в Голландии, несомненно, можно отнести к опыту использования процесса бенчмаркинга.

Родиной термина «бенчмаркинг» является США. Консалтинговая организация PIMS (воздействие маркетинговой стратегии на прибыль) в процессе исследований установила, что для того, чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, нужно анализировать и использовать лучший опыт других предприятий, которые успешны в похожих условиях. В 1979 году американская компания «Ксерокс»

открыла проект «бенчмаркинг конкурентоспособности» для сравнения качества и затрат производства с японскими аналогами. Фирма детально исследовала не только опыт передовых компаний Японии, но и также новшества в области менеджмента, в том числе и из других сфер бизнеса. Проект получил большой успех. С этого времени бенчмаркинг стал частью стратегии компании «Ксерокс».

В таких странах, как Япония, США действуют «индустриальные бюро знакомств» (по выражению Филиппа Котлера), где компании могут найти партнера для бенчмаркинга. В настоящее время и в России образован бенчмаркинг клуб - сообщество профессионалов, которое ставит своей целью создание в нашей стране сети центров для распространения передового опыта и знаний, оказания помощи предприятиям и организациям в повышении показателей их деятельности, достижении делового совершенства (www.benchmarkingclub.ru).

Но целесообразно ли делиться своими секретами успешности? Сегодня аргументов в пользу открытости становится все больше и больше. Во-первых, во всем мире считается престижным и даже экономически выгодным признание компании эталоном, во-вторых, это дает рычаги управления конкурентами и развития отрасли, в-третьих, это позволяет не допустить применения потенциально новых технологий и подходов, которые могут стать более успешными, чем существующие.

В поиске подходящего эталона в первую очередь обращают внимание на конкурентов. Если у предприятия получится разработать успешную стратегию, а конкуренту повторить её, то шансы успеха довольно высоки. Но в реальности узнать, что действительно способствовало успеху очень трудно. То ли это удачная реклама, а может быть новая мотивация сотрудников или удобное расположение офиса. Спросить прямо невозможно, остается полагаться на маркетологов - аналитиков, которые анализируют прайс-листы, предложения конкурентов и т. п. Можно попробовать опрашивать потребителей, с целью выяснить их мнение о товарах и услугах конкурентов, их сильных и слабых сторонах. Опытные аналитики на основе таких данных могут сделать точные выводы о том, какие действия конкурентов привели их к успеху. Иногда стандартных источников информации для изучения конкурентов бывает недостаточно, и тогда оружием может стать конкурентная разведка.

В России большую популярность приобрело изучение опыта западных аналогов. Например, компания «Невская косметика» постоянно анализирует работу Procter & Gamble, L'Oreal, Unilever, Henkel.

Полезный опыт можно перенять и у компаний, действующих в других отраслях. Классический пример - компания «Ксерокс», которая на этот раз нашла слабое звено в логистике – управление складскими запасами. Выбирая компанию-эталон, менеджеры остановились на компании L. L. Bean, игрок рынка спортивных товаров. В итоге это позволило «Ксерокс» усовершенствовать сбыт своей продукции.

Не смотря на все сложности в перенесении опыта компании из другой отрасли, здесь существует большая возможность договориться с каким-либо предприятием и нанести ему «официальный визит». Например, планируя реорганизацию компании Caterpillar (машиностроение и оборудование), ее руководство посетило IBM, Texas Instruments для изучения опыта в построении эффективной структуры управления. В результате это помогло Caterpillar перейти к дивизиональной системе управления. Российские примеры использования такого метода бенчмаркинга тоже есть: ОАО "Объединенные машиностроительные заводы" изучало, как лучшие зарубежные производственные компании управляют технологическим и инновационным подразделением. А компания "Нижфарм" используя практику предприятия "Вимм-Билль-Данн", решила вопрос о выкладке препаратов в аптеках.

Бенчмаркинговое исследование занимает довольно продолжительное время и включает в себя несколько этапов (в зависимости от целей и размера компании этапы могут меняться):

1. Оценка компании и определение областей для улучшений.
2. Определение предмета эталонного сопоставления.
3. Поиск эталонной компании.
4. Сбор информации.
5. Анализ информации, определение ограничений по реализации проекта.
6. Внедрение полученного опыта в деятельность организации.
7. Повторная самооценка и анализ улучшений.

Этап 1. Оценка компании и определение областей для улучшений.

Каждая компания выбирает подходящий метод для самооценки. Эффективным подходом к определению слабых сторон организации, является SWOT-анализ. На этом этапе будет выявлена необходимость первоочередных изменений и направление основного процесса бенчмаркинга.

Этап 2. Определение предмета эталонного сопоставления.

Существуют различные подходы к описанию бизнес-процессов. Компания должна выбрать подходящую методику для её деятельности. Например, это может быть детализация <сверху вниз> или <снизу вверх>. Так можно четко понять бизнес-процессы организации и определить предмет для эталонного сопоставления.

Этап 3. Поиск эталонной компании.

Организация может найти партнера для бенчмаркинга через потребителей, из газетных и журнальных статей, на конференциях, коммерческих выставках и т. п.

Этап 4. Сбор информации.

Основная цель этого этапа получить ответ на вопрос, как и что делать, чтобы получить желаемый результат.

Этап 5. Анализ информации, определение ограничений по реализации проекта.

Анализируя показатели партнера, нужно понимать, что информация весьма специфичная. Отличия в бизнес-практике между эталонным предприятием и улучшаемым могут быть слишком велики, и тогда барьеры по реализации проекта улучшений окажутся непреодолимыми. Каждая организация, проводящая бенчмаркинг, должна понимать, что собранная информация может подтвердить бессмысленность осуществления ранее планируемого проекта в силу выявленных ограничений.

Этап 6. Внедрение полученного опыта в деятельность организации.

Беззастенчивое присвоение опыта вызовет проблемы, особенно если полученные знания из практики одной компании не были адаптированы к условиям ведения бизнеса другой компании. А если желаемые результаты не будут достигнуты, то и интерес к дальнейшим эталонным исследованиям у руководителей будет потерян.

Этап 7. Повторная самооценка и анализ улучшений.

Мониторинг хода выполнения работ и оценка конечных результатов сформируют новые ориентиры для совершенствования и позволят оценить степень эффективности реализованного проекта бенчмаркинга.

Процесс улучшений — безграничен. Бенчмаркинг — это вечный двигатель непрерывного процесса стремления к лучшему. На момент начала внедрения нововведений они, как правило, уже устаревают. Важно постоянно перепроверять установленные бенчмарки и продолжать поиск более совершенных партнеров, более достойных примеров для подражания. Эти два процесса, как и все в этом мире, бесконечны.

Список литературы:

1. Харрингтон Х. Дж., Харрингтон Дж. С., Бенчмаркинг в лучшем виде!, СПб, "Питер", 2004 г., с. 46-47.
2. Р.Рейдед., Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли//журнал «Менеджмент в России и за рубежом», №6, 2007
3. <http://www.it2b.ru/it2b2.view3.page191.html>

ГИПОТЕЗА О НООСФЕРЕ И ИДЕОЛОГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Нагайцев П.М., студент

Томский политехнический университет

E-mail: ledzep3@sibmail.com

Научный руководитель: Кузьмина Н.Г., ст. преподаватель

Реализация в экономическом исследовании углубления различия причинно-следственной взаимосвязи элементов, характеризующих экономические отношения и процессы, возможна лишь при условии рассмотрения сферы господства разума как неотъемлемой части рационализации экономики. В связи с этим в изучение концепций современного естествознания включено рассмотрение ноосферы как понятия, раскрывающего сущность коллективного сознания.

Превращение разума и труда человечества в геологическую силу планетного масштаба происходило в рамках биосферы, составной частью которой оно является. В.И. Вернадский в своих исследованиях неизменно подчеркивал, какое огромное воздействие человечество оказывает на расширение жизни путем создания новых культурных видов растений и животных. Опираясь на его идеи о биогеохимической основе биосферы, французский математик и философ Эдуар Леруа (1870—1954) ввел в 1927 г. понятие ноосферы, или сферы разума, для характеристики современной геологической стадии развития биосферы. Его позицию разделял также крупнейший французский геолог и палеонтолог Пьер Тейяр де Шарден (1881—1955), впоследствии в своем труде «Феномен человека» определивший ноосферу как одну из стадий эволюции мира. Признавая, что эта стадия, как и сам человек, является результатом тысячелетней истории развития органического мира, он считал движущей силой эволюции

целеустремленное сознание («ортогенез»).

В отличие от него В.И. Вернадский рассматривает возникновение сознания как закономерный результат эволюции биосферы, но, однажды возникнув, оно затем начинает оказывать все возрастающее влияние на биосферу благодаря трудовой деятельности человека.

Ноосфера есть новое геологическое явление на нашей планете. В ней впервые человек становится крупнейшей геологической силой. Он может и должен перестраивать своим трудом и мыслью область своей жизни, перестраивать коренным образом по сравнению с тем, что было раньше.

Первоначальные представления о направленности эволюционного процесса в сторону возникновения мыслящих существ и признании геологической роли человечества высказывались многими учеными и до В.И. Вернадского. Так, уже в XVIII в. известный французский естествоиспытатель Ж.Бюффон высказал идею о царстве человека, которая в XIX в. была развита основателем современной геологии Жаном Луи Агассисом (1807—1873). Хотя эти идеи и опирались на признание все возрастающей роли человечества в изменении лика Земли, но они не были связаны с принципом направленности эволюции живого вещества биосферы.

Этот принцип в качестве эмпирического обобщения выдвинул американский ученый Джеймс Дана (1813—1895), который еще до появления труда Ч.Дарвина впервые четко заявил, что эволюция живого вещества идет в определенном направлении. Основываясь на своих исследованиях ракообразных и моллюсков, Д.Дана пришел к выводу, что на протяжении, по крайней мере, двух миллиардов лет происходили усовершенствование и рост центральной нервной системы животных, начиная от ракообразных и кончая человеком. Этот процесс он назвал цефализацией, при которой достигнутый уровень организации нервной системы никогда не снижается. Хотя при этом возможны и остановки, и скачки, но направление эволюции не идет вспять. Его последователь Ле Конт, основываясь на принципе направленности эволюции, назвал эру, связанную с появлением на Земле человека, психозойской. Ближе к нашему времени известный русский геолог Алексей Петрович Павлов (1854—1929), оценивая чрезвычайно возросшую роль человечества как мощного геологического фактора, в последние годы жизни настойчиво говорил об антропогенной эре в эволюции биосферы. Подобных высказываний можно было бы привести много, но за немногими исключениями они ограничиваются лишь констатацией разрозненных фактов, не рассматривают их в системе и не дают им теоретического объяснения.

Концепция Вернадского впервые привела все известные эмпирические факты, данные и результаты в целостную единую систему знания, которая убедительно объясняет, какие факторы способствовали переходу от биосферы к ноосфере. Она основывается на признании решающей роли человеческой деятельности, труда и мысли в эволюции биосферы, а через последнюю и в изменении происходящих на Земле геологических процессов и лика Земли в целом. Важно подчеркнуть, что В.И. Вернадский не ограничивается исследованием влияния трудовой, производственной деятельности на процессы, происходящие в биосфере и на земной поверхности. Хорошо сознавая, что труд представляет собой целесообразную деятельность, основанную на мысли и воле, он указывает, что ноосфера, или сфера разума, будет все больше и больше определять не только прогресс общества, но и эволюцию биосферы в целом, а через нее и процессы, совершающиеся на Земле. Недаром он рассматривает мысль как планетарное явление.

Эволюционный процесс получает особое геологическое значение благодаря тому, что он создал новую геологическую силу — научную мысль социального человечества. Под влиянием научной мысли и человеческого труда биосфера переходит в новое состояние — в ноосферу.

Каким же образом человеческая деятельность влияет на процессы в биосфере, как она способствует ее эволюции? Почему именно эта деятельность придает эволюции биосферы направленный характер?

Прежде всего, отметим, что биологическая эволюция присуща лишь живому веществу биосферы, т.е. различным видам растений и животных и, разумеется, человеку в той мере, в какой он развивался до возникновения цивилизации и превращения в *Homo sapiens* (человека разумного). В дальнейшем биологическая эволюция человека переходит в эволюцию социальную.

Эволюция живого вещества биосферы приводит к возникновению новых видов растений и животных, которые, как и остальные виды, неразрывно и непрерывно связаны с окружающей их средой прежде всего питанием и дыханием как наиболее характерными процессами обмена веществ. Такой обмен приводит к миграции, движению атомов от живого вещества к неживому, в особенности к биогенному, в котором живые элементы объединены с неживыми. Нельзя также забывать, что во время эволюции молекулы и атомы живого вещества не остаются неизменными. А все это во многом меняет характер взаимодействия живого вещества биосферы не только с ее неживой частью, но и с остальными сферами оболочки Земли.

В период перехода от биосферы к ноосфере на сцену выступает такой мощный геохимический фактор, как постоянно увеличивающееся количество зеленого живого вещества в биосфере, получаемого посредством расширения посевных площадей и интенсификации земледелия. В результате

искусственного отбора новых сортов растений и пород животных значительно ускоряются процессы эволюции, быстрее возникают новые виды. А это, в свою очередь, в еще большей мере способствует ускорению процессов обмена между живым и косным веществом в биосфере.

По-видимому, постепенный переход к ноосфере начался еще сотни тысяч лет назад, когда человек овладел огнем и стал изготавливать первые, весьма несовершенные еще орудия производства и охоты. Благодаря этому он получил огромное преимущество перед животными, но с геологической точки зрения гораздо более важным был длительный процесс приручения диких стадных животных и создания новых сортов культурных растений. Как известно, именно этот процесс положил начало скотоводству и земледелию, которые исторически привели к первому наиболее значительному разделению общественного труда и систематическому обмену его продуктами между разными племенами. В.И. Вернадский указывает:

«Человек этим путем стал менять окружающий его мир и создавать для себя новую, не бывшую никогда на планете живую природу. Огромное значение этого проявилось еще и в другом — в том, что он избавился от голода новым путем, лишь в слабой степени известным животным, — сознательным, творческим обеспечением от голода и, следовательно, нашел возможность неограниченного проявления своего размножения».

Что же касается борьбы с животными, то человек одержал в ней победу, по существу, с изобретением огнестрельного оружия, и поэтому теперь он должен предпринимать особые меры, чтобы не допустить истребления всех диких животных. Еще большие усилия необходимы для сохранения самой биосферы в связи с многократно возросшими техногенными нагрузками на нее. В связи с этим возникает общая для всего человечества глобальная проблема сохранения окружающей среды, и прежде всего живой природы.

Различение законов логики, проявляющихся в различных сферах жизнедеятельности человека, приводит к пониманию того, что алгоритм развития накладывает некоторые ограничения на роль времени в динамике различных процессов. Иными словами, планирование экономической деятельности должно быть ориентировано на тот факт, что влияние временного фактора на развитие экономических процессов является необратимым.

Список литературы:

1. Лобачев А. И. Концепции современного естествознания. Учебник для студентов вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 239 с.
2. Шалабин Г.В., Суровцев Л.К. Экономика, окружающая среда и устойчивое развитие - М.: Молодая гвардия, 2007. - 351 с.

ВЫБОР АЛЬТЕРНАТИВ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Напрюшкина А. Н., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: alcifer @ mail. ru

Научный руководитель: Е. Ю. Калмыкова, доцент

Сегодня нет человека, который не слышал бы о мировом финансовом кризисе. Эта тема является одной из самых главных тем во всем мире. О кризисе говорят на всех телеканалах, пишут все журналы, газеты и интернет. Существует много гипотез с чем связан кризис, чего ждать в будущем и какое оно будет. Известно одно, сегодня мировой финансовый кризис. Можно предположить, что в этом виновато время, в котором мы живем. Время, где во всем мире господствуют рыночные отношения. А что понимается под рыночными отношениями или рыночной экономикой? Рыночная экономика — экономика, организованная на основе рыночной саморегуляции, при которой координация действий участников осуществляется исключительно государством, а именно законодательной и судебной властью непосредственно, а исполнительной только опосредовано, путем введения различных налогов, сборов, льгот и т. п. Это экономика, в которой только решения самих потребителей, поставщиков товаров и услуг определяют структуру распределения. А рыночные отношения - это встреча спроса и предложения на рынке. Но получилось так, что рынок оказался перенасыщен, спрос во много раз превысил предложение. Обычные граждане потребляли гораздо больше продукции, чем могли себе позволить, результатом чего стало перенасыщение рынка спросом и соответственно предложением, «пузырь потребностей» не выдерживал. Конечно, это является не главной причиной возникновения кризиса, но немаловажной.

Финансовый кризис сильно отразился на экономике в целом. Мало того, что упал спрос, предложение, возникла проблема нехватки денег, а точнее появился риск потерять свой капитал. Но ситуация сегодня такая, что инвесторам не приходится выбирать куда вложить деньги, чтобы преумножить свой собственный капитал в разы, положение такое, что необходимо искать такие альтернативы вложения, чтобы сохранить свои деньги. Инвестиции могут быть совершенно различными: инвестиции в недвижимость России, инвестиции в зарубежную недвижимость, инвестиции в рынок ценных бумаг, депозиты в банках, валютная биржа, покупка валюты или драгоценных металлов.

Одним из самых рискованных вложений является валютная биржа - Forex, «игра» на разнице валют. Forex является внебиржевым рынком. Он не имеет конкретного места торговли. На рынке Forex торговля происходит через компьютеры одновременно в сотнях банков во всем мире. Поэтому, валюта на рынке Forex не имеет общей установленной для всех участников рынка цены. Каждый из маркет-мейкеров Forex устанавливает свою цену. Рынок работает круглосуточно, причем обмен валюты в течение рабочей недели не прекращается. Практически в каждом из часовых поясов есть множество маркет-мейкеров Forex, ежесекундно котирующих валюту. Forex по объему превосходит мировой фондовый рынок в 4-5 раз. Безусловно, данный вид вложения денег может принести большую прибыль, причем в кратчайшие сроки, но так же может принести и убыток. Если бы можно было предугадать куда пойдет рынок в тот или иной момент, то можно было бы зарабатывать большие деньги, но в этом и заключается весь риск – нет уверенности, куда пойдет рынок, слишком большой риск. Менее рискованным и достаточно популярным видом вложения, сохранения и преумножения денег является – покупка валюты и перепродажа её в дальнейшем. Но опять таки возникает вопрос, какую стоит покупать валюту, иностранную или все таки держать деньги в рублях (для России). Здесь получается такая же ситуация, что и с Forex, нет достоверной и постоянной информации. Покупая валюту, никто точно не знает, будет ли данная валюта дорожать или наоборот. Весь интерес здесь заключается так же в разнице валюты. Покупка валюты, является не столько увеличивающим прибыль способом, сколько способом сохранения денег.

Далее к менее рискованному вложению денег можно отнести покупку драгоценных металлов (золото, серебро, платина, палладий), открытие счета в банке в драгоценных металлах. Росбанк, предлагает по вкладам в драгоценные металлы, до 7,00% годовых. Естественно, что ставка по вкладу варьируется в зависимости от срока вклада. Чем длиннее срок, тем выше ставка по вкладу. Выгоднее вкладывать достаточно большую сумму. Конечно же инвестиции в драгоценные металлы является одним из самых популярных вложение среди инвесторов в том плане, что драгоценные металлы имеют уникальные физические и потребительские свойства: имеют высокую ликвидность (особенно золото и серебро), обладают высокой капиталоемкостью, а так же предоставляют хорошие возможности для диверсификации вложений (золото). Следующим, одним из достаточно надежных способов преумножения или сохранения денег, является депозит в банке. Сегодня банки предлагают самые различные условия вкладов. Все зависит от того, с какой целью инвестор открывает счет, чтобы получать ежемесячную прибыль или же получить накопленные проценты по окончании срока вклада. Вклады можно открывать как в зарубежной валюте (доллар, евро), так и в рублях. Процентные ставки так же различны, варьируются от 10 до 13,5% годовых, естественно процентная ставка зависит от суммы вклада и срока вклада.

Стоит сказать, что для России, самым популярным и до недавнего времени, считающемся самым надежным способом инвестирования, была недвижимость. В частности недвижимость в центральной части России. Но сегодня стоит уделить особое внимание спросу на недвижимость. Хотя цены на недвижимость в целом падают, спрос так же падает. Коммерческая и жилая недвижимость в том числе пользуется небольшим спросом. А вот зарубежная недвижимость наоборот имеет достаточно большой спрос. Но что касается инвестиций в зарубежную недвижимость, тут следует обратить внимание на следующие аспекты: виртуальный рост цен, посещение той ли иной страны туристами, внутренний спрос аренды жилья. Так же сегодня стоит обратить внимание на рынок земли. Хотя покупка земли является долгосрочным проектом для инвестирования, но имеет достаточно высокий уровень надежности. Особое внимание стоит уделить пригородным участкам, ведь их можно использовать под строительство поселков для коттеджей. Тем более, что построить коттедж займет меньше времени, чем построить многоэтажное здание, а значит и прибыльность этого инвестирования будет выше.

Каждый инвестор, создавая свой собственный инвестиционный портфель, должен создавать его таким образом, чтобы он был сбалансированным. Не стоит «класть все яйца в одну корзину». Тем более в сегодняшней ситуации главным образом стоит задуматься о сохранении собственного капитала, и только во вторую очередь уже о его преувеличении. Главной составляющей инвестиционного портфеля инвестора остаются ценные бумаги (акции и облигации). Но и здесь необходимы не забывать о сбалансированности, необходимо постоянно перемешивать инвестиционный портфель. Покупая те или иные ценные бумаги, стоит сначала проанализировать рынок, и исходя из своих возможностей и желаний о получении дохода, создавать портфель. Например, покупая ценные бумаги с ежемесячной

капитализацией, полученные проценты можно вкладывать на накопительный счет в банке. Тем самым увеличивать доход. Но тут стоит рассчитать как будет выгоднее, просто положить деньги в банк на депозит или купить ценные бумаги на каких-то других условиях. Непременно в расчет необходимо брать показатель инфляции. Сегодня он составляет чуть больше 13%. Таким образом необходимо составлять инвестиционный портфель так, чтобы не потерять деньги при таком уровне инфляции.

Список литературы:

1. <http://ru.wikipedia.org/>
2. <http://rbc.ru>
3. <http://cbr.ru>

СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАДРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Нардина С. А., аспирант

«Омский государственный аграрный университет» Институт экономики и финансов

E-mail: 1982sv@mail.ru

Научный руководитель: Стукач В. Ф., д-р. экон. наук, профессор

Переход России от плановой к рыночной экономики побудил многих ученых, занимающихся исследованием трудовых возможностей человека, обратиться к проблеме изучения и развития конкурентоспособности работников. Поэтому проблема изучения конкурентоспособности работников относительно нова для российской практики и требует глубокого теоретического осмысления и практического решения.

Как показал анализ литературных источников, среди авторов, занимающихся изучением трудовых возможностей человека, нет единого мнения о том, какие именно факторы влияют на конкурентоспособность кадров на рынке труда. Большинство ученых отмечают, что конкурентоспособность работника определяется его *качественными характеристиками* как наследственными (физические данные, темперамент, одаренность, талант, гениальность и т.п.), так и приобретенными (образование, навыки и умения, общительность, коммуникабельность, возрастной ценз и др.). В данном случае авторы не выделяют, какие именно наследственные и приобретенные качества персонала будут рассмотрены и оценены работодателем в первую очередь при приеме человека на работу, а какие отойдут на второй план. А также не учтены внешние факторы, определяющие конкурентоспособность кадров на рынке труда.

А. В. Ковалев [1] считает, что конкурентоспособность рабочего имеет определенную структуру, состоящую из двух блоков – *базового и личностно-индивидуального*. Автор отмечает, что основа конкурентоспособности работника формируется средствами профессионального образования (базовый блок). При этом знания интегративного характера являются основой конкурентоспособности рабочего. Практические умения и навыки – показатель подготовленности к теоретическим и практическим действиям, выполняемым быстро, точно и сознательно; техническое мышление способствует выработке творческих идей, прогнозированию событий и действий, обобщению практического опыта при решении конструктивных задач; компетентность выражается в глубоком, доскональном знании сути выполняемой работы, способов и средств достижения намеченных целей. Автор полагает, что субъективными условиями успешного осуществления работником профессиональной деятельности являются его способности и ответственность (личностно-индивидуальный блок).

По нашему мнению индивидуальные способности человека могут быть по праву оценены работодателем только в процессе трудовой деятельности работника. В большинстве случаев индивидуальные способности человека не принимаются во внимание работодателем, и ни каким образом не тестируются при приеме на работу. Исключением являются крупные компании, где на должном уровне функционирует кадровая служба. А. В. Ковалев также не рассматривает внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность кадров на рынке труда.

В. В. Томилов, О. Ю. Патласов и другие выделяют четыре составляющих, которые определяют конкурентоспособность товара «рабочая сила» на рынке труда :

1) *Основные характеристики (базовые):* уровень и содержание профессиональных знаний, навыков, умений, опыта;

2) *Физические характеристики* (определяемые демографическими особенностями рабочей силы): пол, возраст, раса, семейное положение, место жительства и т. д.;

3) *Расширенные характеристики* (психо-мотивационный механизм профессиональной деятельности): целеустремленность, активность, работоспособность, культурный уровень;

4) *Специфические характеристики* (связаны с конкретными особенностями требований потребителя к качеству товара «рабочая сила»): уровень профессиональной гибкости, степень географической мобильности, коммуникабельность, лояльность, владение персональным компьютером и иностранным языком, наличие водительских прав и т. п.

Объективно, рассматривая данные параметры, нельзя не согласиться с тем, что производительность и качество выпускаемой продукции (работ, услуг) будет в первую очередь зависеть от уровня и содержания профессиональных знаний, опыта и навыков работника. Но в тоже время, здесь не рассматриваются субъективные предпочтения работодателя, для которого первоочередными критериями в вопросе о приеме на работу сотрудника, могут стать пол, возраст, раса, семейное положение и другие характеристики, ни в коем образе не влияющие на профессионализм работника.

По нашему мнению конкурентоспособность кадров определяется как внутренними (качественными) характеристиками человека, так и внешними условиями складывающихся на рынке труда (спрос-предложение). Причем внешние условия будут являться решающими. Так как при отсутствие спроса на рабочую силу на рынке труда совокупность качественных характеристик соискателя работы не принесет ему равным счетом ничего. Нами была разработана следующая система факторов, определяющих конкурентоспособность кадров на рынке труда (табл.):

Таблица. Система факторов, определяющих конкурентоспособность кадров на рынке труда

I. ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	II. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ			
	НАСЛЕДСТВЕННЫЕ		ПРИОБРЕТЕННЫЕ	
	Базовые	Второстепенные	Базовые	Второстепенные
– спрос и предложение на рынке труда; – условия найма; – место нахождения работодателя (предприятия) и др.; – субъективные предпочтения работодателя	– пол; – возраст; – здоровье	– темперамент; – внешние данные; – национальность; – гражданство	– образование, – стаж работы; – квалификация	– семейное положение; – место жительства

Деление внутренних факторов (характеристик человека) на базовые и второстепенные носит условный характер. Так, например, для некоторых работодателей семейное положение, внешние данные или национальность человека могут стать решающими факторами в вопросе о приеме на работу.

Конкурентоспособность работника «это с одной стороны, относительная мера развития человеческих трудовых ресурсов, в плане работоспособности, и в этом своем качестве индивидуальной производительности труда по конкретной профессии», а с другой стороны – «абсолютная мера накопления человеческих трудовых ресурсов, в плане трудоспособности, и в этом своем качестве совокупности знаний и умений по разнообразным профессиям». *Минимально допустимая конкурентоспособность* работника должна соответствовать уровню общественной производительности труда, который постоянно растет с ходом научно-технического прогресса, а *максимально возможная конкурентоспособность* ограничивается наличием рабочих мест [2].

На основе вышеизложенного можно выделить следующие составляющих, которые непосредственно влияют на конкурентоспособность работника на рынке труда – это совокупность качественных характеристик работников и субъективные предпочтения работодателя, при этом минимально допустимая конкурентоспособность работника определяется уровнем общественной производительности труда, а максимальная возможная конкурентоспособность ограничивается спросом на рабочую силу (наличие рабочих мест) (рис.).

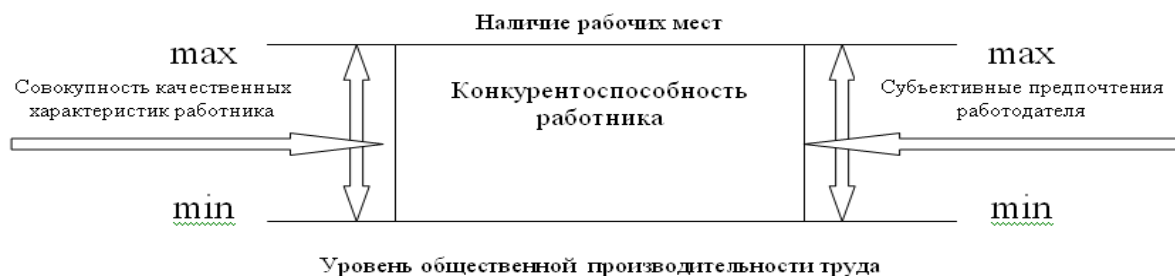


Рис. Факторы, определяющие конкурентоспособность работника

Таким образом, экономическая категория «конкурентоспособность работника» является относительным объективно-субъективным оценочным показателем, характеризующимся спросом на рабочую силу, степенью соответствия качества рабочей силы объективным требованиям производственного потенциала конкретных рабочих мест и субъективным предпочтением работодателя.

Список литературы:

1. О понятии «конкурентоспособность» рабочего / А. В. Ковалев // Профессиональное образование. Столица. – 2006. – № 12. – С. 26-27.
2. Разработка системы факторов формирования конкурентоспособности / А. Ф. Степуть // Менеджмент: теория и практика. – 2007. – № 1, 2. – С. 335-346.
3. Томилов В. В. Маркетинг рабочей силы : учеб. пособие / В. В. Томилов, Л. Н. Семеркова. 1997. – 184с.

РАЗВИТИЕ ГОРОДА ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСС АГЛОМЕРАЦИИ

Ослопова Ю.Ю.

Томский Политехнический Университет

Неравномерность территориального развития экономики, инфраструктуры, транспортной сети существенным образом влияет на решения инвестировать в регионы. Преимущества крупных городов обусловлены двумя группами факторов: первая связана с возможностью получения экономии от масштаба; вторая сводится к преимуществам, порождаемым за счет скорости и маневренности междугородних перевозок и других сообщений. Причем важно то, что выгоды городской концентрации не ограничиваются пределами собственно города, они простираются вдоль основных магистральных дорог на значительное удаление от него. В этой связи процесс роста городов вширь за счет все большей концентрации населения и обрабатывающих отраслей в пригородных зонах – одна из основных тенденций современного размещения.

Сращивание небольших городов (близлежащих городов-спутников) с мегаполисами и формирование агломерации обусловлено внешними эффектами результативности приближения. Можно выделить три таких причины: 1) эффект масштаба на транспорте, как экономия транспортных затрат при значительной концентрации торговых фирм; 2) эффект масштаба производства, вызываемый специализацией факторов производства вследствие высокой концентрации населения; 3) эффект концентрации, связанный с понижением себестоимости производства на предприятиях конкретной отрасли по мере увеличения совокупного объема производства предприятий данной отрасли. [3, с.36]

Влияние крупных городов на экономику прилегающих к ним территорий, формирование устойчивых связей между городом-центром и другими поселениями, организацию хозяйственной деятельности, территориальную специализацию, условия проживания населения в населенных пунктах, а также на формирование уровня жизни населения нашло свое отражение в концепции городской агломерации.

Под городской агломерацией понимают компактную и относительно развитую совокупность взаимодополняющих друг друга городских и сельских поселений, группирующихся вокруг одного или нескольких мощных городских-ядер и объединены многообразными и интенсивными связями в сложное динамическое единство. [1, с.16 ; 4, с.22]

За последнее время доля агломераций в формировании ВРП страны, возросла с 38,6% в 1995 г. до 46,5% в 2004 г. и 53,7% в 2006 г. [4, с.5] Прогноз данных тенденций показывает, что при их сохранении уже в ближайшее десятилетие вклад агломераций в прирост ВВП может быть не менее весомым. Увеличение значимости таких территорий нельзя оценивать однозначно, так как в этом процессе прослеживаются позитивная и негативная составляющие. Первая обусловлена более эффективным использованием агломерационного потенциала по сравнению с окружающим территориальным пространством. Вторая связана с усиливающимися территориальными диспропорциями, снижением экономической безопасности и региональной конкурентоспособности. Все это предопределяет необходимость разработки стратегии социально-экономического развития страны, учитывающий имеющийся агломерационный потенциал экономического роста и возможности его использования для достижения ведущих национальных и региональных целей инновационно-технологического развития.

Одной из важнейших задач выступает задача определения реальных границ агломерационного воздействия для каждого конкретного случая исследования. В текущих исследованиях граница агломерационных образований определяется маятниковой миграцией и меняется в процессе социально-

экономического развития и экономического роста. В исследованиях, опубликованных по результатам анализа некоторых отечественных (Самарско-Тольяттинская) и зарубежных агломераций (Лондонская, Парижская и т.д.), определение их границ выводится, исходя из изохрон двухчасовой транспортной доступности. При этом устанавливаются средние приемлемые скорости сообщения с учетом вида транспорта и качества дорожного покрытия. Обычно такие изохронны учитывают суммарное время передвижения из года-центра, с накладными затратами на подход, пересадки и ожидание транспорта. Важнейшей частью хозяйства агломерации является промышленное производство. Поэтому при определении границ необходимо оценить пространственное распространение связей промышленности.

Выделяют следующие эффекты при формировании агломераций: 1) Эффект доступа к рынку. Он описывает тенденцию монополистических фирм размещать свое производство на большом рынке и экспортировать на малый. 2) эффект стоимости жизни. 3) эффект столпотворения на рынке. Первые два эффекта усиливают концентрацию и их называют агломерационными силами. Последний снижает. Его называют силой рассеивающей производство по территории страны. [2, с.33]

В России первые городские агломерации были выявлены по данным переписи населения, проведенной в СССР в 1926 г. По итогам переписи первыми российскими агломерациями были признаны Московская, Ленинградская и Ростовская.

В процессе своей эволюции агломерационные образования проходят четыре этапа: урбанизация, субурбанизация, десубурбанизация и реурбанизация. Каждый этап характеризуется определенными направлениями потоков миграции населения и тенденциями в сфере экономики и транспорта. Урбанизация – рост городов, повышение удельного веса городского населения. Предпосылками урбанизации являются: концентрация в городах промышленности, развитие культурных и политических функций городов, углубление территориального разделения труда. Для урбанизации характерны: приток в города сельского населения, концентрация населения в крупных городах, возрастающая маятниковая миграция населения, возникновение городских агломераций и мегаполисов. Основные проблемы, с которыми сталкивались города в данный период, были нехватка жилья, резко возросшая плотность населения, недостаток инфраструктуры, ухудшение экологической обстановки, неразвитость системы общественного транспорта. Второй этап в развитии городов – субурбанизация, связан с ростом сектора услуг, повышением благосостояния населения. На этапе субурбанизации центры городов с их крупными промышленными предприятиями продолжали оставаться центрами сосредоточения рабочих мест. Но стали менее привлекательными в качестве мест проживания. Строительство более качественного и просторного жилья на окраинах города одновременно с возросшей доступностью центральных районов для представителей среднего класса, владеющих личными автомобилями, привело к оттоку населения из центра в пригороды. Среди проблем, возникающих на этом этапе развития, следует выделять: угрозу для города потерять одну из своих функций – функцию города как места проживания; финансовые проблемы городских властей, связанные с сузившейся налоговой базой и наличием эффекта перелива; плохую транспортную доступность центра из-за загруженности транспортных магистралей, дальнейшее ухудшение экологической обстановки. На этапе десубурбанизации развитие агломераций связано с процессами миграции населения в небольшие города-спутники, что сопровождается уходом из центральных городов экономически активного населения. Ограниченные земельные ресурсы, высокие цены на землю вместе с плохой транспортной доступностью центров из-за загруженности транспортных магистралей приводят к тому, что крупные предприятия выводят свои производства за пределы городской черты. К наиболее очевидным проблемам развития агломерационных образований на этапах десубурбанизации и реурбанизации относятся: миграция высокодоходных слоев населения в пригородные районы и заселение старых центров городов малоимущими гражданами, усилении неравномерности распределения налоговой базы на территории по принципу «центр-периферия», увеличение издержек на строительство новой инфраструктуры с одновременным ростом затрат на ее содержание. Среди перечисленных этапов развития агломерационных образований наименее регулируемые являются этапы урбанизации и субурбанизации, т.к. для большинства агломераций они связаны с начальными процессами формирования структур управления.

Наиболее часто встречающиеся в мире агломерации классифицируются на основе различных признаков.

Моноцентрические агломерации в основе своего развития имеют один крупный город, и все связи данной территориальной структуры формируются вокруг единого центра. Примером такой агломерации является Московская и Питерская.

Полицентрические агломерации связаны с двумя и более центрами, притягивающими к себе производственно-культурные и другие компоненты на основе создания единой группировки поселений. Классический пример полицентризма – Самарско-Тольяттинская агломерация.

Формирование агломерации «от города» начинается, едва только разрастание крупного мегаполиса достигает определенного порогового значения. В этот период крупный и динамично развивающийся город начинает испытывать все большую потребность в новых ресурсах: в территории, источниках

водоснабжения, в инфраструктуре, в земле. Так как в пределах городских границ эти запасы уже исчерпаны или близки к исчерпанию, а дальнейшее расширение городской черты сопряжено с негативными социально-экономическими и экологическими последствиями, поэтому центр тяжести развития перемещается в районы, примыкающие к этому городу. Рядом с существующими населенными пунктами и на их основе возникают спутники различного производственного профиля – «конурбации». Это частички большого города, который становясь центром, создает систему дополнений и партнеров.

Формирование агломерации от «района», как правило, характерно для ресурсных зон в регионах, где развита добывающая промышленность и где при разработке крупных месторождений полезных ископаемых встраиваются многочисленные поселки со схожей специализацией. Такие поселки превращаются в организационно-хозяйственные и культурные центры, в них развиваются научные и конструкторские подразделения, концентрируются предприятия строительной индустрии и транспортные организации. Таким образом, создается приоритетный рост данного населенного пункта и постепенное возвышение его в региональной группе поселений, которые со временем становятся его спутниками.

Экономический рост агломераций имеет свои пределы, определенные степенью их воздействия на состояние окружающей среды. Так, расширение г. Москвы до 40 км в диаметре практически невозможно, так как такое развитие уничтожает «легкие» этого города (лесопарковые зоны), что приведет к экологической катастрофе. Кроме того, город, выполняя столичные функции в межрегиональном разделении труда, вынужден в настоящее время перемещать энерго- и материалоемкие производства на другие территории.

Современная отечественная и зарубежная практика и теория накопили значительный опыт построения организационных структур и моделей управления региональной экономикой, который в определенной степени можно использовать в управлении развитием агломерационных образований.

Наиболее распространенные концепции структуры управления развитием агломераций, разработанные в РФ и за рубежом, могут быть представлены тремя направлениями: 1) поясное зонирование – создание вокруг города зеленого пояса, ограничивающего разрастание городской застройки. За пределами зеленого пояса проектируется кольцо городов – спутников с собственной градообразующей базой. Эта концепция последовательно сформулирована в районной планировке Большого Лондона; 2) секторное развитие – расширение города вдоль сходящихся к нему радиальных направлений, как намечалось в «плане 2000 года» Большого Вашингтона; 3) направленное развитие вдоль одной или нескольких специально избранных осей. Такая концепция применялась в проекте развития парижского района – вдоль «национальной оси» Франции – Сены.

В зависимости от степени развития, мировой опыт также различает три типа управления агломерацией: 1) ассоциативное (координационное), при котором органы власти поселений, входящих в агломерацию, с помощью созданной цели ассоциации решают общие ее проблемы (самый распространенный тип); 2) промежуточный тип, когда в правоотношениях ассоциации субъектов на федеральном уровне законодательно закреплены приоритетные функции в решении агломерационных проблем; 3) единство органов распорядительной власти и органов управления агломераций, как наиболее эффективный тип управления (связан с развитостью агломераций как объекта управления).

Управление агломерацией нельзя связывать исключительно с организацией взаимодействия различных видов собственности. В качестве основной задачи должно стать повышение степени удовлетворения социально-экономических потребностей населения, проживающего на конкретной территории, на основе комплексности развития этого региона и с учетом всех его потенциальных возможностей.

Современная модель управления агломерациями представляет собой совокупное воздействие населения и местного самоуправления, субъекта управления мегаполисом и агломерацией и специализированных институтов и профессионалов в области проблем города и агломерационного развития на мегаполис и агломерацию.

Существующие подходы отражают неэффективность и нецелесообразность полной централизации власти при управлении агломерационными системами. В настоящее время наибольшей популярностью пользуется двухуровневая модель управления агломерациями, в соответствии с которой часть функций должна выполняться и часть услуг предоставляться муниципалитетом верхнего уровня, единым на всей территории агломерационной системы, а часть – муниципалитетами нижнего уровня, охватывающими отдельные части этой агломерации. Такая структура позволяет одновременно достигать целей, связанных с эффективным предоставлением услуг и с достижением демократии на местном уровне.

На сегодняшний день теория и методология управления социально-экономическим развитием агломерационных систем не достаточно разработаны, так как регулирующие воздействие органов управления направлены на отдельные объекты, входящие в агломерации. В большинстве случаев отсутствуют структуры управления агломерационной системой как единым, целостным организмом, обладающим своей собственной логикой и динамикой, особенностями и факторами саморазвития и самоорганизации. При этом игнорируются современные тенденции к интеграции территориальных

образований и превалирует изоляционистский взгляд на управление агломерационной системой. Это приводит к тому, что вся деятельность структур управления территориальными системами сводится к сиюминутному реагированию на возникающие проблемы.

Городские агломерации обладают многими предпосылками для превращения их в рациональные, удобные для жизни населения и обеспечивающие существенную интенсификацию производства системы расселения. Однако в случае их неконтролируемого развития, осуществляемого без продуманного перспективного плана, происходит увеличение недостатков, свойственных город-гиганту, в еще больших масштабах на более обширной территории.

Список литературы:

- [1] *Бируль Т.Н.* Зонирование территорий Волгоградской агломерации по степени антропогенной нагрузки: диссертация...доктора экономических наук. Волгоград: 2005
- [2] *Лапо В.М.* Моделирование эффектов пространственной концентрации производства: диссертация...доктора экономических наук. Красноярск: 2006
- [3] *Угрюмова А.А.* Управление экономическим ростом агломераций: на примере Московской агломерации: диссертация... доктора экономических наук М.: 2005
- [4] *Фирсукова В.В.* Развитие бытового обслуживания населения в городских агломерациях: на примере Московского региона: диссертация...доктора экономических наук. М.: 2006

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОАО «КЭЗСБ» ПО УРОВНЮ ЕГО КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ

Мельникова Н.С., Парфинова Е.Ю., студентки

Кузбасский государственный технический университет

E-mail: legalena@mail.ru

Научный руководитель: Бугрова С.М., к.э.н., доцент КузГТУ

Результаты фундаментальных исследований свидетельствуют о том, что процессы экономического обновления и роста определяются размерами и структурой инвестиций, качеством и скоростью их осуществления. Более того, без инвестиционных накоплений невозможны современное создание капитала, обеспечение конкурентоспособности товаропроизводителей на внешних и внутренних рынках. Процессы структурного и качественного обновления всех отраслей народного хозяйства зависят от ускорения социально-экономического развития, необходима широкая реконструкция предприятий машиностроительного комплекса. Такое развитие невозможно без привлечения инвестиций в основной капитал промышленных предприятий и прежде всего машиностроения. В свою очередь привлечь инвестиции можно только в том случае, если вложение финансовых ресурсов обеспечит инвестору достаточный доход.

В современных условиях продолжающегося кризиса все большую актуальность приобретает выбор направлений эффективного вложения средств. Для чего необходим анализ привлекательности отраслей экономики и отдельных предприятий для инвестирования.

К сожалению до сих пор не выработан единый методический аппарат по оценке инвестиционной привлекательности предприятий машиностроительного комплекса, отличающихся огромным разнообразием выпускаемой продукции и широкой дифференциации технико-экономических показателей, который позволил бы инвестору достаточно быстро и объективно принимать решения об инвестировании финансовых ресурсов в наиболее привлекательные для инвестиций отрасли.

Существование тесной причинно - следственной связи между инвестициями и экономическим ростом является объективной реальностью. Принятие решений об инвестициях требует сопоставления потенциальных, ожидаемых в будущем прибылей с затратами на капитальные вложения.

Продолжающаяся кризисная ситуация в платежно-расчетной системе России подавляет мотивы к инвестиционной деятельности. Формирование и распределение прибыли при существующих накопленных обязательствах не позволяют предприятиям проводить необходимую модернизацию производства, формировать стратегию экономического роста. Неплатежи затрагивают текущую деятельность, в процессе которой у предприятий формируются фонды для осуществления инвестиционной деятельности.

В таких условиях, основным источником инвестиций для предприятия могут быть лишь внешние заимствования, в том числе и в виде банковского кредита. Для снижения банковского риска, а также прочих инвестиционных рисков, возникает острая необходимость в оценке кредитоспособности

предприятий.

Проведен анализ финансового состояния ОАО «КЭЗСБ», включающий структурный анализ и сравнительный анализ, также составляется обобщенный отчет о прибылях и убытках и проведены расчеты показателей ликвидности, финансовой структуры, прибыльности и рентабельности, расчет стоимости чистых активов и анализ денежных потоков. Кемеровский экспериментальный завод средств безопасности создан в г. Кемерово, областном центре Кузбасса, крупнейшего угледобывающего региона Российской Федерации, в 1968 г. и имел статус опытно-экспериментального завода ВОСТНИИ. Основная специализация деятельности предприятия – промышленный выпуск, разработка и освоение новых, экспериментальных средств безопасности, обеспечивающих безопасность и охрану труда при ведении добычных и горноспасательных работ на предприятиях угольной промышленности России.

Все показатели финансовой устойчивости, а именно: коэффициент финансовой независимости (равный 0,53), коэффициент соотношения собственных и заемных средств (примерно 1), коэффициент маневренности собственного капитала (0,67), коэффициент обеспеченности оборотных средств собственным капиталом (0,43) и коэффициент реальной стоимости имущества (0,57) – соответствуют нормативным, т.е. предприятие является финансово устойчивым.

Таблица 1. Данные для анализа финансовых результатов деятельности предприятия, тыс. руб.

Показатель	Значение			Абсолютное отклонение		
	2005	2006	2007	06-05	07-06	07-05
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг	136659	85828	132942	-50831	47114	-3717
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	128607	83092	115655	-45515	32563	-12952
Валовая прибыль	8052	2736	17287	-5316	14551	9235
Коммерческие расходы	588	2167	10884	1579	8717	10296
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	7464	569	6403	-6895	5834	-1061
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0	0	0	0
Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	13738	30829	34581	17091	3752	20843
Прочие расходы	18171	34226	37104	16055	2878	18933
Прибыль (убыток) до налогообложения	3031	-2828	3880	-5859	6708	849
Отложенные налоговые активы	153	553	42	400	-511	-111
Отложенные налоговые обязательства	351	748	1863	397	1115	1512
Текущий налог на прибыль	1861	40	1093	-1821	1053	-768
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	972	-3063	966	-4035	4029	-6

В ходе финансового анализа предприятия ОАО «Кемеровский экспериментальный завод средств безопасности» можно оценить финансовое положение заемщика как удовлетворительное (среднее):

- величина чистых активов отрицательная, но прослеживается тенденция к ее наращиванию и в дальнейшем приведение показателя к положительной величине;
- предприятие получило убыток от своей деятельности в размере 2948 тыс. руб., но нераспределенная прибыль предприятия составляет 12762 тыс. руб.;
- уровень текущей ликвидности достаточно высок (1,785);
- высокая финансовая независимость, достигнутая за счет отсутствия кредитов и займов (коэффициент автономии имеет значение 0,514);
- выручка по сравнению с предыдущим годом снизилась.

Таким образом, предприятие сможет получить кредит на пополнение оборотных активов, но на более жестких условиях и под более высокую процентную ставку, чем если бы у него было хорошее финансовое состояние. Исходя из того, что ОАО «КЭЗСБ» был присвоен III класс кредитоспособности (удовлетворительное финансовое состояние), значит, расчетный резерв составляет от 21 до 50% от

размера выдаваемой ссуды.

Для возможности получения на более выгодных условиях кредита на пополнение оборотных активов предприятия, необходимо улучшить его финансовое состояние.

Список литературы:

1. Банковское дело: Учебник / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой – М.: Финансы и статистика, 2003. – 495 с.
2. Банковская документация – ОАО «ВТБ 24».

ИНСТРУМЕНТЫ ВСЕСТОРОННЕГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ

Петухов О.Н., доцент, к.э.н.

Томский политехнический университет

E-mail: petukhov2007@rambler.ru

Для всестороннего управления затратами предлагается в настоящее время следующие инструменты:

1) определение затрат на единицу продукции исходя из показателя рыночной цены на продукцию, в процессе ее разработки, что дает возможность вносить изменения в конструкцию производимого изделия, сохраняя его качество. Данный инструмент или технология известны под названием «target costing»;

2) снижение затрат на единицу продукции на начальной стадии процесса производства и продажи продукции. Название данного инструмента «product-specific kaizen costing»;

3) развитие технологии с целью всеобщего снижения затрат в процессе производства и продажи продукции на рынке («general kaizen costing»);

4) менеджмент функциональных групп («functional group management»), заключается в формировании бизнес-процессов на автономные группы, которые оцениваются на основании показателя прибыли.

5) определение или калькулирование затрат на единицу продукции («product costing»).

Первый инструмент применяется непосредственно в процессе жизненного цикла продукции на этапах планирования и разработки.

Этапы данного метода следующие:

1. Определение рыночной цены продукции;
2. Определение затрат допустимых затрат;
3. Определение целевых затрат на продукцию;
4. Поиск наиболее экономичного способа создания продукта.

На первом этапе проводится исследование рынка продукции, определяется цена продукции, и определяются требуемые параметры планируемого для выпуска изделия. На втором этапе устанавливаются допустимые затраты на продукцию, которые определяются вычитанием требуемой величина прибыли из цены продукции. На третьем этапе, определяются затраты сформированные на изделие в результате анализа цепочки ценностей (производства, сбыта, поставки) или бизнес-процессов. На третьем этапе инженерами проводится выбор наиболее экономичных методов производства продукции, с учетом технологии используемой на предприятии. Данный метод используется для минимизации затрат для этих целей должен использоваться подход основанный на анализе функциональности объекта и уровня качества его функций, общих эксплуатационных параметров с точки зрения потребностей клиентов. Для этого может использоваться функционально-стоимостная диаграмма, функционально-стоимостной анализ.

Второй инструмент или подход или метод используется на стадии непосредственно производства уже готового продукта. Применяется для снижения затрат превышающих заранее установленный уровень. В данном методе принимают участие менеджеры, рабочие и сотрудники входящие в кружки качества, а также рабочие, которые вносят свои идеи через систему предложений. Снижение затрат на основе полученных идей материально стимулируются. Кроме того, данный метод позволяет оперативно вносить изменения в технологию производства продукции на начальных стадиях производственного процесса.

Этапы данного метода следующие:

- 1) Определение цены;
- 2) Установление целевых величин прибыли и затрат;

3) Расчет прогнозных (фактических) затрат на продукцию;

4) Разработка способов снижения фактических (прогнозируемых) затрат, если расчетные затраты превышают целевой уровень.

Третий инструмент используется когда все бизнес-процессы в компании хорошо отлажены. Данный метод заключается в том, что руководство компании устанавливает цели по снижению затрат в производственном процессе, устанавливаются ответственные работники, которые изыскивают способы снижения затрат. Используется для снижения накладных расходов, управленческих затрат, материальных затрат, затрат на оплату труда. Применяется также выделение центров затрат.

При использовании четвертого инструмента производственный процесс разбивается на группы - центры прибыли, которой измеряется и оценивается данные группы производственного процесса. Для этих целей может использоваться функционально-стоимостной анализ. Применение этого метода подразумевает выделение бизнес-процессов, распределение затрат в разрезе видов деятельности, которые формируются по бизнес-процессам. Проводится оценка видов деятельности и выявление существенных затрат.

Данные четыре инструмента направлены на снижение затрат. Пятый инструмент («product costing») используется для удержания затрат на достигнутом уровне.

Данные пять инструментов, как правило применяются в совокупности, за исключением пятого который может применяться также в отдельности. Для третьего, четвертого и пятого инструментов всестороннего управления затратами возможно использование методов распределения затрат по видам деятельности (функциям), процессно-ориентированное управление, а также процессно-ориентированное бюджетирование. В основе данных методов лежит использование одного из подходов в распределении и определении затрат на единицу продукции – по видам деятельности (рисунок 1).

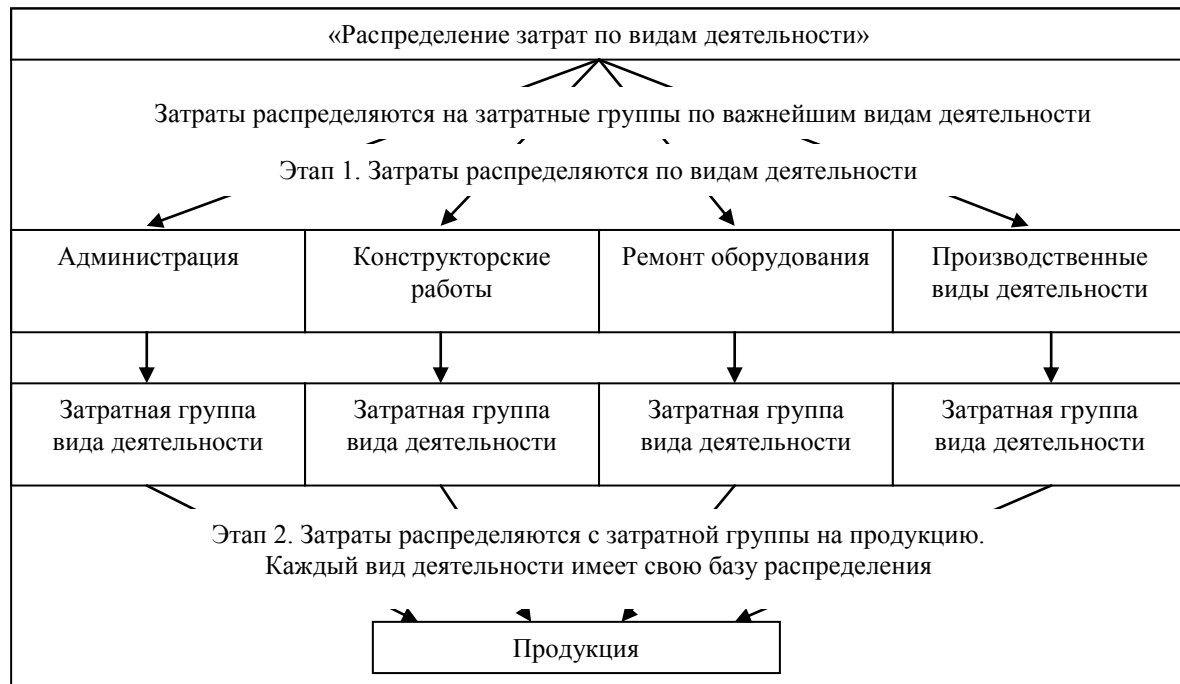


Рисунок 1. Схема распределения затрат по видам деятельности

На первом этапе затраты собираются в затратные группы по важнейшим видам деятельности. На втором этапе - затраты перераспределяются с каждой затратной группы на заказы в следующей последовательности: а) рассчитывается ставка распределения путем деления суммы затрат по затратной группе на базу распределения; б) ставка распределения умножается на количественную величину базы распределения, потребленную продуктом. Получаем количество затрат, приходящихся на продукт по затратной группе. Затем суммируются затраты на конкретный продукт по каждой затратной группе. Получаем затраты единицы изделия.

Кроме того, все выше описанные инструменты используются в стратегическом управлении затратами.

Список литературы:

1. Иванов В.В., Хан О.К. Управленческий учет для эффективного менеджмента. – М.: ИНФРА-М, 2007. –

208 с.

2. Редченко К. «Японский след в стратегическом управлении затратами: таргет-костинг» [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/008.asp>
3. Редченко К. «Маленькими шагами к большому успеху: Кайзен-костинг» [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/009.asp>
4. Славников Д.В. «TARGET COSTING как метод целевого стратегического управления затратами» Менеджмент в России и за рубежом № 6, 2005 г. [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/6/3939.html>
5. Троян И. «Алгоритмы Target Costing» [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/015.asp>
6. Coopers R., Slagmulder R. «Ждите ответа. Пять приемов удержания издержек» [Электронный документ]. – Режим доступа: http://www.3tel.ru/marketarticles_costs.html

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Плахута К.Ю., студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники.

E-mail: hooliganka@mail2000.ru

Научный руководитель: Земцова Л.В. к.э.н., доцент

В условиях формирования рыночных отношений, практически не возможно управлять сложным, экономическим механизмом хозяйствующего субъекта без своевременной экономической информации, хозяйственной деятельности. Данные бухгалтерского учета и анализа финансово – хозяйственной деятельности. Данные бухгалтерского учета и анализа финансово – хозяйственной деятельности используются для оперативного руководства над работой хозяйствующих субъектов и их структурных подразделений, для составления экономических прогнозов, текущих планов, наконец, для изучения и исследования закономерностей развития экономики страны.

Наиболее актуальным, остро стоящим перед всеми хозяйственниками в настоящее время является вопрос, который напрямую связан с расчетно – платежными операциями и, как следствие – несомненно, координирующего работу хозяйственного субъекта в целом – это дебиторская и кредиторская задолженность. Дебиторская задолженность является важной частью активов хозяйствующих субъектов. Проблема управления дебиторской задолженностью связана, прежде всего, с необходимостью своевременного производства взаиморасчетов за оказанные услуги, участвующими в едином технологическом процессе. Кроме того, своевременное поступление денежных средств, достигнутое путем оптимизации управления дебиторской задолженностью, позволяет предприятию усилить финансовую дисциплину взаиморасчетов по имеющимся обязательствам.

Однако в реальной практике, особенно с переходом на рыночные отношения и спада производства, нередко, а точнее постоянно, возникают ситуации, когда по тем или иным причинам предприятие не может взыскать долги с контрагентов. Дебиторская задолженность «зависает» на долгие месяцы, а иногда и даже годы. Рост дебиторской задолженности ухудшает финансовое состояние предприятий, а иногда приводит и к банкротству.

Являясь частью оборотных средств, а именно элементом фондов обращения, дебиторская задолженность, а особенно неоправданная «зависшая», резко сокращает оборачиваемость оборотных средств и тем самым уменьшает доход предприятия. Поэтому на сегодня важнейшими проблемами, решения которых должно способствовать улучшению финансового состояния хозяйствующих субъектов, являются:

- правильная организация учета дебиторской задолженности в связи с переходом на новый план счетов и новую систему бухгалтерского учета, а также в связи с прекращением почти всех межхозяйственных отношений после развала административно – командной системы хозяйствования;
- анализ дебиторской задолженности, который должен быть направлен на выявление факторов, влияющих на рост дебиторской задолженности и определение резервов направленных на ликвидацию неоправданной «зависающей» задолженности и снижение ее роста. Рациональная организация контроля за состоянием расчетов способствует укреплению договорной и расчетной дисциплины, выполнению обязательств по поставкам продукции в заданном ассортименте и качестве, повышению ответственности за соблюдение платежной дисциплины, сокращению дебиторской и кредиторской задолженности,

ускорению оборачиваемости оборотных средств и, следовательно, улучшению финансового состояния предприятия.

В отличие от производственных запасов и незавершенного производства, которые достаточно статичны, не могут быть резко изменены, дебиторская задолженность представляет собой весьма динамичный элемент оборотных средств, существенно зависящий от принятой на предприятии политики в отношении покупателей продукции. Поскольку дебиторская задолженность представляет собой иммобилизацию собственных оборотных средств, т.е. в принципе она невыгодна предприятию, с очевидностью напрашивается вывод о ее максимально возможном сокращении. Теоретически дебиторская задолженность может быть сведена до минимума, тем не менее, этого не происходит по многим причинам, в том числе и из-за конкуренции.

В условиях, разворачивающегося в России кризиса, резко возрастает рост неплатежеспособности. Эта тенденция подтверждается и анализом на ряде Томских предприятий, в том числе на ОАО «Томский инструмент». Результаты анализа позволили сделать вывод об увеличении дебиторской задолженности почти в 2 раза, из нее 94,5% является просроченной, что свидетельствует о низкой ликвидности дебиторской задолженности. Увеличение длительности оборота почти в 2 раза приводит к замораживанию свободных денежных средств предприятия. При этом сумма прогнозируемой безнадежной дебиторской задолженности только за год достигла 3% от всей суммы. Отмечено было и смещение объемов дебиторской задолженности в сторону более длительных интервалов. На рис. 1 представлена диаграмма «взвешенного» старения дебиторской задолженности.

Диаграмма "Взвешенного" старения
дебиторской задолженности

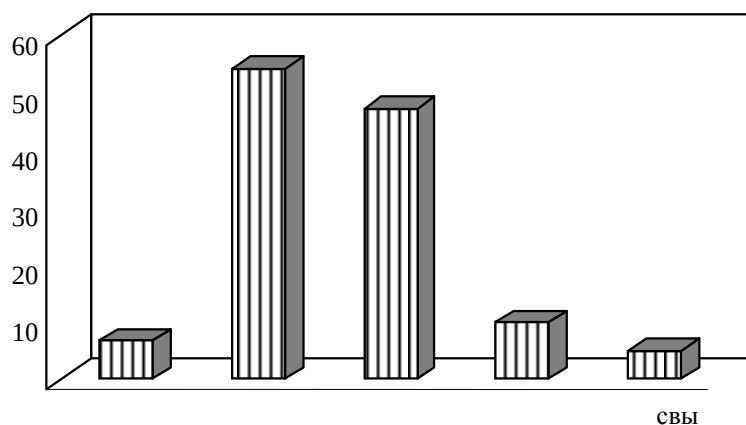


Рисунок 1. – Диаграмма «Взвешенного» старения дебиторской задолженности

Таким образом, необходимость оптимизации управления дебиторской задолженностью предприятия, очевидна. В первую очередь, это грамотная позиция возмещения стоимости поставленной продукции; эффективная система установления взаимоотношений с покупателями и организаций системы контроля за исполнением покупателями платежной дисциплины.

Текущая деятельность предприятия представляет собой непрерывное движение ценностей, а также возникновение и исполнение взаимных обязательств, связывающих данное предприятие с бюджетом, работниками, контрагентами.

Поэтому грамотное выстраивание отношений является залогом устойчивости и финансовой стабильности предприятия.

Список литературы:

1. Петров А.М. Управление дебиторской задолженностью организации // Аудитор. 2008. - № 1. – С. 12 – 15.
2. Агеева Е.И. Кредитная политика как инструмент управления дебиторской задолженностью // Финансовый менеджмент. 2008.- № 6. – С. 22-33.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: ООО Новое знание, 2008–704 с.
4. Ендовицкий Д.А., Купрюшина О.М. Содержание и процедуры внутрихозяйственного контроля дебиторской и кредиторской задолженности // Аудитор. 2008. - № 10. – С. 28 – 38.

ПОЛИТИКА ЗАНЯТОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ

Половников И.В., аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: I_Polovnikov@Yahoo.com

Научный руководитель: Еремин В.В., к.э.н., доцент

Политику занятости нельзя сводить лишь к помощи безработным, как это наблюдается сегодня в России, где все разговоры вертятся вокруг адаптации к рынку традиционных контингентов риска, испытывающих трудности в процессе поиска работы или находящихся под прямой угрозой высвобождения. Теоретической базой для столь упрощенного взгляда является, видимо, вульгарная трактовка пространства рынка труда как сферы, охватывающей исключительно безработных и вакансии, а не всю совокупность отношений в области занятости.

В мировой науке и практике уже давно сформировалось и нашло практическое воплощение понимание политики занятости как инструмента наиболее полной реализации и развития трудового потенциала населения. Меры, направленные на помощь безработным, составляют органическую часть этого более широкого контекста. Так, документ, подготовленный Международным центром экономического роста, ставит в один ряд с сокращением безработицы следующие стратегические цели политики занятости:

- более полное использование недоиспользуемой рабочей силы;
- создание возможностей продуктивной и хорошо оплачиваемой занятости;
- инвестирование в человеческий капитал в целях увеличения индивидуальной производительности в сочетании с адаптированием технологических процессов к возможностям работников;
- стимулирование механизмов адаптации к требованиям рынка (прежде всего содействие развитию производственной и социальной инфраструктур).

Главным инструментом достижения стабильности экономического положения каждого члена общества и страны в целом считается накопление и сохранение человеческого капитала, проведение в жизнь стратегий, побуждающих людей поддерживать, совершенствовать и модифицировать свои навыки и умения на протяжении всей жизни посредством образования и профессиональной подготовки. Во многих странах бытует точка зрения, что повышение образовательного уровня малоимущей части населения поможет не только значительно увеличить доходы этих слоев и тем самым сократить масштабы экономического неравенства, но и сформировать мотивацию к более содержательной творческой работе.

Улучшение качества рабочих мест с точки зрения перспективы профессионального роста, оплаты труда и обогащения его содержания - ключевая проблема, стоящая перед политикой занятости.

Сегодня политика занятости в России направлена на помощь традиционным группам риска и лицам, которым грозит высвобождение с промышленных предприятий. Проблемы же наиболее ценной с точки зрения долговременной экономической отдачи части трудового потенциала остаются нерешенными. Тем временем обесценение и растрата человеческого капитала набирают силу в результате перехода квалифицированных работников на лучше оплачиваемую, но не требующую навыков и знаний работу, а также за счет «утечки мозгов». Этот процесс усугубляется тем, что молодежь все чаще отдает предпочтение не получению образования и приобретению квалифицированных профессий, а примитивным видам занятий, быстро приносящих значительные доходы.

Многие выпускники вузов в течение длительного времени лишены возможности трудоустройства по специальности, многие же сами устраиваются на работу в коммерческие структуры. Этот процесс в большой степени является отражением социально-экономической дестабилизации. В здоровом обществе, где с высокой вероятностью можно на несколько десятилетий вперед рассчитать ожидаемые результаты того или иного выбора, значительная часть молодых людей предпочитает карьеру, приносящую скромные доходы на начальных порах, но гарантирующую устойчивый рост благосостояния по мере накопления знаний и опыта и соответствующего профессионального продвижения. В России же в условиях нестабильности преобладает ориентация на получение максимально возможных благ уже сегодня.

Деграция структуры занятости и оскудение человеческого капитала является, на наш взгляд, не менее важной проблемой, чем угроза массового всплеска открытой безработицы.

Успех проводимых в России реформ во многом зависит от степени институционализации легальной экономики в целом и отдельных рынков в частности. Конечно, следует учитывать, что в процессе институционализации могут формироваться не только эффективные институты.

Процесс институционализации рынков труда в переходной экономике протекает сложно и противоречиво, сопровождаясь эрозией уже созданных институтов или их неэффективным

функционированием (например, городских, молодежных и др. бирж труда). Особая роль при формировании институтов рынка труда принадлежит формальным институтам, среди которых важнейшее значение имеют институты и нормы трудового законодательства. Ситуацию на российском рынке труда можно охарактеризовать как неравновесную (асимметричную), причем, природа неравновесия имеет особенности, которые часто не анализируются в рамках традиционного неоклассического макро- и микроэкономического анализа. Неравновесие на рынках в переходной экономике является институциональным, проявляясь в отсутствии институтов, которые могли бы обеспечить условия для возникновения эффективных равновесий.

Особенностью неравновесия современного российского рынка труда является существование увеличивающегося разрыва между официально регистрируемым количеством безработных и их общей численностью, которая не соответствует уровню падения производства. За последние годы наблюдается устойчивая тенденция уменьшения доли официально регистрируемых безработных в их общей численности. Одним из объяснений подобного феномена может служить прогрессирующий уход в "тень" легальной составляющей рынка труда. Значительный разрыв между регистрируемой безработицей и фактической можно объяснить тем, что безработный часто стоит перед выбором - иметь легальную занятость, но с крайне низкими доходами или иметь более высокие доходы, но лишиться всех социальных гарантий, перейдя в теневой сектор.

Таким образом, рынок труда в зависимости от институциональных факторов, представляется сложным структурированным образованием, состоящим из нескольких рынков и квазирынков, в зависимости от вида которого работники реагируют на разные стимулы при поиске работы. Поэтому каждый работник вынужден делать выбор между теневым рынком труда и легальным с невысокой заработной платой и минимальными социальными гарантиями. Именно, выбор работника из этих критериев, наиболее выгодных для себя, и будет в дальнейшем показывать, направление развития современного рынка труда в будущем.

Важнейшим институтом рынка труда является институт профсоюзов. В России кризис системы государственных профсоюзов обозначился еще в дореформенный период, когда начали создаваться независимые профсоюзы, и широкий размах приняло забастовочное движение. Необходимо учитывать тот исторический факт, что объединения работников способствовали институциональным изменениям, в результате которых получили распространения капиталоемкие производства и, следовательно, неизбежные технологические и организационные нововведения. Это согласуется с историческими фактами эпохи промышленной революции: организация больших групп наемных работников навязывала корпорациям постоянную заботу о развитии капиталоемких способов производства и о минимизации использования труда. Объединения занятых работников в профсоюзы - это единственная возможность повысить эффективность рынка труда в условиях монополии или олигополии.

В нашей стране профсоюзы еще не достаточно сильны и, скорее всего в ближайшем будущем они все еще не будут оказывать достаточного влияния, а, следовательно, развитие эффективности рынка труда в России в данном направлении наблюдаться не будет.

Для того чтобы профсоюзы, как объединения по защите прав наемных работников, стали значимым социально-экономическим институтом на рынке труда, необходимо, чтобы солидарное поведение в представлении рабочих обладало альтернативными преимуществами над другими вариантами поведения, в частности, индивидуалистическими.

Создание социальных движений в России возможно на основе социальной мобилизации. Социальная мобилизация представляет собой процесс объединения ресурсов, которыми располагают индивиды и направления их на достижение совместных целей и защиту групповых интересов. В сложившихся экономических и политических условиях подобная мобилизация представляет собой процесс создания институтов, которые по отношению к включенным в сферу их действия индивидам, являются коллективными благами. Создание таких институтов не может происходить только спонтанно и на основе создания только неформальных институтов. Поэтому необходима разработка государственной политики, основывающейся на формальных институтах (прежде всего правовых), направленной на институционализацию и солидаризацию общества. Такая политика относительно рынка труда должна способствовать повышению эффективности рыночных механизмов, функционирующих в специфичных условиях переходной экономики.

Список литературы:

1. Лещинская Г. «Молодежный рынок труда» «Экономист», №8, 1996г., стр. 62-70.;
2. Заславский И. К характеристике труда современной России. Очерк социально-трудовой политики. // Вопросы экономики, 2001, №2, с.76-91.
3. Алехина Г.А. Национальные модели занятости и рынок рабочих мест, Томск 2003

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Порватова А.В., студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: lolga84@mail.ru

Научный руководитель Горбатов З.В., ст. преп.

В современных российских условиях ведения бизнеса управление затратами становится одним из основных источников повышения результативности деятельности предприятия. Эффективность таких управленческих решений как изменение ассортимента продукции, увеличение объемов реализации базируется на правильной оценке не только конъюнктуры рынка, но и затрат. Как подобрать метод калькулирования, какую классификацию затрат использовать, как определить запас финансовой прочности предприятия и отдельных видов продукции? Грамотное решение этих и других вопросов по управлению затратами и финансовыми результатами дает значительные конкурентные преимущества организации на рынке. Одной из важнейших задач управленческого учета является калькулирование себестоимости продукции, т.к. себестоимость – важный экономический показатель деятельности промышленных предприятий.

Практика показывает, что на большинстве промышленных предприятий, и главное, крупных предприятий, где вопрос об управлении затратами стоит очень остро, использование систем управления затратами фактически отсутствует. Так, исследование предприятия на предмет использования подобных систем в г. Анжеро-Судженск, ООО «Трансуголь» подтвердил этот вывод.

В этой связи возникает необходимость оценки целесообразности применения существующих методов управления затратами для тех или иных групп предприятий. Следует кратко остановиться на сравнительной характеристике наиболее оптимальных на сегодняшний день систем:

- Система учета полных затрат
- Система учета переменных затрат

Система учета полных затрат предусматривает учет себестоимости продукции (работ, услуг) как стоимостной оценки, используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг) группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам: материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты.

Вместе с тем в бухгалтерском управленческом учете одним из альтернативных традиционному отечественному подходу к калькулированию является подход, когда по носителям затрат планируется и учитывается неполная, ограниченная себестоимость. Эта себестоимость может включать в себя только прямые затраты. Она может калькулироваться на основе только производственных расходов, т.е. расходов, непосредственно связанных с производством продукции (работ, услуг). В каждом случае полнота включения затрат в себестоимость разная. Однако общим для этого подхода является то, что некоторые виды издержек, имеющие отношение к производству и реализации продукции, не включаются в калькуляцию, а возмещаются общей суммой из выручки. В этом состоит сущность системы неполной себестоимости.

Одной из модификаций данной системы является система «директ-костинг». Ее суть состоит в том, что себестоимость учитывается и планируется только в части переменных затрат, т.е. лишь переменные издержки распределяются по носителям затрат. Оставшуюся часть издержек (постоянные расходы) собирают на отдельном счете, в калькуляцию не включают и периодически списывают на финансовые результаты, т.е. учитывают при расчете прибылей и убытков за отчетный период. По переменным расходам оцениваются также запасы – остатки готовой продукции и незавершенное производство. На первых этапах практического применения системы «директ-костинг» в себестоимость включались лишь прямые расходы, а все виды косвенных расходов списывались непосредственно на финансовые результаты. Отсюда и название системы – Direct-Costing-System (система учета прямых затрат).

Позднее «директ-костинг» трансформировался в такую учетную систему, когда себестоимость рассчитывается не только в части прямых переменных расходов, но и в части косвенных переменных затрат. Таким образом, принципиальное отличие системы «директ-костинг» от калькулирования полной себестоимости состоит в отношении к постоянным общепроизводственным расходам. При калькулировании полной себестоимости они участвуют в расчетах. Калькуляция себестоимости по переменным издержкам – это такой метод учета затрат, при котором постоянные общепроизводственные расходы исключаются из издержек производства.

Общехозяйственные расходы также исключаются из калькулирования. Они являются периодическими и полностью включаются в себестоимость реализованной продукции общей суммой без подразделения на виды изделий. В конце отчетного периода такие расходы списываются непосредственно на уменьшение выручки от реализации продукции.

«Директ-костинг» является предметом полемики среди бухгалтеров. Его сторонники утверждают, что постоянные расходы присутствуют независимо от того, загружены мощности предприятия или нет, какая продукция на них выпускается. Они в большей степени содействуют производству, чем участвуют в нем. Поэтому эти расходы не зависят от объема производства и имеют более тесную связь с временным периодом. Следовательно, постоянные затраты являются периодическими и их следуют сразу списывать на реализацию без внесения в себестоимость продукции. Сторонники этой теории подчеркивают, что различия в поведении постоянных и переменных издержек являются основными при принятии многих управленческих решений.

Оппоненты метода учета переменных затрат доказывают, что без постоянных издержек производство не сможет функционировать, а потому в оценке запасов должна участвовать и постоянная компонента производственных затрат. Таким образом, и переменные, и постоянные издержки должны рассматриваться как запасоёмкие.

Использование системы «директ-костинг» кардинально меняет не только отечественную концепцию калькулирования, но и подходы к учету и расчету финансовых результатов. Применяемая в рамках этого метода схема построения отчета о доходах, содержит два финансовых показателя: маржинальный доход и прибыль. Маржинальный доход – это разница между выручкой от реализации продукции и неполной себестоимостью, рассчитанной по переменным издержкам. В состав маржинального дохода входят прибыль и постоянные затраты предприятия. После вычитания из маржинального дохода постоянных издержек формируется показатель операционной прибыли.

Однако в соответствии с Международными стандартами бухгалтерского учета метод «директ-костинг» не используется для составления внешней отчетности и расчета налогов. Но практическое значение этой системы имеет место. Прежде всего ее использование позволяет оперативно изучать взаимосвязи между объемом производства, затратами и доходом, а, следовательно, прогнозировать поведение себестоимости или отдельных видов расходов при изменениях деловой активности.

В современных условиях управляющие должны знать, во что обходится производство отдельных видов продукции, независимо от того, каков размер арендной платы за помещение или какова заработная плата директора и его помощников. Поэтому одним из принципов бухгалтерского управленческого учета является следующий: самая точная калькуляция не та, в которую после многочисленных и трудоемких расчетов включаются все затраты предприятия, а та, в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции (выполнение работы, оказание услуги). Решить эту задачу можно, лишь используя систему «директ-костинг».

Система «директ-костинг» позволяет проводить эффективную политику ценообразования. В некоторых ситуациях при недостаточной загруженности производственных мощностей привлечение дополнительных заказов может быть оправданно даже в том случае, когда оплата за них не покрывает полностью издержек по их выполнению. Снижать цену на такие заказы можно до определенного предела, называемого «нижней границей цены». За пределами этой границы выполнение подобных заказов нецелесообразно. Рассчитать значение границы помогает система «директ-костинг». Управленческие решения подобного рода разрушают традиционные для отечественного калькулирования представления о том, что в основе цены непременно должна лежать полная себестоимость продукции.

Наконец, данная система позволяет существенно упростить нормирование, планирование, учет и контроль резко сократившегося числа затрат. В результате данного подхода себестоимость становится более обозримой, а отдельные статьи затрат – лучше контролируемые.

Внедрение системы «директ-костинг» на одном из объектов исследования ООО «Трансуголь» позволило пересмотреть ассортиментную политику предприятия в части привлечения дополнительных заказов. При этом потери, связанные с простым производственных мощностей оказались ниже, чем убытки, получаемые предприятием за счет дополнительных заказов, которые были сформированы с целью полной загрузки производственных мощностей. Кроме того, удалось сформировать реальные планы по снижению как себестоимости в целом, так и по отдельным статьям затрат.

Список литературы:

1. Николаева С.А., Принципы формирования и калькулирования себестоимости. // Вопросы экономики, №6, 2008.
2. Сергеев И.В., Состав и учет затрат, включаемых в себестоимость. // Российский экономический журнал, №8, 2008.
3. Тихомиров И.П., Сущность и значение себестоимости продукции как экономической категории. // Российский экономический журнал, №2, 2009.

АНАЛИЗ ТАРИФОВ IPHONE 3G ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ

Прасолов П.В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: Pablo_escabare@sibmail.com

Научный руководитель: Спицын В.В., доцент

Современный мир динамично развивается. Развивается в том числе развиваются и коммуникации. Закономерным является развитие такого вида коммуникации, как сотовая связь. В 2008 году в России появилась связь нового поколения- так называемая 3-G связь. Это качественно новый уровень связи в России. В данной статье будет рассмотрено положение дел в этой сфере рынка, уровень его освоения, ценовые предложения участников рынка. Так же на основе изученного материала ставится задача спрогнозировать развитие рынка сотовой связи 3-го поколения.

3G стандарт на сегодняшний день используется в 75 странах мира, услугами 3G-операторов пользуются около 300 миллионов людей. Теперь этот стандарт появился и в России. Сети 2G, прежде всего, были ориентированы на голосовую связь, в то время как сети 3-го поколения сделали акцент на передачу данных и уже потом на голосовую связь. Стандарт 3G, который пришел на смену сетям второго поколения, предлагает широкий спектр услуг, самыми важными из которых являются мобильный Интернет и голосовая связь.[1]

Табл. 1 Сравнительная характеристика стандартов связи.

Тип сети	3G UMTS	GSM с поддержкой EDGE	GSM с поддержкой GPRS
Скорость получения данных	до 3,6 Мбит/с	до 236,8 Кбит/с	до 80 Кбит/с
Скорость передачи данных	до 384 Кбит/с	до 118,4 Кбит/с	до 40 Кбит/с
Частота сети	2100 MHz	900, 1800 и 1900 MHz	

Табл. 2 «Сравнительная характеристика тарифов на приобретенные у операторов iPhone 3G»

	«Би Лайн» [2]			«МегаФон» [3]				«МТС» [4]			
	Фреш 100	Фреш 200	Фреш 400	Тариф В	Тариф С	Тариф D	Тариф Е	Пакет 100	Пакет 250	Пакет 500	Пакет 1000
Стоимость iPhone 3G	8Гб- 23000 руб. 16 Гб- 27000 руб.			8 Гб- 22000 руб. 16 Гб-25500 руб.				8 Гб- 21000 руб. 16 Гб- 25000 руб.			
Абонентская плата в месяц	800	1350	1900	152,5	488	762,5	1006,5	300	600	1100	1700
Включено в абонентскую плату											
GPRS- интернет	безлимитно			500	1000	3000	безлимитно	100	250	500	1000
Исходящие вызовы на мин.	100	200	400	50	150	300	500	-	-	-	-
Исходящие SMS	200	400	800	50	150	300	500	-	-	-	-

Таким образом, новый стандарт связи вводит новые услуги и сервисы: видеозвонок, мобильное телевидение, высокоскоростной интернет. Каждый пользователь, в зависимости от предполагаемой интенсивности использования интернета, может выбрать оптимальное ценовое предложение от одного из операторов сотовой связи. Следующие 2-3 года всем нам предстоит стать свидетелями нового передела рынка сотовой связи. Возможно, что действующий лидер рынка сменится. Потребителям станут доступны новые услуги и сервисы связи. Это означает появление новых возможностей и потребностей. Так же для доступа к новым услугам связи большинству пользователей сотовой связи придётся сменить сотовые телефоны.

Компания «Мегафон» первая вышла на рынок с новой услугой связи, что, безусловно, даст ей некоторые конкурентные преимущества перед другими компаниями. Вкупе с активно проводящимися

рекламными акциями, вводящимися новыми ценовыми предложениями GSM-связи, всё это изменит образ компании, изменится возрастная, профессиональная структуры потребителей услуг связи «Мегафон». Введение в эксплуатацию новых базовых станций, интегрированных с GSM-связью, позволит компании поставить на рынок новую услугу связи, а так же решить существующие проблемы с качеством связи.

Очевидно, что ОАО «Мобильные ТелеСистемы» сделали ставку на дальнейшее развитие своих 3-G сетей до уровня, обеспечивающего функционирование всех сервисов данного стандарта связи. Свои действия компания производит локально. Количество городов функционирования новых сетей у «МТС» самое маленькое, что объясняется выбранной политикой развития сетей 3-G.

Компания «Вымпелком», как бывший лидер рынка GSM-связи, проявил некоторую инертность во внедрении нового стандарта связи. Но на нынешний момент «Билайн» имеет большую площадь предоставления услуг связи 3-G, чем другой оператор связи. Стоит отметить, что в основном это мобильный 3-G интернет, поставляемый использованием базовых станций GSM. Вероятно, что таким образом «Вымпелком» подготавливает абонентскую базу будущих 3-G сетей, так же как и «Мегафон», «МТС» в своих вариантах политики развития сетей 3-G. [6]

Все операторы, получившие лицензии на использование 3-G сетей впервые представили свои новые услуги в Санкт-Петербурге, вначале локализовав предоставляемые услуги одним районом. В дальнейшем область предоставления новых услуг связи расширилась, были введены в эксплуатацию новые сервисы 3-G сетей. Компании «большой тройки» заключили соглашение с компанией Apple о продаже операторами сотовой связи телефонов I-phone 3-G, поддерживающих новый стандарт связи. Это означает введение европейкой модели продажи сотовых телефонов, когда телефоны продаются по минимальной цене в комплекте с тарифом. Впоследствии это приведёт к перестройке рынка сотовых телефонов. Об этом уже свидетельствует недавняя покупка компанией «Вымпелком» «Евросети»- крупной сети по продажам сотовых телефонов. [5]

Список литературы:

1. Пестриков Виктор Михайлович «Новейшая азбука сотового телефона» СПб, изд. «Наука и техника» 2005 г.
2. Билайн, официальный сайт [электронный ресурс] – Режим доступа: modem.beeline.ru/tarifs/paket20.wbp
3. Мегафон Северо-Запад [электронный ресурс]-Режим доступа: www.megafoncenter.ru/nn/tariffs/tariffs/
4. МТС [электронный ресурс]- Режим доступа: www.mts.ru/tariffs/inet/connect
5. Си- ньюс [электронный ресурс]- Режим доступа: www.cnews.com
6. 3G [электронный ресурс] -Режим доступа: www.3g-4g.ru
7. Мисайлова Е.В. «Анализ функционирования операторов сотовой связи на рынке г. Томска» Энергия молодых-экономике России: труды 8-й Международной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, г.Томск, 19-22 марта 2007г. ТПУ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СТРЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Пыхтова Т.В., студентка, Жданова О.Н., ст. преподаватель

Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического
университета
E-mail: Zdans@mail.ru

Организация труда специалистов различных профессиональных групп, связанного с интенсивным и нередко напряженным межличностным общением, становится в последние годы объектом все более активного внимания специалистов по управлению персоналом. В связи с важностью и значимостью обеспечения нормального социально-психологического климата в коллективе функция управления профессиональными стрессами вошла в систему управления персоналом, и является важным функциональным звеном всей системы управления.

Реакция на стресс, повышенное нервное напряжение, – это ответ человеческого организма на любое предъявленное ему внешней средой требование. По мнению основоположника теории стресса Ганса Селье, это «адаптация к возникшей трудности, какой бы она ни была».

Профессиональный стресс прямо и косвенно увеличивает затраты на достижение целей организаций и снижает качество жизни большого числа сотрудников. В управленческой деятельности

очень важным является предупреждение и преодоление стрессов. Многие исследователи, например, А. Я. Анцупов, А. А. Малышев, Л. А. Петровская, относят управление стрессами к числу управленческих функций руководителя.

Для определения подверженности сотрудников стрессовым ситуациям было проведено исследование среди муниципальных и коммерческих организаций г. Юрги.

В ходе исследования определено, что у основной части опрошенных основным фактором возникновения стресса является работа, а точнее перегруженность работой или не загруженность работой т.е. задание, которое следует завершить за конкретный период времени. Например, работнику просто поручили непомерное количество заданий или необоснованный уровень выпуска продукции на данный период времени. В этом случае возникает беспокойство, чувство крушения, безнадежности и материальных потерь, такие же симптомы возникают и при неполной загруженности. 45% работников, получившие работу, не соответствующую их возможностям, обычно чувствуют фрустрацию, беспокойство относительно своей ценности и положения в социальной структуре организации и ощущают себя явно нереализованными. В коммерческих организациях – одна из основных причин возникновения стресса у сотрудников – бюрократическая структура, постоянные изменения в организации, характер иерархических отношений (60%).

Возможная смена карьеры в результате несоответствия деятельности способностям, остановившаяся карьера, потеря четких и ясных целей и ориентиров – одна из основных причин (70%), вызывающих стресс у персонала. Плохие физические условия, неправильные соотношения между полномочиями и ответственностью, плохие каналы обмена информацией в организации и необоснованные требования сотрудников друг к другу тоже могут вызвать стресс (25%).

Важнейшими факторами, способствующими возникновению тревоги или волнения у работников отмечены: предчувствие наказания в случае неуспеха (43%), угроза неудачи (40%), включающая и возможность быть выставленным на посмешище, предчувствие наказания в случае неуспеха (60%). Основным фактором тревожности муниципальных и образовательных учреждений явилась сложность ситуации, с точки зрения возможностей самореализации (65%). В Администрации города – высокий уровень притязаний относительно собственных способностей и знаний.

В отличие от своих подчиненных, которые в основном озабочены внутренними проблемами фирмы, руководителю приходится решать еще и ряд непростых внешних проблем.

У руководителей организаций основным фактором стресса является перегруженность работы (80%), а так же необходимость принимать решения и ответственность за людей (75%). В ходе исследования выяснилось, что у руководителей всех организаций факторы тревожности одинаковы: 45% переживают от неуверенности, возникающей в предвидении якобы надвигающейся неудачи, что чаще всего возникает из неопределенных ситуаций, ощущения нехватки времени и большой нагрузки на малые сроки; 55% руководителей переживают сложность ситуации, с точки зрения возможностей самореализации, как субъекта ответственности. Часто это приводит к тому, что у 70% руководителей возникают волнения от оценки специфичности данной управленческой ситуации. В следствии паники, беспокойства в ситуациях повышенной нагрузки у 85% руководителей часто возникает состояние усталости и невозможности сосредоточить своё внимание.

Все перечисленные симптомы стресса несомненно снижают не только иммунитет, но и значительно ухудшают здоровье в целом персонала, а в результате страдает эффективность труда организации.

Главная проблема современных служащих в том, что они чаще всего не осознают, что стали жертвами стресса. Для этого нужно обладать определенными навыками. Такое отношение к себе может привести к большим проблемам, название которым — синдром хронической усталости, синдром эмоционального выгорания, депрессия.

Основная часть персонала уверена в том, что могут самостоятельно справиться со стрессом, но из анкетного опроса, проведенного нами видно, что практически весь персонал подвержен стрессу (98%). Работники не всегда могут отличить обычное раздражение, ухудшение самочувствия от стресса, или просто не хотят признать того, что они не способны самостоятельно справляться со стрессом. Это еще раз подтверждает необходимость понимания сути стрессовых ситуаций и адекватной реакции на них.

Большая часть персонала предпочитает свои методы борьбы со стрессом: хороший сон, двигательную активность, музыку. Только 50% руководителей справляются со стрессом с помощью самоорганизации.

Концепция стресс-менеджмента предполагает обучение сотрудников компании:

- навыкам диагностики стрессовых ситуаций;
- приемам смягчения негативных воздействий с учетом собственных «слабых мест»;
- способам максимально быстрой и эффективной нейтрализации закономерных, с точки зрения физиологии, реакций человеческого организма на изменения внешней среды.

В большинстве случаев реакция (то есть всевозможные мероприятия по стресс-менеджменту) на

упомянутое стрессовое влияние чаще всего носит спонтанный характер, и задачи решаются исключительно тактические, что в корне противоречит концепции управления стрессом.

Управление профессиональным стрессом предполагает применение следующих мер:

- признание того факта, что на сотрудников оказывается воздействие, которое может негативно сказаться на их физическом и психическом здоровье, а значит, и на делах предприятия;
- создание разветвленной системы мер, направленных на ослабление и профилактику, как самого воздействия, так и его возможных последствий.

До разразившегося осенью 2008г. кризиса управление стрессом заключалось в следующем: проводились специальные тренинги; в бюджет закладывались немалые средства для того, чтобы сотрудники имели возможность поддерживать свое физическое здоровье. Во многих организациях приглашали психологов для консультаций.

Кризис все изменил, в сложной и нестабильной ситуации экономить приходится в первую очередь на обучении. Это никому не нравится, но иных вариантов немного. С другой стороны именно в условиях кризиса мероприятия по стресс-менеджменту особенно своевременны и дают максимальный эффект, повышая не только сопротивляемость сотрудников стрессовой нагрузке, но и уровень их лояльности к организации и руководству.

Список литературы:

1. Журнал «Шеф» Бизнес и стресс №10 от 2008г.
2. Князев В. Н. Психология управления. Москва. 2000.
3. Материалы сайта// www.personal-mix.ru
4. Материалы сайта// www.hr-zone.net

РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА «УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА КАЧЕСТВО» ДЛЯ ОАО «СИБЭЛЕКТРОМОТОР»

Руднева А.В, студент

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

E-mail: incredibaly@mail.ru

Научный руководитель: Ясельская А.И., к.э.н., доцент.

Одним из путей повышения конкурентоспособности продукции является переход предприятия на международную систему менеджмента качества (СМК).

Применение принципов менеджмента качества не только обеспечивает непосредственные выгоды, но и вносит важный вклад в менеджмент затрат и рисков. Соображения, связанные с выгодами, менеджментом затрат и рисков, важны для организации, ее потребителей и других заинтересованных сторон. Для успешного существования предприятия затратам на удовлетворение ожиданий потребителя в области качества должно уделяться достойное внимание. Для этого должны разрабатываться стандарты по управлению качеством, по контролю за качеством на всех этапах производства продукции, методы предотвращения внешних и внутренних потерь, и несомненно, стандарт по методике ведения учета затрат, направленных на управление качеством.

ОАО «Сибэлектромотор» является одним из примеров предприятий, которые заботятся о качестве выпускаемой ими продукции и о своей репутации на отраслевом рынке. В 2006 году на предприятии были разработаны и внедрены такие стандарты менеджмента качества, как СМК.7-018-2006 Версия 2 «Порядок организации контроля качества продукции в процессе производства», СТП СМК 8-001-2006 Версия 3 «Контроль качества продукции приемо-сдаточные», СТП СМК 5-002-2004 «Анализ системы менеджмента качества высшим руководством», СТП СМК 7-013-2005 «Технологическое обеспечение производства. Планирование и организация контроля за соблюдением требований технологических процессов в цехах основного производства». Но на предприятии отсутствует стандарт «Управление затратами на качество».

Каждое, уважающее себя начальство должно знать, куда именно уходят выделяемые на качество деньги. Для этого необходимо вести контроль над затратами на управление качеством и выделять их из объема общих затрат. В связи с этим, я предлагаю следующую методику по разработке стандарта «Управление затратами на качество».

Для начала необходимо определить область применения и сферу действия:

Настоящий стандарт устанавливает порядок учета и управления затратами по достижению качества продукции в процессе производства с целью предотвращения излишних затрат предприятия.

Применительно к ОАО «Сибэлектромотор» стандарт обязателен для цехов: № 2, 3, 4, 8, 14, 20, участков: № 9, 12, подразделений: ОТК, КТЦ, ТСУ.

В стандарте обязательно должны быть указаны те нормативные ссылки на которые составители данного стандарта опирались.

В настоящем стандарте предприятия учтены требования следующих документов:

- ISO 9001:2000 «Системы менеджмента качества. Требования»;
- ГОСТ Р ИСО 9000—2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»
- ГОСТ Р ИСО 9004—2001 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности»
- ГОСТ Р ИСО 10006—2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по менеджменту качества при проектировании»
- ГОСТ Р ИСО/ТО 10014 -2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по управлению экономикой качества»

В целях предотвращения повторения одних и тех же сложных и длинных обозначений, а так же для ясности и понятности документа при составлении стандарта используются определения и сокращения, которые необходимо отобразить в тексте стандарта.

В стандарте «Управление затратами на качество» могут использоваться такие определения как:

Стандарт предприятия – нормативный документ по стандартизации, содержащий правила, общие принципы, характеристики объектов стандартизации, касающиеся определенных видов деятельности или их результатов, утвержденный руководителем организации;

Система менеджмента качества – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов для разработки политики и целей и достижения этих целей, для руководства и управления организацией применительно к качеству;

Контроль качества продукции – проверка соответствия показателей качества продукции установленным требованиям;

Качество- степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям;

Требование- потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным; И так далее.

А так же сокращения:

ГОСТ Р – государственный стандарт России;

ОАО – открытое акционерное общество;

ОТК – отдел технического контроля;

СТП – стандарт предприятия;

СМК – система менеджмента качества и т.д.;

В общем положении отображается суть внедрения данного стандарта на предприятие. Применительно к данному стандарту отмечаем, что :

Учет затрат на управление качеством ведется отдельно от всех прочих затрат предприятия с целью извлечения максимальной прибыли, а так же повышения удовлетворенности потребителей посредством эффективного применения СМК, включая процессы постоянного ее улучшения и обеспечение соответствия требованиям потребителей и обязательным требованиям.

Методы учета затрат на управление качеством должны быть отражены в учетной политике предприятия.

Необходимо произвести классификацию затрат, определить их состав и центры их возникновения. Выделяются 4 основных категорий затрат:

- 1) затраты на предотвращение возникновения дефектов или потерь;
- 2) затраты на контроль достигнутого уровня качества;
- 3) затраты на внутренние потери и их предотвращение;
- 4) затраты на внешние потери и их предотвращение;

Методику учета, планирования и анализа затрат на качество каждое предприятие должно определить самостоятельно согласно учетной политике, основываясь на анализе особенностей организации. Непосредственно для предприятия ОАО «Сибэлектромотор», мы рекомендуем ввести в разд. III "Затраты на производство" счет №22 "Затраты на качество" с тремя субсчетами:

22.1 "Затраты на повышение качества";

22.2 "Затраты на обеспечение качества продукции";

22.3 "Потери от несоответствия".

По дебету счета будут отображаться все затраты, связанные с качеством, а по окончании месяца с кредита будут списаны на следующие счета:

20 "Основное производство";

23 "Вспомогательные производства";

25 "Общепроизводственные расходы";

26 "Общехозяйственные расходы";

97 "Расходы будущих периодов";

8 "Брак в производстве" и другие в зависимости от центров затрат.

Руководству организации следует определить документацию, включая соответствующие записи, необходимую для разработки, внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы управления затратами на качество.

В состав сопутствующей документации должны быть включены такие документы, как учетная политика предприятия, план счетов, утвержденный директором и т.д.

Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9000—2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»
2. ГОСТ Р ИСО 9004—2001 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности»
3. ГОСТ Р ИСО 10006—2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по менеджменту качества при проектировании»
4. ГОСТ Р ИСО/ТО 10014 -2005 «Системы менеджмента качества. Руководство по управлению экономикой качества»
5. Стандарт предприятия ОАО «Сибэлектромотор» СТП СМК 7-018-2006 Версия 2: Порядок организации контроля качества продукции в процессе производства, 2006.
6. Стандарт предприятия ОАО «Сибэлектромотор» СТП СМК 8-001-2006. Версия 3: Контроль качества продукции приемо-сдаточные, периодические и типовые испытания, 2006.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И СТИМУЛЫ К ИННОВАЦИЯМ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Савостина О.А., студент

Томский политехнический университет

E-mail: freakolife@mail.ru

Научный руководитель: Спицын В.В., доц.

Согласно объявленной правительством стратегии перехода к инновационной экономике уже в скором будущем российский фармацевтический рынок перейдет на абсолютно новую модель развития. Приоритетным направлением станет стимулирование разработок и внедрение инновационных лекарственных средств. Такая задача заложена в проекте стратегии развития фармацевтической промышленности России до 2020 года [1]. После реализации данной программы страна должна получить цивилизованный и конкурентный рынок, а доля продукции отечественного производства составить не менее 50%. Причем, отмечают разработчики, более 80% фармакологической продукции должно носить инновационный характер и находиться под патентной защитой [2].

Однако на настоящий момент по данным маркетинговых исследований центра «Фармэксперт», несмотря на рост числа отечественных фармацевтических компаний, количество которых в 2008 году достигло 835, относительная доля «иностранцев» на нашем фармрынке постоянно увеличивается. Российские производители просто не поспевают за иностранными. Например, за 9 месяцев прошедшего года количество российских препаратов на рынке выросло на 52%, а импортных – на 104%. При этом за 2001-2007 годы иностранные фармацевтические компании вложили в собственные проекты в России 500 млн. долл., а в 2005-2007 годах купили здесь производственных активов на 800 млн. долл. [3].

Цель поставлена. Но так ли легко ее достигнуть? Сложившаяся на российском фармацевтическом рынке неэффективная структура потребления лекарственных средств требует проведения политики регулирования предложения с тем, чтобы обеспечить присутствие качественных, современных препаратов отечественных производителей. Следует отметить, что влияние государственной политики на стимулирование инноваций неоднозначно. Финансирование научных разработок в России в области фармацевтики крайне скудно. Износ научного оборудования в исследовательских организациях достигает 80-90%, т.е. экспериментальная база практически отсутствует, а сами «многие биотехнологические научные центры были уничтожены через рейдерство». Академик РАМН А. Егоров выделяет три основных научных направления развития фармацевтики: адресная доставка лекарств, препараты на основе стволовых клеток и биоинформатика, т.е. компьютерное моделирование лекарств. Однако, как он подчеркивает, в нынешних условиях более реальным для России представляются исследования в области

модификации существующих препаратов и создание комплексных лекарств, сочетающих в себе несколько действующих веществ, что благодаря синергетическому эффекту (эффекту взаимного усиления) существенно повышает их эффективность. Представитель Ассоциации российских фармацевтических производителей М. Сорокин напомнил еще о двух препятствиях на пути создания инновационной отечественной фарминдустрии – коррупции, которая «помогает» продвижению зарубежных препаратов на российском фармрынке, и существующее законодательство. В частности, по его мнению, нужно ввести упрощенную регистрацию новых препаратов – сейчас она требует 3-5 лет, т.е. проходит недопустимо долго, и предоставить отечественным производителям налоговые льготы [3].

Жесткая ценовая политика в отношении лекарственных средств позволяет сдерживать расходы, но одновременно с этим препятствует выходу на рынок новых лекарств – ведь появлению инновационного препарата предшествуют стадии долгих и затратных исследований, клинических испытаний, регистрации, что неизбежно приводит к его высокой стоимости. Сильная патентная защита, напротив, стимулирует фармацевтические компании к разработке и продвижению инновационных продуктов на конкретном рынке.

В России ценовое регулирование осуществляется путем государственной регистрации предельных отпускных цен на ЛС российских и иностранных производителей и установления предельных торговых надбавок к ценам на лекарства. Поскольку в большинстве российских регионов торговая наценка не зависит от ценовой категории лекарственного средства, у дистрибьюторов и аптек преобладают стимулы закупать более дорогие препараты, так как в этом случае повышается объем продаж и прибыль. Однако это не означает, что дистрибьюторские фирмы и аптеки заинтересованы в закупке и продаже инновационных лекарственных средств, как более дорогих товаров. Для этих целей больше подходят брендовые дженерики. Таким образом, ценовая политика в том виде, как она работает сегодня, не справляется с одной из важнейших задач – оптимизацией структуры потребления лекарственных средств. [1].

Какова же ситуация на фармацевтическом рынке Томской области? Согласно экспертной оценке в 2007 г. объем производства продукции предприятий биотехнологического сектора Томской области составил более 3,3 млрд руб. (по результатам исследования ЗАО «МБА», проведенного в ходе мониторинга Программы социально-экономического развития Томской области на период до 2010 г.). Биотехнологический комплекс Томской области включает образовательную и научно-производственную базу: научно-исследовательские институты, вузы, фармацевтические, промышленные предприятия. Его специфика — теснейшая связь фундаментальных исследований, прикладной науки и промышленности. По прогнозам экспертов, потенциальный объем производства биотехнологической продукции в Томской области к 2020 г. составит свыше 2,5 млрд долл. при среднегодовом приросте выпуска 27% (по данным компании «Про-Инвест Консалтинг». Стратегия развития Томской области до 2020 г.) [4]. Перспективные направления для инвестиций в Томской области в сфере биотехнологий включают производство фармпрепаратов, биоактивных добавок (БАД), организацию производства протеинового направления, инфраструктурные проекты в фармации. Реализация инвестиционных проектов подкрепляется научными разработками вузов, внедрением новых производств инновационных оригинальных продуктов. В Томской области этим занимаются ученые Томского политехнического университета, НИИ кардиологии, НИИ фармакологии ТНЦ СО РАМН, СибГМУ. На счету политехнического и медицинского университетов немало инновационных научных разработок в сфере биотехнологии, фармацевтики, медицинской биохимии и биофизики.

По словам проректора по науке СибГМУ, проф. Л. Огородовой, в 2002 г. при поддержке администрации области был создан первый среди медицинских вузов отдел коммерциализации научных разработок. За время своего существования отдел провел более 30 маркетинговых исследований, подготовил 6 бизнес-планов, на стадии разработки еще 5, открыто 3 малых предприятия. Сегодня отдел коммерциализации курирует порядка 135 инновационных проектов на разной стадии развития, из них 9 в сфере биотехнологий. Все проекты рассматриваются с точки зрения их коммерческой привлекательности. Как отметила начальник отдела канд. биол. наук Т. Рудко, за первое полугодие 2008 г. было привлечено 8,5 млн руб для финансирования фундаментальных исследований.

Успешным примером воплощения научной идеи стало совместное российско-британское предприятие «Биомедицина Сибири», учредителем которого является СибГМУ и венчурный фонд ORBIT. В рамках программы «Старт» Томского фонда содействия развитию малого предпринимательства создано ООО «Инновационные коммуникации» («Иноком»), которое успешно работает на рынке СФО с разработками в области фармакологии и ветеринарии. По словам зав. кафедрой фармацевтической технологии СибГМУ В. Чучалина, на фармфакультете коммерциализированы около 15 инновационных разработок, которые выведены на рынок в качестве БАД. Есть абсолютно оригинальные разработки, которыми можно гордиться. В биотехнологический кластер Томской области входит одно из ведущих предприятий рынка БАД в России — ООО «Артлайф». В конце прошлого года «Артлайф» запустил первое в России производство твердых желатиновых капсул для фармпромышленности. Еще один

перспективный проект биотехнологического комплекса области — развитие российско-австралийского предприятия ООО SibEX и запуск нового производства биологически активного вещества — полипренола, широко используемого в фармацевтической и косметической промышленности.

Отсутствие специализированных складских площадей для организации логистической деятельности в сфере фармацевтики в Томской области открывает возможности для еще одного перспективного направления деятельности — создания логистического фармкомплекса. Комплекс позволит сконцентрировать потоки медикаментов, организовать их хранение и доставку. С учетом дефицита такого рода площадей интересным может быть вариант реализации данного проекта на базе ОГУП «Областной аптечный склад» [4].

Подводя итог вышесказанному, стоит отметить, что за исключением патентного законодательства, действующие инструменты государственной политики не оказывают существенного влияния на структуру фармацевтического рынка, и потому нуждаются в переосмыслении. Государству стоит задуматься о том, какие лекарственные средства должны присутствовать на рынке, и модифицировать действующие механизмы с тем, чтобы у производителей и продавцов было больше стимулов выводить на рынок новые, эффективные лекарственные средства. Что же касается фармацевтической промышленности Томской области, областная администрация заинтересована в развитии фарминдустрии, так как это во многом формирует инвестиционную привлекательность региона, в связи с этим активно финансируются научные разработки и поддерживается развитие бизнес-коммуникаций — интеграция с мировым бизнес-сообществом в области биотехнологий.

Список литературы:

1. Л.С. Засимова. Государственное регулирование и стимулы к инновациям на российском рынке//Инновации. –2008. - №11. – С. 79
2. <http://www.businesspravo.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=40035>
3. <http://www.nkj.ru/news/14629/>
4. Е.Тригубович. Старт и развитие биотехнологий в Томской области//Фармацевтический вестник. - 2008. - №28.

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Саулина О.В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: osaulina@yandex.ru

Научный руководитель: Тухватулина Л.Р., к.ф.н.

Термин «финансовая глобализация» означает достаточно широкий круг явлений, в силу этого, прежде чем говорить о финансовой глобализации, нужно определить понятие процесса глобализации в целом. Существует достаточно большое количество определений данного экономического термина. Наиболее ёмкое, точное и лаконичное определение термина глобализации, на наш взгляд, следующее: глобализация – это процесс создания единого мирового хозяйства под влиянием общемировой тенденции к взаимозависимости и открытости.

Одной из главных движущих сил глобализации является ее финансовая составляющая, которая сформировала самостоятельный, независимый процесс, называемый финансовой глобализацией. Финансовая глобализация представляет собой процесс формирования и функционирования мировых финансовой, валютной и кредитной систем, сопровождающийся высокой мобильностью капиталов, т.е. высокой степенью перемещения на соответствующих мировых рынках.

Вопрос о финансовой глобализации является, бесспорно, одним из актуальнейших, насущных и, так сказать, «наболевшим». Об этом свидетельствует, в частности, разразившийся на данном этапе валютно-финансовый кризис, который отозвался в подавляющем большинстве стран. Следовательно, это подтверждает высокий уровень финансовой взаимозависимости, а значит, это является ярким и непререкаемым свидетельством того, что развитие финансовой глобализации ускоряется.

Структура финансовой глобализации включает в качестве субъектов мировые финансовые рынки, а также глобальные финансовые продукты.

Главными субъектами финансовой глобализации являются:

– международные и региональные финансовые организации (МВФ, группа Всемирного банка, ВТО и др.);

- транснациональные корпорации.

Для финансовой глобализации характерны:

- международные масштабы совершения операций;
- непрерывность в течение суток процессов инвестирования, кредитования, торговли валютой, ценными бумагами;
- доступность мирового финансового рынка для инвесторов и заемщиков практически в любой точке земного шара;
- использование электронных сетей [3].

Финансовая глобализация предполагает ее рост в мировом масштабе за счет увеличения оборотов торговли, количества участников и инструментов. Количество субъектов, оказывающих влияние на мировой финансовый рынок увеличивается за счет того, что, к примеру, банки, страховые компании и организации иного назначения, которые уже надежно закрепили свои позиции на местных рынках, могут достаточно беспрепятственно проникать на финансовые рынки других стран, образуя филиалы или дочерние компании, тем самым, расширяя мировой финансовый рынок.

Развитие финансовой глобализации обеспечивается расширением кредитно-инвестиционной деятельности транснациональных корпораций (которые владеют производственными подразделениями в нескольких странах) и банков, и механизмами международных финансовых рынков. Это проявляется в высокой мобильности, нарастающей масштабности, диверсификации (т.е. отказ от узкой специализации в производстве) производства и интеграции (т.е. объединения, слияния) международных финансовых ресурсов и потоков.

Развитие финансовой глобализации стимулируется неравномерностью экономического развития и распределения финансовых ресурсов, неуравновешенностью текущих платежных балансов, острой нехваткой в большинстве стран собственных ресурсов для осуществления инвестиций, покрытием бюджетных дефицитов, осуществлением слияний и поглощений компаний и банков, выполнением долговых обязательств по внутренним и внешним заимствованиям, а также внедрением современных электронных технологий.

Также одним из весомых факторов, оказывающих влияние на развитие глобализации, является воздействие ускоренной либерализации мирохозяйственных связей и финансовых потоков в рамках стратегии открытой экономики. Впервые процесс либерализации и преобразования финансовой сферы начали США с 1974 года. Цель этих преобразований заключалась в отмене жестких ограничений в области движения капитала, которые ограничивали отток капитала и позволяли устанавливать низкие процентные ставки для обеспечения правительств и экономики дешевыми заемными ресурсами. Либерализация экономики и финансовой сферы усиливается региональной интеграцией. Например, «большая семерка» на саммите в Галифаксе выдвинула требования постоянного поощрения стран-членов МВФ и ВТО к устранению ограничений на рынке капитала, к установлению свободной конвертируемости валют (свобода обмена).

Финансовая глобализация влияет на национальную денежно-кредитную политику стран. Она ограничивает пространство, степень независимого поведения страны. Это связано с усилением воздействия внешней среды на национальную экономику в целом и денежно-кредитную сферу в частности. По мере все большего включения экономик в систему мирохозяйственных связей усиливается их взаимозависимость. В результате, национальные центральные банки при принятии своих решений должны учитывать большее число факторов, которые находятся за пределами их прямого контроля: динамику глобальной экономики и экономик других стран; решения других центральных банков, прежде всего, главенствующих, ключевых игроков на мировом рынке (Федеральная резервная система, Банк Японии, Европейский центральный банк).

Действие внешних факторов ограничивает национальную денежно-кредитную политику по нескольким направлениям:

- непосредственно, сужая возможности центральных банков по использованию отдельных инструментов и установлению различных целей;
- опосредованно, когда центральные банки вынуждены реагировать на последствия внешних негативных шоков [2].

Финансовая глобализация также оказывает непомерное влияние на инфляцию в странах, т.е. ускоряет ее темпы. Поэтому цель многих стран – управление процессом инфляции. Для этого применяется политика таргетирования – комплекс мер, принимаемых государством в целях контроля над уровнем инфляции в стране.

Стадии таргетирования инфляции:

1. Установление планового показателя за определенный период.
2. Подборка подходящего монетарного инструмента для контроля над уровнем инфляции.
3. Применение этого инструмента в зависимости от текущей необходимости.
4. Сравнение уровня инфляции на конец отчетного периода с запланированным и анализ

эффективности проведенной монетарной политики.

Основной инструмент инфляционного таргетирования – манипулирование ставкой рефинансирования. Повышение учетной ставки (ставки рефинансирования) влечет за собой повышение депозитных ставок в коммерческих банках, следовательно, увеличивается привлекательность сбережения материально-финансовых ресурсов, а не трата [1].

В заключение, обобщая все вышесказанное, нужно сказать, что глобализация – процесс неизбежный, процесс поступательно развивающийся. Нельзя однозначно сказать, что глобализация имеет негативную или, наоборот, положительную тенденцию, то есть отрицательно или положительно сказывается на состоянии мировой экономики в целом. Можно сказать, глобализация развивается волнообразно или циклически, сменяя повышательную волну понижательной и наоборот. Нужно научиться разумно управлять процессом глобализации, чтобы сглаживать возможные кризисные ситуации, и в общем, использовать данный процесс на благо человечеству, миру.

Список литературы:

1. Смитиенко Б. М. Международные экономические отношения. – Москва, 2008. – 512 с.
2. Апокин А. А. Проблема глобальных дисбалансов в мировой экономике // Вопросы экономики. - 2008.- № 5.- С.33-43.
3. Головин М. В. Финансовая глобализация и ограничения национальной денежно-кредитной политики // Вопросы экономики. - 2007.- № 7.- С.23-34.

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Саулина О.В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: osaulina@yandex.ru

Научный руководитель: Черепанова Наталья Владимировна, к.ф.н., доцент

Здравоохранение – одна из отраслей народного хозяйства, которая, является неотъемлемой нашей жизни. Помимо этого, мы вкладываем некоторое (иногда весьма большое) количество материально-финансовых ресурсов в эту область, несомненно, с целью удовлетворения каких-либо наших потребностей. А точнее, с преобладающей целью – получить необходимую и желательную эффективную помощь для поддержания нашего здоровья. Следовательно, одной из первостепенных задач управления здравоохранением является не только необходимость достоверно оценить – как часто и насколько эффективно помогают те или иные методы лечения, но и как наиболее рациональным способом использовать вложенные людьми финансовые средства.

Поэтому на данном этапе появилась потребность в новой, но, бесспорно, актуальной и значительной области медицинских и экономических наук – экономике здравоохранения.

Выделение экономики здравоохранения в область самостоятельных научных знаний состоялось лишь во второй половине XX века. Это произошло под влиянием ряда причин:

1) XX в. — это столетие небывалого ранее увеличения объема и социально-экономической значимости сферы услуг. И хотя медицина существовала практически всегда, но никогда ранее она не формировалась в столь крупную отрасль хозяйства, объединяющую миллионы людей. Именно этот «медицинский бум» повлек за собой пристальное внимание и научный интерес к этой отрасли.

2) Здравоохранение одновременно заявило о себе как о исключительно ресурсоемкой отрасли, способной использовать различные материальные, финансовые, трудовые и прочие ресурсы.

3) Пожалуй, главной причиной стал факт, что в XX в. здравоохранение стало рассматриваться как выгодная, экономически целесообразная область приложения инвестиционных средств (пациенты, государство, страховые организации) [3].

Таким образом, была сформирована новая научная и учебная дисциплина — экономика здравоохранения.

Данная наука призвана именно с той требуемой целью, чтобы достичь максимального эффекта в оказании медицинской помощи при заданных затратах.

В задачи экономики здравоохранения входит:

- определение расходов, затрат на различные виды медицинской помощи;
- определение и нахождение материальных, трудовых и финансовых резервов при условии их рационального использования;
- определение путей повышения эффективности здравоохранения;

- экономическое обоснование планов здравоохранения.

Итак, исходя из цели и задач экономики здравоохранения, сформулировано наиболее многогранное и обобщающее понятие данного термина. *Экономика здравоохранения* - область медицинской и экономической наук, возникшая на стыке социологии, социальной медицины и организации здравоохранения, политической экономии и конкретной экономики, изучающая проявления и использование объективных экономических законов и отношений, складывающихся в здравоохранении, а также все виды эффективности здравоохранения (социальную, медицинскую и экономическую); определяет и разрабатывает методы рационального использования материально-финансовых ресурсов, выявляет резервы здравоохранения на всех его участках [1].

Экономика здравоохранения имеет два пути, направления развития:

1. эффективность здравоохранения;
2. экономичность здравоохранения, изучающая рациональное использование выделенных (государством) средств на здравоохранение.

Эффективность здравоохранения рассматривается в трех основных аспектах:

1. медицинская эффективность;
2. социальная эффективность;
3. экономическая эффективность.

Медицинская эффективность – степень достижения поставленных задач в области диагностики, лечения, профилактики заболеваний с учетом критериев качества, адекватности и результативности (в таком случае медицинский эффект может быть выражен через показатели заболеваемости, "индексы здоровья", показатели летальности, различные показатели, характеризующие качество медицинской помощи и др.). Следующее направление эффективности здравоохранения – социальная эффективность, которая характеризует социальный эффект здравоохранения в соответствии с произведенными затратами на достижение данного эффекта. Обособленное выделение этого понятия в определенной мере условное, так как социальный эффект тесно связан с экономическим. Эта связь выражается следующими показателями:

- число сохраненных жизней в трудоспособном возрасте (при определении экономической эффективности) и вне зависимости от возможности трудиться (при определении социальной эффективности);
- число сохраненных жизней в целом за счет снижения общей и детской смертности;
- число увеличения лиц экономически активного периода за счет снижения заболеваемости, инвалидности и др.

Далее экономическая эффективность здравоохранения. Это экономический эффект деятельности органов и различных учреждений здравоохранения, отнесенный к сумме затраченных средств на здравоохранение. Данный эффект преследует цель получения максимального эффекта при минимальных затратах, иными словами, найти наименее дорогостоящий подход к достижению наилучшего результата [4]. Все вышеперечисленные аспекты эффективного функционирования здравоохранения тесно взаимосвязаны. Их изучение позволяет, главным образом, выбрать оптимальную хозяйственно-правовую модель предпринимательской деятельности в здравоохранении.

Далее следует учесть, что экономические отношения возникают на трех крупных, так называемых, информационных уровнях. Рассмотрим их подробнее.

На микроэкономическом уровне экономические отношения охватывают деятельность каждого индивидуума, отдельных участков, звеньев, а также структур производства медицинских услуг. Главный микроэкономический элемент здравоохранения — это лечебно-профилактическое учреждение (ЛПУ), по своей сути выступающее как своеобразное оказывающее услуги предприятие. Что же касается частнопрактикующего врача, то он, в действительности, воплощает, персонифицирует целое медицинское учреждение, выступая попеременно в качестве основного персонала, менеджера, обслуживающего работника и т.п. (если речь не идет об использовании наемной рабочей силы).

В рамках национальной экономики в целом (макроэкономический уровень), и, прежде всего, в тех отраслях, которые непосредственно связаны со здравоохранением, а таких отраслей насчитывается более тридцати (медицинская промышленность, фармацевтическая промышленность, приборостроение, специальные отрасли текстильной, пищевой промышленности, транспортного машиностроения, строительства, торговли и т.п.), складываются макроэкономические отношения.

В современных условиях интегрирования, слияния многих видов лечебно-профилактической деятельности на интернациональном уровне, макроэкономические отношения выходят в сферу всемирного хозяйства, функционирования рынка услуг здравоохранения в мировом масштабе.

Кроме всего, в последнее время в специальной экономической литературе обосновывается и все более отчетливо проявляется тенденция к выделению еще одного уровня экономических отношений, а, следовательно, и осуществления анализа хозяйственной деятельности. Речь идет о миди-экономическом уровне (лат. — *medius*, англ. — *middle* — средний). На этом уровне исследуются хозяйственные связи в

здравоохранении, рассматриваемом как большая отрасль в экономике (суперотрасль), состоящая из целого ряда подотраслей, различных производств и специализаций, объединенных решением одной функциональной задачи — охраны и укрепления общественного и индивидуального здоровья. Это означает, что экономика здравоохранения — отраслевая экономическая наука, которая изучает взаимодействие здравоохранения с экономикой народного хозяйства, формирование, распределение и использование в здравоохранении материальных, трудовых и финансовых ресурсов [2].

Итак, обобщая все вышесказанное нужно отметить, что в здравоохранении, подобно любой другой области, сферы деятельности человека, может быть выделено две стороны, два направления развития. Одна — профессиональная, которая составляет содержательный аспект медицинской деятельности. Нет такого диапазона применения способностей человека, который бы не требовал наличия определенных профессиональных навыков, умений или, в котором отсутствовало бы содержание. Другая сторона — экономическая. Она представлена той хозяйственной формой, в ограниченных объективных рамках которой неизбежно совершается данная деятельность. Нет такого вида профессиональной деятельности, которая бы содержательно осуществлялась в отрыве от какой-либо конкретной экономической формы.

Список литературы:

1. Решетников А.В. Экономика здравоохранения – Москва, «ГЕОТАР - МЕД», 2003, 342 с.
2. Семенов В.Ю. Экономика здравоохранения – Москва, 2004, 472 с.
3. Кокотов Д.В. Понятие о сущности лечебно-профилактического учреждения в современных условиях // журнал «Экономика Здравоохранения» 2007. – №1. – с.33.
4. Дебер В. Р. Менеджмент и маркетинг здравоохранения: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.kigren.ru
5. Об экономике здравоохранения в РФ // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. Версия Проф, сетевая. – М.: АО Консультант Плюс, 2008.

БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ПЕРСОНАЛ

Серикова Г.Н. – доцент, Сериков А.Л. –

Томский политехнический университет

E-mail: gnserikova@mail.ru

Научный руководитель: Серикова Г.Н., доцент

В последние годы руководство все больше внимания уделяет безопасности своих компаний и не скупится на затраты по ее обеспечению. Под безопасностью следует понимать состояние защищенности субъекта на всех стадиях его функционирования от внешних и внутренних угроз, имеющих негативные, прежде всего экономические, а также организационные, правовые и иные последствия.

Система безопасности предприятия может состоять из ряда подсистем:

- 1) собственно экономическая безопасность;
- 2) информационная безопасность;
- 3) психологическая безопасность;
- 4) экологическая безопасность;
- 5) техногенная безопасность;
- 6) научно-техническая безопасность.

Информационное обеспечение во всех перечисленных подсистемах играет решающую роль. Носителем информации является персонал организации. На любой стадии развития организации существует проблема утечки информации. Во многом сохранность информационных ресурсов зависит от действий персонала. Наибольшее значение для организации приобретают угрозы экономической безопасности, в силу того, что все потери (организационные, информационные, материальные) в конечном счете, выражаются именно в потерях финансовых средств. Здесь речь не идет об экономической угрозе, которая может возникнуть вследствие чьей-то халатности, некомпетентности или простой случайности. Имеется в виду вполне сознательное воровство, саботаж, взяточничество, разглашение коммерческой тайны и другие недобросовестные действия сотрудников. По мнению американских экспертов, они наносят корпорациям США на порядок больший ущерб, чем индустриальный шпионаж [1].

Люди склонны иногда совершать мелкие кражи, не объясняемые рациональными причинами. Это происходит независимо от материального достатка. В большинстве случаев кражи происходят без предварительной подготовки и продумывания: человек просто хватает то, что, по его мнению, плохо

лежит. Для экономики предприятия такие хищения вряд ли могут нанести заметный ущерб. Их опасность заключается в другом: развращение персонала и вероятность перехода привыкшего к таким хищениям персонала на другой уровень. Главное средство защиты от них – не создавать соблазнов. В потоках наличности фирмы следует выявлять «дыры», допускающие утеkanie мелких сумм, и над ними должен быть установлен контроль.

Следующая группа хищений отличается от первой тем, что совершается из экономических мотивов, носит систематический характер, продумана и обычно обеспечивается мерами безопасности. Именно по этой причине расхищаются обычно незначительные (на фоне общего денежного потока) суммы: мало вероятно, что на них обратят внимание. Таким способом работник может обеспечить себе постоянный доход, сопоставимый с уровнем заработной платы.

Такие хищения, в отличие от предыдущей группы, несут значительный ущерб для предприятия. Его легко оценить, подсчитав сумму зарплаты сотрудников, должностная позиция которых допускает возможность хищений.

Их опасность для морали персонала в том, что в коллективе вырабатывается отношение к ним как к обыденности. Особенно опасно, когда это отношение молчаливо разделяет и менеджмент предприятия: создается атмосфера попустительства. Такая атмосфера быстро коррумпирует новых сотрудников. Важной психологической особенностью хищений этого типа является отсутствие у ворующих чувства вины.

Наиболее опасным типом злоупотреблений является так называемое «внутреннее предпринимательство». Оно возникает там, где сотрудникам предоставляется возможность распоряжаться крупными суммами и самостоятельно принимать крупные финансовые решения. Формально работая на организацию, такие люди создают на ее основе внутренний «частный бизнес». Здесь речь идет уже не о «дополнительной зарплате», а о присвоении десятков тысяч долларов.

Этот тип злоупотреблений распространен в следующих организациях:

- 1) властные структуры, где чиновники берут взятки за «благоприятное» для клиента решение вопросов;
- 2) промышленные предприятия, где наемные руководители и сотрудники отделов снабжения и сбыта берут «комиссию» с поставщиков и клиентов (если продукция дефицитна);
- 3) коммерческие структуры, где отдельные наемные работники (торгующий персонал) реально оперируют сделками на крупные суммы, лично общаются с клиентами, имеют доступ к наличности и получают возможность, так или иначе, присваивать часть этих сумм.

«Внутреннее предпринимательство» отличается от двух других типов злоупотреблений следующими особенностями:

- 1) «внутренних предпринимателей» не бывает много, иначе, при своих аппетитах они давно уже разорили бы организацию;
- 2) «внутренние предприниматели» гораздо больше, чем «средние» расхитители склонны вступать в сговоры и коалиции как внутри предприятия, так и с внешними контрагентами: присваиваемые ими суммы достаточно велики, чтобы была возможность делиться, а зачастую привлекают к себе внимание руководства и других «третьих сторон», которые могут заметить злоупотребления;
- 3) как и «средних» их не мучают угрызения совести, и они не считают свое поведение предосудительным; однако мотивировка в коммерческих организациях такая: «я приношу организации такие крупные доходы, что она просто обязана делиться»;
- 4) «внутренние предприниматели» обычно цепляются за свое место и боятся его потерять: ведь именно оно обеспечивает им доход.

Явный признак «внутреннего предпринимательства» – «закрытость» отношений сотрудника с клиентом. Под предлогом того, что «клиент не будет ни с кем работать, кроме меня» он пытается максимально ограничить информацию о сделке, вплоть до попыток скрыть имя получателя комиссии.

Если в организации или отдельных подразделениях сложилась такая атмосфера, то победить ее полностью можно, лишь уволив старый персонал и наняв новый. Попытка менеджмента бороться с такими хищениями путем налаживания системы учета и контроля внедряются с большим трудом, зачастую вызывая возмущение у персонала [2].

Таким образом, актуальной становится проблема осуществления кадровой политики компании с позиций собственной безопасности. Лояльность персонала – серьезная практическая проблема безопасности фирмы, поскольку человек – самое слабое звено в системе защиты информации. Одним из путей решения является совершенствование работы кадровых и структурных подразделений, обеспечивающих безопасность компании.

В фирме, где численность сотрудников ограничена, а потоки управленческих команд велики, каждый работающий становится носителем тех или иных конфиденциальных сведений, представляющих интерес для конкурирующих фирм. В таких условиях существенно повышаются требования, предъявляемые к личностным качествам сотрудников, а, следовательно, и к кандидату на работу.

Руководители, кадровые работники, сотрудники собственной безопасности, отстаивая интересы фирмы, могут пойти дальше возможного: ущемить права работника, переступить через моральные и нравственные ценности и даже нарушить нормы законодательства. Шаги, предпринимаемые для обеспечения кадровой безопасности фирмы, должны быть не только эффективны, но продуманы и безупречны для сохранения имиджа организации и предотвращения потерь, связанных с конфликтными ситуациями.

Действующее законодательство не определяет каких-либо критериев к источникам получения кадровой информации в отношении претендента на вакантную должность. Существующие на этот счет требования довольно скудны и не отвечают запросам работодателей, специалистов по работе с персоналом. Анализ действующего законодательства и практики его применения позволяют выделить следующие группы источников формирования значимой информации:

- 1) документы и сведения, предоставленные работником;
- 2) данные собеседования, анкетирования, тестирования;
- 3) иные источники (сведения, полученные из органов власти, компрометирующие материалы, опубликованные в средствах массовой информации, слухи и т. п.).

Задача оценки кандидата при приеме на работу состоит в том, чтобы выбрать такого работника, который в состоянии достичь ожидаемого организацией результата.

Для этого проводятся анализ биографии, профпригодности, формальные проверки и анкетирование, проверки полученных документов на подлинность, получение информации из баз данных, тестирование (открытое, закрытое и косвенное), проверка на детекторе лжи, ряд собеседований (с кадровиком и руководителем), опрос бывших сослуживцев, подчиненных, соседей, наблюдение за поведением в стандартных ситуациях и при провоцирующих обстоятельствах.

Несмотря на то, что существует большое количество разных подходов к оценке персонала, все они страдают общим недостатком — субъективностью, решение во многом зависит от того, кто использует метод, или того, кто привлекается в качестве эксперта.

Проблему объективности оценки можно было бы сформулировать следующим образом, в виде отдельных требований к оценочной технологии. Она должна быть построена так, чтобы персонал был оценен надежно, достоверно, комплексно и с возможностью прогноза.

Процесс оценивания и критерии оценки должны быть доступны не узкому кругу специалистов, а понятны и оценщикам, и наблюдателям, и самим оцениваемым (то есть обладать свойством внутренней очевидности).

Проведение оценочных мероприятий должно не дезорганизовывать работу коллектива, а встраиваться в общую систему кадровой работы в организации таким образом, чтобы реально способствовать ее развитию и совершенствованию.

Претенденты, успешно преодолевшие предварительную беседу, должны заполнить специальный бланк заявления и анкету.

Количество пунктов анкеты должно быть минимальным, и они должны запрашивать информацию, более всего выясняющую производительность будущей работы претендента. Информация может касаться прошлой работы, склада ума, ситуаций, с которыми приходилось сталкиваться, но так, чтобы на их основе можно было бы провести стандартизированную оценку претендента. Вопросы анкеты должны быть нейтральны и предполагать любые возможные ответы, включая возможность отказа от ответа. Эта методика фильтрации соискателей используется отчасти в обход закона. В анкете работодатель может задать практически любые интересующие его вопросы и избежать обвинения во вмешательстве в частную жизнь, в письменной форме предупредив соискателя о его праве не отвечать на любые смущающие его вопросы. Обратите внимание на то, какие вопросы кандидат предпочтет обойти молчанием. Это даст вам повод предположить, какие сведения скрывает соискатель.

Тестирование включает в себя следующие разделы: тесты на профессиональную пригодность, общие тесты способностей, оценка общего уровня развития и отдельных качеств, биографические тесты и изучение биографии, личностные тесты. Также используются данные личного дела — своеобразного досье, куда вносятся анкетные данные и сведения, полученные на основании ежегодных оценок. По данным личного дела прослеживается ход развития работника, на основе чего делаются выводы о его перспективах. Разумеется, осуществлять процедуру тестирования должен специалист-психолог. Совершенно недопустимо использовать здесь ненаучные тесты, в изобилии публикуемые в печатных изданиях.

Психологическое тестирование включает:

- 1) открытое тестирование;
- 2) скрытое тестирование;
- 3) косвенное тестирование;
- 4) замаскированное тестирование;
- 5) проверку на полиграфе.

Никто не может заставить человека проходить тестирование на полиграфе, поскольку эта процедура противоречит ст. 57 ГК РФ (ухудшение положения работника, насильное вскрытие его личных обстоятельств). Перед проверкой генеральный директор должен издать приказ о ее необходимости. В любой момент тестирования сотрудник может его остановить или отказаться отвечать на какой-либо вопрос.

После получения данных психологического обследования кандидата их необходимо сравнить с профессиограммой. Акцент должен быть сделан на отборе тех лиц, которые в максимальной степени приближаются к прогнозируемому идеалу будущего сотрудника. В ходе сравнительного анализа кандидатур необходимо придерживаться такой последовательности:

- 1) определение среди кандидатов тех лиц, которые по своим психологическим параметрам явно не подходят для планируемой работы;
- 2) выявление среди тестируемого контингента тех лиц, в отношении которых можно высказать весьма обоснованные подозрения о наличии у них каких-либо психических нарушений или черт характера, близких к пограничным состояниям;
- 3) фиксирование тех кандидатов, которые не обладают качествами, противопоказанными для принятия на работу, хотя при этом их профессионально значимые качества пока не сформированы либо сформированы, но в недостаточной степени;
- 4) выделение из группы кандидатов тех лиц, которые по своим психологическим характеристикам соответствуют требованиям профессиограммы полностью либо частично.

Таким образом, всех кандидатов по ряду формальных признаков можно разделить на четыре подгруппы. С тестируемыми лицами, попавшими в первую и вторую группу, дальнейшая работа, очевидно, не целесообразна. Из состава третьей группы можно выбрать тех, у кого можно предположить быстрое развитие необходимых профессионально значимых качеств. Членов четвертой группы без исключения допускают к повторному собеседованию.

Система критериев при собеседовании:

- 1) явное отсутствие системности в том, что сообщает о себе собеседник;
- 2) поверхностный анализ им обстоятельств обсуждаемых проблем;
- 3) необоснованные заключения, которые не вытекают из ранее обсуждающихся вопросов;
- 4) выраженная примитивность выводов;
- 5) противоречия собственным посылкам и тезисам, на которых собеседник первоначально строил цепочку рассуждений и аргументировал собственные выводы;
- 6) необоснованные категорические утверждения либо отрицания;
- 7) явно абсурдные, не соответствующие общепринятым взглядам заключения и выводы по обсуждаемым проблемам;
- 8) неспособность понимать, воспринимать и передавать переносный смысл шуток, пословиц, отдельных иносказательных выражений и высказываний;
- 9) чрезмерная конфликтность и обидчивость по незначительным поводам;
- 10) амбициозность, упрямство и повышенное самомнение при отстаивании собственных взглядов и убеждений.

Чем больше наблюдается вышеперечисленных признаков, тем легче сделать вывод представителю кадрового подразделения.

Для обеспечения стратегических интересов безопасности фирмы служба безопасности выполняет следующие функции:

- 1) определение степени вероятности формирования у кандидата преступных наклонностей в случаях возникновения в его окружении определенных благоприятных обстоятельств (персональное распоряжение кредитно-финансовыми ресурсами, возможность контроля за движением наличных средств и ценных бумаг, доступ к материально-техническим ценностям, работа с конфиденциальной информацией и т.д.);
- 2) выявление имевших место ранее преступных наклонностей, судимостей, связей с криминальной средой (преступное прошлое, наличие конкретных судимостей, случаи афер, махинаций, мошенничества, хищений на предыдущем месте работы кандидата и установление либо обоснованные суждения о его возможной причастности к этим преступным деяниям).

Для добывания этой информации используются возможности различных подразделений коммерческих структур: службы безопасности, отдела кадров, юридического отдела, подразделений медицинского обеспечения. Также могут использоваться сторонние организации: детективные агентства, бюро по занятости населения, медицинские диспансерные учреждения. Для получения этой информации применяются следующие методы: опрос, анкетирование, целевые беседы с лицами по месту жительства кандидатов и на предыдущих местах учебы или работы, наведение справок через медицинские учреждения.

Коммерческая структура должна быть абсолютно уверена, что проводит встречи, тесты,

собеседования именно с теми лицами, которые выступают в качестве кандидатов. Это подразумевает тщательную проверку паспортных данных и иных документов, получение фотографий кандидатов без парика, очков, контактных линз, макияжа. Рекомендуется требовать комплекты из нескольких фотографий. Предпочтительны цветные фотографии, которые в случае необходимости могут быть предъявлены коллегам по работе или жильцам по месту проживания. Цветная фотография точнее отражает возраст, позволяет знать цвет волос, глаз и другие характерные приметы кандидата.

Известны случаи, когда для дополнительного анализа анкеты кандидата и его фотографий руководители коммерческих структур приглашали специалистов со стороны: юристов, психологов, психоаналитиков, графологов и даже экстрасенсов.

Лица, принимаемые на ответственные вакантные должности в коммерческих структурах (члены правлений, главные бухгалтеры, консультанты, начальники служб безопасности и охраны, руководители компьютерных центров и цехов, помощники и секретари первых лиц), сегодня подвергаются, как правило, следующей стандартной проверке, которая включает:

- 1) достаточно продолжительные процедуры сбора и верификации установочно-биографических сведений с их последующей аналитической обработкой;
- 2) предоставление рекомендательных писем от известных предпринимательских структур с их последующей проверкой;
- 3) проверки по учетам правоохранительных органов;
- 4) установки по месту жительства и по предыдущим местам работы;
- 5) серии собеседований и тестов с последующей психоаналитической обработкой результатов.

По мнению экспертов, даже каждый взятый в отдельности из упомянутых методов проверки достаточно эффективен. В совокупности же достигается весьма высокая степень достоверности информации о профессиональной пригодности и надежности кандидата, способности к творческой работе на конкретном участке в соответствующей коммерческой структуре.

Список литературы:

1. <http://www.safetyfactor.land.ru/>
2. <http://www.mashportal.ru/DesktopModules/DnnForge>.

РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ КОМПАНИИ

Спесивцева Анна Леонидовна, 3М442

Томский Политехнический Университет, г. Томск

Научный руководитель: Плучевская Э.В., к.э.н., доцент

Одним из стратегических ресурсов компании в достижении конкурентных преимуществ выступает система управленческого учета. Задача данной статьи — обосновать роль системы управленческого учета для менеджмента российских компаний при принятии стратегических управленческих решений, эффективного управления ресурсами компании и достижения намеченного финансового результата в высоко конкурентной внешней среде.

Современные компании представляют собой открытые экономические системы, функционирующие в неопределенной внешней среде. Решающим фактором внешней среды, предопределяющим развитие компании на современном этапе развития производственно-экономических отношений, является конкуренция. Чтобы успешно функционировать в условиях жесткой конкурентной борьбы, необходима эффективная стратегия.

Успешная и результативная стратегия может быть сформирована и реализована только при наличии оптимальной информационной базы внутри самой компании.

Такой информационной базой принятия стратегических управленческих решений, позволяющих компании достичь устойчивых конкурентных преимуществ и достойно функционировать в условиях конкурентной борьбы, является система управленческого учета и анализа. Значимость и актуальность системы управленческого учета как стратегического ресурса компании в конкурентной борьбе трудно переоценить.

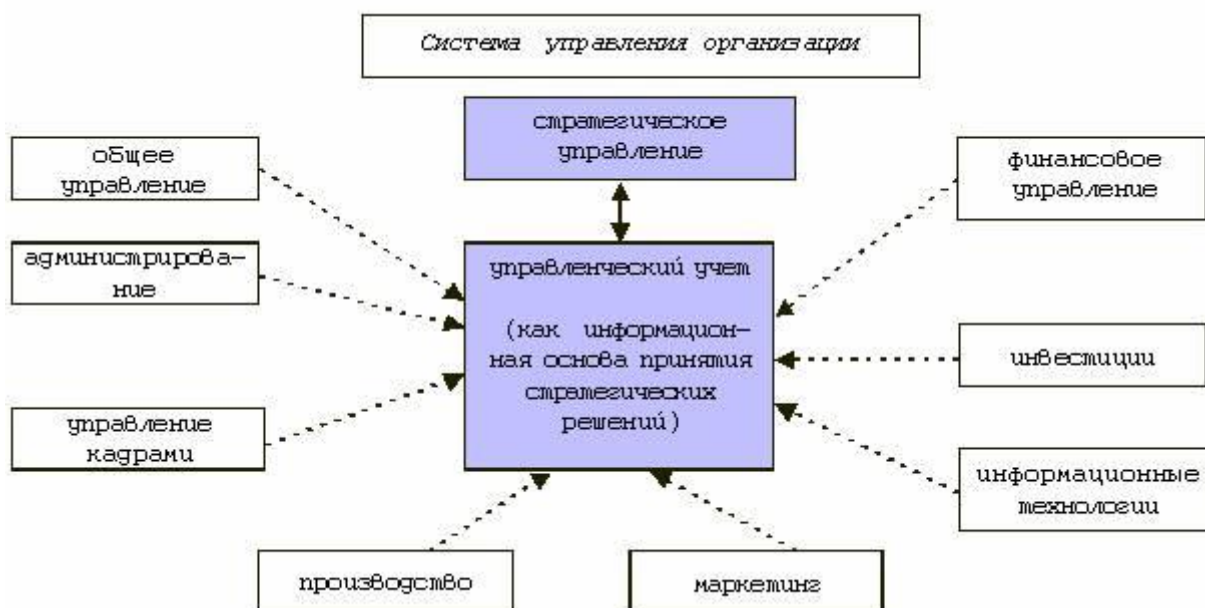


Рис. 1. Место управленческого учета в системе управления организацией

Источник данных [1.С.3]

Исходя из рис.1. система управленческого учета позволяет обобщать, обрабатывать и анализировать информацию, поступающую от основных структурных блоков системы управления компанией (общего управления, администрирования, финансового управления, управления кадрами, производства, маркетинга, информационных технологий).

Система управленческого учета — неотъемлемая составляющая управления компанией, прежде всего стратегического управления, поскольку все управленческие решения, принимаемые в компании на основе оперативных данных управленческого учета и анализа, имеют долгосрочные последствия и напрямую или опосредованно направлены на реализацию стратегии компании. Оптимальная система управленческого учета, позволяющая менеджменту оперативно получать необходимую учетную и аналитическую информацию, является стратегическим ресурсом компании и обеспечивает компанию конкурентными преимуществами посредством(1):

1) управления издержками (управление затратами — одна из ключевых стратегических целей компании; минимизация издержек и повышение степени их прозрачности на основе данных управленческого учета и анализа — серьезное преимущество перед конкурентами и ответ на потребность внешней среды);

2) внедрения новейших технологий и инструментария (информация, получаемая на основе управленческого учета, — внутренний продукт компании, сформированный в зависимости от ее специфики);

3) формирования информации для выполнения основных управленческих функций (система управленческого учета нацелена на формирование информации в форме, необходимой для выполнения основных управленческих функций и задач, а именно: для формирования внутренней отчетности и ее анализа; управления финансами; управления издержками; стратегического планирования; корпоративного инвестирования; бюджетирования и формирования отчетности для внешних пользователей).

В настоящее время методологическая основа управленческого учета востребована в основном крупнейшими российскими промышленными предприятиями; в несколько меньшей степени — структурами, оказывающими финансовые и консультационные услуги. Торговыми организациями, компаниями потребительского сектора, медиа- и телекоммуникационными компаниями, фармацевтическими и прочими компаниями методология управленческого учета применяется пока в незначительном объеме и менее структурировано(2).

В современных условиях важно понимать, что управленческий учет — это один из стратегических ресурсов компании. Он составляет основу стратегического управления, поскольку является информационной и аналитической базой принятия стратегических управленческих решений и обеспечивает функционирование компании в конкурентной бизнес-среде.

В условиях кризисной обстановки, вопрос о роли управленческого учета на предприятии становится наиболее актуальным, т.к в современных условиях, в деятельности российских компаний, управленческий учет выполняет комплексную роль, состоящую в обеспечении руководства всей

информацией, необходимой для управления, контроля, развития компании в интересах ее владельцев и прочих партнерских групп. Таким образом, в результате анализа информации, получаемой из управленческого учета, можно выделить основные «болезненные» моменты, на которые руководству компании следует обратить внимание, для того чтобы эффективно управлять ресурсами компании и достичь намеченного финансового результата в конкурентной борьбе.

Список литературы:

1. Медведко К.А. Система управленческого учета как стратегический ресурс в конкурентной борьбе // Управленческий учет.-2008.-№2.-С.2-5
2. Блаженкова Н.М. Стратегический управленческий учет как информационная подсистема предприятия // Бухгалтерский учет.-2008.-№12.-С.72-75

РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В АНАЛИЗЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Спесивцева А. Л., магистрант

Томский Политехнический Университет, г. Томск

Научный руководитель: Плучевская Э.В., к.э.н., доцент

Управленческий учет представляет собой процесс идентификации, измерения, сбора, анализа, подготовки, интерпретации и передачи управленческому персоналу информации, необходимой для планирования, контроля и управления текущей производственно-коммерческой деятельности предприятия.

Как правило, источником данных для управленческого учета является бухгалтерский учет, предназначенный для отражения проведенных финансово-хозяйственных операций. С точки зрения законодательства управленческий учет для применения необязателен. Он базируется на принципах и методах, разработанных самим предприятием. Таким образом, управленческий учет - это система:

- планирования расходных и доходных показателей;
- привлечения финансовых средств;
- распределения поступивших средств в соответствии с планом;
- учета фактически осуществленных расходов и соотнесения их с плановыми показателями;
- формирования внутренней и внешней отчетности о полученных и израсходованных средствах;
- контрольных мероприятий за всеми этими процессами.

Главной целью управленческого учета является обеспечение руководителей и менеджеров необходимой информацией для принятия решений и эффективного управления предприятием. Основные задачи управленческого учета, решаемые в рамках поставленной цели являются:

- планирование;
- определение затрат и контроль;
- принятие решений.

Так как управление затратами – одна из ключевых стратегических целей компании, то остановимся более подробно на методах решения задачи определения и контроля затрат.

Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции представляет собой процесс, начинающийся со сбора всей информации, относящейся к затратам, возникающим при покупке или производстве готовой продукции, услуг предприятием. Большое значение для правильной организации учета затрат имеет научно обоснованная классификация затрат. Основным методом решения задачи является анализ затрат и построение системы управления затратами. «Расходы существуют не для того, чтобы их подсчитывать. Они существуют, чтобы их снижать» - Тайичи Оно (создатель производственной системы Toyota, направленной на тотальное снижение операционных издержек в организации)(1). Именно с этой позиции необходимо рассматривать систему управления затратами.

Анализ и построение системы управления затратами состоит из следующих этапов:

1.Сбор всей возможной информации о затратах на предприятии - стоимостные (цены на ресурсы, ставки оплаты труда и т. п.) и операционные (расходные коэффициенты, нормативы затрат времени, характеристики выполненной работы) характеристики бизнеса.

2.Группировка затрат согласно выбранной классификации.

3.Процедура распределения затрат. Методика распределения затрат может быть следующей:

- Определение базы и принципов распределения затрат;

- Разработка методики обработки первичных отчетных форм, позволяющей распределить затраты между видами продуктов, объектами учета и видами деятельности;

- Разработка форматов управленческих отчетов о затратах.

4.Выявление важных и контролируемых затрат.

5.Подробное изучение каждой статьи расходов.

6.Выбор метода калькулирования себестоимости.

7.Проведение анализа. Рассмотрение возможности снижения затрат. Возможны следующие виды анализа(2):

- Анализ "затраты-объем-прибыль" - процесс объединения информации о поведении затрат с информацией о доходе от реализации с целью планирования доходов, затрат и прибылей для различных уровней объема.

- What-if анализ - тип анализа, исследующий эффект изменения в параметре на результаты. Иными словами what-if анализ показывает как изменяются все параметры проекта (бюджета или плана) при изменении ключевого. Это может быть цена продукции, объем продаж, объем производства, заработная плата персонала, ставки налогов и т.д.

- Анализ чувствительности - это процесс выборочного варьирования ключевых оценок бюджета или плана. Он позволяет идентифицировать оценки, которые являются особенно критичными для решений, базирующихся на этой модели. Например - рабочая сила, небольшие изменения в этом параметре влекут за собой значительные изменения в показателе прибыли.

Большое значение для правильной организации учета затрат имеет научно обоснованная классификация затрат. В рамках управленческого учета затраты делятся на категории в зависимости от того, какую управленческую задачу надо решать(3):

1. Классификация затрат для расчета себестоимости произведенной продукции, оценка стоимости запасов и полученной прибыли (например, классификация затрат на прямые и косвенные; производственные и непроизводственные; основные и накладные)

2. Классификация затрат для принятия управленческих решений и планирования (классификация затрат на постоянные и переменные; возвратные и безвозвратные; планируемые и непланируемые)

3. Классификация затрат для контроля и регулирования (классификация затрат на регулируемые и нерегулируемые)

Группировка и распределение затрат осуществляется в зависимости от того, что считается объектом учета. Затраты группируются по месту их возникновения, носителям затрат, видам расходов и центрам ответственности. Следовательно, на основе полученной информации из анализа затрат, руководитель принимает решение о том, как управлять затратами, исходя из конкретного вида деятельности. Управленческий учет обеспечивает взаимосвязку между отдельными структурными подразделениями предприятия, позволяет минимизировать издержки и открывает все возможные дополнительные источники ресурсов внутри фирмы.

До сих пор у российских руководителей нет четкого понимания управленческого учета и это, пожалуй, одна из основных проблем в процессе постановки системы управленческого учета. Кто же реально занимается вопросами постановки и ведения управленческого учета на российских предприятиях и в каких случаях встает вопрос о его постановке? Постановкой и ведением управленческого учета на российском предприятии обычно занимается либо финансовый директор, либо специально привлеченный для этого специалист, также функции могут быть скрыто или явно распределены между сотрудниками финансового отдела (экономического отдела, финансово-планового отдела и др.). Инициатором процесса постановки управленческого учета (как и многих других нововведений) обычно становится недавно пришедший в компанию молодой специалист, имеющий "свежее" экономическое образование(4).

Таким образом, разработка систем управленческого учета, а также использование и интерпретация информации, произведенной этими системами, являются решающими для успеха производственных и сервисных организаций в сегодняшней глобальной конкурентной и полной вызовов технологической среде.

Список литературы:

1. Дудко М. С. Управленческий учет: основа планирования бизнеса // Бухгалтерский учет.-2008.-№10.-С.5-9
2. Ольховикова М.Ю. Управленческий учет на предприятии // Современный бухгалтерский учет.-2008.-№3.-С.12-14
3. Рябков А.Н. Управленческий учет: в помощь бухгалтеру // Управленческий учет.-2007.-№5.-С.15-17
4. Инталев А.Л. Практика постановки управленческого учета на российских предприятиях // Управленческий учет.-2008.-№9.-С.3-6

СПОСОБЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г.ТОМСКЕ

Спирина Е.Н., Павлова О. В., студентки

Томский Политехнический Университет

E-mail: Spirina_Evgenia@mail.ru

Научный руководитель: Спицын В.В. к.э.н., доцент кафедры менеджмента

Являясь территорией с высоким научно-техническим потенциалом, Томская область имеет реальный опыт развития системы инновационного предпринимательства. Всего в томских вузах успешно работают 20 элементов инновационной инфраструктуры, в том числе: 13 офисов коммерциализации разработок, 6 бизнес-инкубаторов различного направления, 4 центра трансфера технологий и другие консалтинговые структуры, работающие в сфере поддержки инновационной деятельности в вузе. Партнерами в сфере инновационной деятельности томских университетов являются не только томские (Сибирский химический комбинат, НПО «Контур», НПО «Вирион»), но и крупные российские предприятия (Новокузнецкий металлургический комбинат, "Омскэнерго", "Российские железные дороги"), известные иностранные фирмы США, Германии, Великобритании, Японии ("Самсунг", "Шелл", "Имприматур ЛТД" и другие) [1].

В 2006 году подписаны дополнительные соглашения между администрации Томской области и ведущими российскими научными фондами **РФФИ** и **РГНФ** по увеличению объемов финансирования проектов томских ученых, что позволило, в частности, увеличить объем финансирования совместных конкурсов с РФФИ в 5 раз. Инновационные проекты г. Томска финансируются не только местными, государственными, но и международными источниками. Например, программа по инновационным технологиям в Томской области (ИНТЕХ/ТОМСК) финансируется Агентством международного развития США (**USAID**) и реализуется Академией менеджмента и рынка (г. Москва) совместно с Администрацией Томской области. Региональным организатором проекта выступает Томский центр содействия инновациям [2].

С октября 2003 года в Томске была создана первая в России сеть рискованного финансирования **"Бизнес-ангелы"**. Она реализуется Томским центром содействия инновациям (ТЦСИ) под эгидой администрации Томской области и в партнерстве с Oxford Innovation. Цель создаваемой сети "Бизнес-ангелы" - помочь привлечению частных инвестиций в инновационный бизнес через соединение частных лиц и компаний, ищущих инвестиции и инвесторов, рассматривающих возможности для инвестирования.

Схема работы проекта следующая: компании или частные лица, имеющие инновационные проекты, обращаются в ТЦСИ, где происходит оценка проекта. Если проект действительно имеет потенциал получения высоких доходов (рентабельность более 50 процентов) и высокую вероятность осуществимости, то ТЦСИ совместно с командой готовит проект к презентации для инвесторов. Каждые 3-4 месяца в Томске проходят инвестиционные сессии - главное мероприятие сети "Бизнес-ангелы", - на которых отобранные проекты рассматриваются инвесторами.

Компания Microsoft («Майкрософт») и **Фонд Бортника**. Программа "Майкрософт-Бизнес-Старт» организована российским представительством корпорации Microsoft совместно с Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд Бортника) и направлена на поддержку и развитие инновационных идей индивидуальных предпринимателей и начинающих компаний-разработчиков программного обеспечения.

Финансирование проектов-победителей будет осуществляться в течение года на основе госконтрактов, которые их авторы заключат с Фондом Бортника. На проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ выделяются средства в объеме до 750 тысяч рублей.

Со стороны «Майкрософта» победители конкурса также получат технологическую, информационную и маркетинговую поддержку и помощь в подготовке к сертификации разработанных программных продуктов на соответствие требованиям технологической платформы Microsoft, а также помощь в получении необходимых знаний в области предпринимательства и развития бизнеса [4].

Программа «Старт». Цель программы - создание благоприятных условий для устойчивого развития экономики, роста занятости и доходов населения на основе образовательного, научно-технического и инновационного потенциала города.

В стратегии развития Томска до 2020 г. обозначены пять основных стратегических направлений развития города. Одним из них является экономическое развитие Томска как центра инновационной экономики – производителя и экспортера инноваций широкого спектра, технико-внедренческой зоны мирового уровня.

В 2004 - 2006 гг. в Томске создано 44 новых малых инновационных предприятия для реализации проектов-победителей программы «Старт», получивших право поэтапного получения 4,5 млн. руб. на невозвратной основе из федерального бюджета на каждый проект. В ближайшие 3 года в общем объеме -

198 млн. руб. по всем проектам. Такая же сумма будет привлечена исполнителями проекта из внебюджетных и собственных источников в соответствии с заключенными контрактами. Выделение финансовых средств из бюджета муниципального образования «Город Томск» и успешная реализация Целевой инновационной программы содействует развитию рынка высоких технологий, развитию малого предпринимательства в научно-технической сфере, созданию инновационных бизнес - структур, формированию в городе благоприятного инвестиционного климата, развитию государственно-частного партнерства в сфере наукоемкого бизнеса и способствует привлечению дополнительных внебюджетных средств в экономику [3].

Венчурное инвестирование.

Венчурное инвестирование в инновации в его классическом понимании может быть охарактеризовано как долгосрочное прямое частное инвестирование в зародышевые и начальные стадии развития компании – реципиента, реализующий инновационный проект в высокотехнологичных отраслях экономики, не являющейся публичной компанией, отличающейся высокой степенью риска, потенциально высокой доходностью, стремлением инвестора к получению как можно большего контроля над компанией – реципиента, а также сопровождающееся вложением в компанию – реципиента не только финансовых средств, но и знаний, навыков и опыта венчурных инвесторов или, при осуществлении венчурного инвестирования через специфических посредников – знаний, навыков и опыта венчурных профессионалов в области маркетинга, стратегического и финансового менеджмента [5]. В Томске венчурное инвестирование осуществляется с помощью **ООО «Томский центр венчурных инвестиций» («ТЦВИ»)**, который был основан в сентябре 2006 года. ТЦВИ является официальным представителем «Регионального венчурного фонда инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Томской области».

Партнеры ТЦВИ:

Венчурные фонды: ОАО "Альянс РОСНО Управление Активами", ВТБ Управление активами, Troyka Capital Partners, Troyka Capital Partners, Atlanta Capital, Метрополь, Oradell Capital, Марчмонт Капитал Партнерс, Компания "Монтблан-Капитал", АК БАРС КАПИТАЛ, NORUM, «Биопроцесс Кэпитал Партнерс», Региональные венчурные фонды и др.

Фонды прямых инвестиций: Русские Технологии, Delta Private Equity Partners, Mint Capital, Russia partners management, ЗАО «Управляющая компания «РОЭЛ Групп» и др.

Банки: ВТБ, Урса Банк, Промсвязьбанк, Сбербанк, Промрегионбанк, Россельхозбанк.

Бизнес –ангелы: Клуб бизнес - ангелов Томской области, СБАР, Частные инвесторы, в том числе зарубежные и др.

Бюджетные источники: Конкурсы Администрации города Томска, Конкурсы Администрации Томской области,

Фонд поддержки малый форм предпринимательства в научно-технической сфере, Российский фонд фундаментальных исследований и др.

Механизм венчурного финансирования предполагает покупку фондом контрольного пакета предприятий, создаваемых для реализации проектов. [6]

Что касается **государственного финансирования**, то Депутаты Государственной Думы Томской области внесли изменения в областную целевую программу «Развитие малого и среднего предпринимательства в Томской области на период 2008-2010 годы», из которых ясно, что область получит дополнительную финансовую поддержку из Федерации в размере 18,5 млн. рублей. Наша область приняла участие в общероссийском конкурсе по предоставлению субсидий региональным бюджетам для оказания государственной поддержки малому предпринимательству в регионах. При лимите, рассчитанном для Томской области Минэкономразвития РФ в 39,5 млн. рублей, Томская область в июле и сентябре 2008 года выиграла 58 млн. рублей. Таким образом, за три года – с 2008 по 2010 годы с учетом средств федерального, областного и местных бюджетов планируется затратить на мероприятия программы порядка 458 млн. рублей, причем 235 млн. – это средства областного бюджета [7].

Список литературы:

1. Инновационная политика в Томской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://auditorium.ru/>
2. Томск удостоен права провести два конкурса Фонда Бортника [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tomsk.gov.ru/ru/news/index.html?path=2007/02/27/03.html>
3. Новости Томска и Томской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arto.ru/news-2953.html>
4. Программа "Майкрософт-Бизнес-Старт": проекты ученых из Томска и Северска, получившие финансирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.osvic.ru/job-career/science-24/article9921.html>
5. Лирмян Р.А. Венчурное инвестирование в инновации: мировой опыт и российская практика

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/diss.aspx?orig=/rsl01003000000/rsl01003343000/pdf>

6. Томскому венчурному фонду рекомендовали два проекта на 30, 8 млн рублей // Коммерсант – 2007. - №101 14 июня <http://taiga.info>

7. В Томской области подписано региональное Соглашение о минимальной заработной плате [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tomkit.ru/>

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Стародубцева Д.В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: starodubtseva@sibmail.com

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., к.э.н.

С момента своего создания и в течение всей жизни любая промышленная фирма, любой товаропроизводитель поставлены перед необходимостью решения жизненно важной для них проблемы конкурентоспособности. Конкурентоспособность является единственным критерием эффективности производства и востребованности выпускаемой продукции в эпоху глобализации. В настоящее время не существует единого определения понятия "конкурентоспособности". Основными причинами существования множества трактовок этого понятия, являются различные исходные позиции ученых, а также то, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом. В общем случае, конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Если постараться конкретизировать эти определения на уровне конкурентоспособности фирмы, то это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов.

С точки зрения широко известной теории жизненного цикла товара (ЖЦТ), графическое изображение которой представлено на рисунке 1, в определенный момент наступает насыщение рынка любым товаром и прибыль, которую предприятие получает от его реализации, снижается. Это, в общем случае, может происходить как за счет количественного насыщения рынка, так и за счет уменьшения рынка вследствие появления другого товара, удовлетворяющего ту же потребность. Таким образом, очевидно, чтобы поддерживать свою прибыльность, предприятию необходимо постоянно обновлять ассортимент новыми товарами и услугами, как собственной разработки, так и приобретенными, то есть осуществлять инновации.

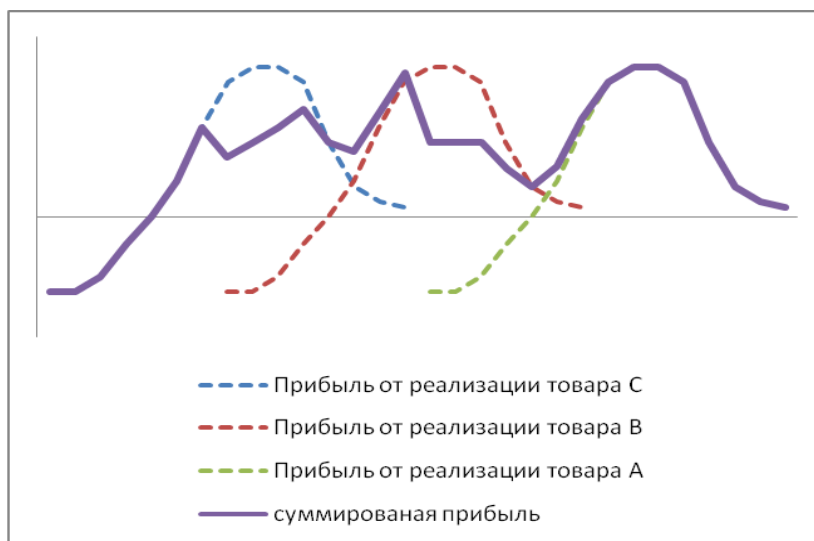


Рисунок 1. Жизненный цикл товара и прибыль предприятия

Важным показателем финансово-хозяйственной деятельности предприятия является стабильность прибыли. Корректное планирование инновационной деятельности предприятия позволяет выровнять линию суммарной прибыли. Это происходит за счет того, что разработка нового товара, требующая больших финансовых вливаний (на графике она показана как отрицательная прибыль), начинается в определенный момент времени, чтобы рост прибыли от его продажи компенсировал снижение прибыли от реализации предыдущего товара.

Маркетинг рассматривает инновации как залог успешного развития компании, так как устаревают не только товары, которые производит фирма. Целевые рынки организации тоже могут войти в стадию спада. В этой связи компаниям, ориентированным на развитие, периодически приходится «высаживаться на новые территории». Кроме того, инновации имеют решающее значение для поддержания или повышения уровня доходности. По мнению исследователей, показатели рентабельности организации после выхода товаров на рынок достаточно быстро начинают сокращаться[7]. Модернизация продукта и расширение специализации позволяют в лучшем случае поддерживать уровень прибыли, а действительно значительный доход приносят только по-настоящему новаторские товары.

Однако в условиях рыночной экономики фирма-производитель, поставляющая свои товары и услуги как на внешний, так и внутренний рынок, не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатели конкурентоспособности товара. При вступлении на новый для себя рынок, принятии решения о расширении производства или его сокращении, осуществлении инвестиций в целях модернизации технологического оборудования или обновления выпускаемой продукции непременно требуется оценка конкурентоспособности производителя или предприятия. Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции.

В долгосрочном плане главным фактором повышения конкурентоспособности фирмы являются инновационные изменения в технике и организации производства, ведущие к снижению его издержек, более эффективному использованию всех ресурсов, повышению деловой репутации.

Для отдельной компании необходимо различать потенциальную и реальную, действительную эффективность производства. Если уровень потенциальной эффективности зависит от внешних условий хозяйственной деятельности (наличия трудовых, сырьевых, энергетических ресурсов и т.п.) и прежде всего от общего уровня научно-технического развития страны, то реальная производительность в компании определяется в первую очередь уровнем управления и организации производства. Она может расти не только в результате снижения издержек производства за счет организационных или технических нововведений. Значительным резервом реальной эффективности производства является осведомленность, информированность руководства компании относительно новой техники или методов организации труда.

Изменения демографической ситуации, перемены в уровне и образе жизни населения, политике, технологии, моде ведут к появлению новых потребностей. Научно-технический прогресс ведет к появлению новых технологий, позволяющих, например, снизить издержки. Чтобы предприятию поддерживать показатели своей деятельности на рыночном уровне, необходимо отслеживать все эти изменения и реагировать на них осуществлением базовых (реактивных) инноваций. Современное рыночное пространство требует постоянных изменений. Даже для того, чтобы оставаться на месте, необходимо создавать что-то новое (товары, услуги, методы, маркетинговые ходы). Как только этот процесс на предприятии прекращается, оно отстает от своих конкурентов.

Для получения решающих конкурентных преимуществ предприятию приходится осуществлять стратегические инновации. Они требуют колоссальных финансовых затрат с высокой степенью риска (особенно если весь инновационный цикл проводится самостоятельно).

Таким образом, для успешной деятельности организации необходимо сделать инновации нормой деятельности, а не разовым осуществлением инновационного проекта. Это верно как для предприятий избравших стратегию новаторов в своей отрасли, так и для тех, кто выбрал путь базовых инноваций.

Список литературы:

1. Бегиджанов П.М. Особенности инновационного предпринимательства и управление его развитием. – М.: Монолит, 2002. – 411с.
2. Васюхин О.В. Управление инновационной деятельностью в условиях диверсификации бизнеса// Инновации. – 2004. - № 3. – с. 74-76.
3. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью – М.: 2002. – 552с.
4. Колокольников О. Г. Менеджмент инновационных процессов на основе реструктуризации

предприятия на технологические системы// Инновации. – 2007. - №1. – с. 91-94.

5. Максимов Ю., Митяков С., Митякова О., Федосеева Т. Инновационное развитие экономической системы: оценка инновационного потенциала// Инновации. – 2006. - №6. – с. 44-48.

6. Менеджмент на рынке инноваций: учебно-методическое пособие/ под ред. Бабаскин С.Я., Зинов В.Г. – М.: Монолит, 2002. – 260 с.

7. Рычкова Н.В. Особенности маркетинговых инноваций : учебное пособие — М. : Кнорус, 2005. — 226 с.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ «ARIS» ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Тарабановский А.А., аспирант

Томский политехнический университет

E-mail: alexeytarab@mail.ru

Научный руководитель: Никулина И.Е., д.э.н., профессор.

Для организации системы финансового планирования автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования (далее, АОУ ВПО), прежде всего, необходимо построить дерево целей, вершиной которого, а значит, глобальной целью, будет обеспечение качественного образования населения в соответствии со всеми установленными стандартами и требованиями. Для построения дерева целей можно использовать один из современных стандартов описания бизнес-процессов: методологию «ARIS» (Architecture of Integrated Information Systems – проектирование интегрированных информационных систем), внутри которой рассматривается модель «OD» (Objective diagram – диаграмма целей), ориентируемая на стратегические цели организации [1]. В модели «OD» для реализации глобальной цели АОУ ВПО необходимо осуществить намеченные цели по всем видам деятельности и предусмотреть различные сценарии изменения внешней и внутренней ситуации, ориентируясь на четыре ключевых направления для каждого из осуществляемых видов деятельности: стабилизация, развитие, сокращение, ликвидация. Кроме того, особое значение в организации системы финансового планирования АОУ ВПО имеет правильное построение организационной и финансовой структур. Для этого можно использовать модели «ORG» (Organizational chart) и «FIN» (Financial chart) соответственно. Достоинством модели «ORG» является представление организационной структуры вуза в простом и понятном виде с группировкой по основным видам деятельности, а недостатком – отображение только сути иерархии без внутренних и внешних связей. Модель, отражающая финансовую структуру вуза (модель «FIN»), строится на базе модели «ORG». Однако существенные различия между двумя этими моделями будут возникать в связи с тем, что не все из подразделений вуза являются источниками доходов. Так, в частности, деятельность, относящаяся к обеспечению образовательного процесса, например, в части снабжения электрической и тепловой энергией зданий и сооружений, находящихся на балансе образовательного учреждения, по существу, является затратной. То же, можно сказать и о бухгалтерии, информационном и других вспомогательных отделах вуза. Без этих отделов нормальный образовательный процесс немислимы, и хотя формально денег они не зарабатывают, но, так или иначе, служат миссии АОУ ВПО. В модели «FIN», в отличие от модели «ORG», иерархия имеет как вертикальную, так и горизонтальную направленность, таким образом, плюсы модели «FIN» – наглядное изображение финансовых потоков с выделением ключевых звеньев и цельное представление АОУ ВПО как единой взаимосвязанной финансовой структуры, минус – источники доходов и затрат фигурируют в неявном виде, что не позволяет контролировать баланс между ними. В целях устранения указанного недостатка модели «FIN» предлагается определить центры финансовых доходов (ЦФД) и центры финансовых затрат (ЦФЗ) в АОУ ВПО, представив их в модели «CFI-CFE» (The Center of Financial Incomes-The Center of Financial Expenses). По сути, одни и те же виды деятельности выступают в роли ЦФД и ЦФЗ, однако к ЦФЗ относятся еще и те подразделения, которые не могут быть источниками доходов, но выполняют важные функции АОУ ВПО. В частности, к таким подразделениям относятся: управленческий аппарат, бухгалтерия, финансовая служба, канцелярия, кадровая служба и другие. Благодаря использованию модели «CFI-CFE» становится ясным как формируются доходы АОУ ВПО, кто ответственен за основные финансовые потоки по каждому из видов деятельности и на какие направления расходуются средства. Однако детальная информация о структуре расходов по каждому ЦФЗ оказывается

для модели «CFI-CFE» недоступной, поэтому, в целях устранения указанного недостатка и комплексности обеспечения рационального функционирования системы финансового планирования в АОУ ВПО, рекомендуется использовать широкий инструментарий контроллинга [2, 3, 4]. Продолжением организации эффективной системы финансового планирования в АОУ ВПО является выбор центров финансовой ответственности (ЦФО) и формулирование критериев такого выбора. Примечательно, что отмеченные выше центры финансовых доходов и затрат могут и не быть центрами финансовой ответственности, поскольку к последним относятся только те группы подразделений и отделов, которые обладают реальной возможностью самостоятельно зарабатывать и расходовать денежные средства под надзором только своего непосредственного руководителя. В идеале, ЦФО, ЦФД и ЦФЗ должны совпадать для одного и того же вида деятельности. В действительности этого не происходит, поскольку организация управления вузом строится на базе линейной оргструктуры, а не дивизиональной [5]. Рассматривая модели «ORG» и «FIN» с этой точки зрения, в качестве переходного этапа к дивизиональной организационной структуре, можно назначить центром финансовой ответственности руководителя финансовой деятельности (проректора по экономике). В этом случае руководители по всем основным видам деятельности остаются самостоятельными в решении всех текущих управленческих вопросов, в том числе и финансовых (локальные ЦФО), но за одним исключением: они не имеют права распоряжаться установленными отчислениями в общий фонд АОУ ВПО, который необходим для поддержания нормального функционирования вуза и обеспечения текущих расходов структуры ЦФЗ. Величина таких отчислений определяется руководителем финансовой деятельности, который, выступая в роли глобального ЦФО АОУ ВПО, распределяет финансовые потоки внутри вуза и, кроме того, также является ЦФЗ благодаря курируемым подразделениям и отделам. Центром финансовых доходов (ЦФД) проректор по экономике напрямую не является, однако, учитывая прерогативу в формировании общего фонда от всех основных видов деятельности, а также контроль за использованием средств этого фонда, руководитель финансовой деятельности может получить статус ЦФО. Таким образом, важно определить критерии выбора ЦФО в зависимости от преследуемых целей, ориентируясь на модель «OD». Поскольку речь идет об организации АОУ ВПО как реальной автономии, то следует полагаться на вышеизложенные принципы при выборе ЦФО.

Следующим этапом повышения эффективности системы финансового планирования АОУ ВПО является построение системы принятия решений, которая формируется на базе модели «SDM» (The System of Decision-Making – система принятия решений), с использованием процессного подхода. Здесь, процесс финансового планирования – это непрерывная деятельность экономических служб ЦФО по формированию и распределению финансовых потоков внутри вуза, контроль за целевым использованием финансовых ресурсов ЦФЗ и выполнением плана доходов ЦФД. Процесс принятия решения включает в себя комплекс мероприятий и мер, направленный на достижение наиболее эффективного результата в поставленных задачах путем выбора оптимального варианта из возможных альтернатив. В процессе оценки результата большую роль играет временной фактор, поскольку по некоторым рассматриваемым вариантам решений, результат может быть значительно растянут во времени. Неотъемлемой частью данного процесса является проверка ориентации на локальные и глобальную цели. В первом случае – для рассматриваемого варианта решения, во втором – для АОУ ВПО в целом.

Завершающим этапом представления методологии «ARIS» для организации эффективной системы финансового планирования АОУ ВПО является построение различного рода взаимосвязей, необходимых для согласованного обмена информацией между рассмотренными моделями и основными элементами системы финансового планирования. Построение внутренних и внешних информационных сетей осуществляется еще на этапе организации информационного обеспечения, однако проверка согласованности между информационными потоками происходит на данном этапе. Особенно важно – соответствие между базами данных, специальными рабочими программами, прочим программным обеспечением различных отделов и подразделений, напрямую связанное с оперативностью и адекватностью передаваемой и используемой информации.

Таким образом, для организации эффективной системы финансового планирования в автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования с использованием методологии «ARIS» необходимо последовательно реализовать взаимообусловленную систему, ориентированную на миссию вуза, позволяющую принимать руководству адекватные решения в постоянно изменяющихся условиях внешней и внутренней среды.

Список литературы:

1. Ковалев С.М., Ковалев В.М. Методологии описания бизнес-процессов ORACLE, BAAN, ARIS // Справочник экономиста. – 2007. - №1. – С. 24-33.
2. Головань, Светлана Ивановна. Бизнес-планирование: учебное пособие / С. И. Головань. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. - 320 с.: ил. - (Учебники, учебные пособия) (Высшее образование). - Библиогр.: с. 315-316. - ISBN 5-222-02271-4.

3. Финансовое планирование и контроль: пер. с англ. / Под ред. М. А. Поукока и А. Х. Тейлора. - 2-е изд. - М.: Инфра-М, 1996. - 480 с. - ISBN 5-86225-146-4.
4. Волокитина И.В. Оценка эффективности управления образовательной деятельностью высших учебных заведений: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05, 08.00.13. Москва, 2006. 150 с.
5. Тебуева А.С. Эффективность функционирования высших учебных заведений в условиях формирования рынка образовательных услуг в России: дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Кисловодск, 2007. 156 с.

ПРОБЛЕМЫ НАБОРА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

Теущакова Н.В., студент;

Томский политехнический университет

E-mail: www.natu7ik@sibmail.com

Научный руководитель: Серикова Г. Н. Доцент

Прежде чем организация предложит кому-либо работу, она должна найти людей, которые хотели бы получить ее. В данной работе я хочу остановиться на эффективных способах приема на работу людей для восполнения недостатка трудовых ресурсов.

Прием на работу – это ряд действий предпринимаемых организацией для привлечения кандидатов, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, поставленных организацией. В нашем регионе прием на работу как в мелких, так и в крупных фирмах зачастую ограничивается изучением документов и беседой с теми, кто пришел сам по объявлению, узнал о вакансии от знакомых, либо направлен региональным центром занятости, и, что характерно для большинства малых предприятий, сведения о кандидатах не оставляются на будущее. Этого явно недостаточно для обеспечения организации кадрами, которые действительно могут принести ей пользу.

Набор персонала как создание резерва потенциальных кандидатов

Набор персонала заключается в создании необходимого резерва кандидатов на все должности и специальности, из которого организация в дальнейшем отбирает наиболее подходящих для нее работников. Эта работа производится буквально по всем специальностям – конторским, производственным, техническим, административным. Необходимый объем работы по набору в значительной мере определяется разницей между наличной рабочей силой и будущей потребностью в ней. При этом учитываются такие факторы, как выход на пенсию, текучесть, увольнения в связи с истечением срока договора найма, расширение сферы деятельности организации.

Набор обычно ведут из внешних и внутренних источников. К средствам внешнего набора относятся: публикация объявлений в газетах и профессиональных журналах, обращение к агентствам по трудоустройству и к фирмам, поставляющим руководящие кадры, направление заключивших контракт людей на специальные курсы при колледжах. Некоторые организации приглашают население подавать в отдел кадров заявления на возможные в будущем вакансии.

Большинство организаций предпочитает проводить набор в основном внутри своей организации. Продвижение по службе своих работников обходится дешевле. Кроме того, это повышает их заинтересованность, улучшает моральный климат и усиливает привязанность работников к фирме. Согласно теории ожиданий в отношении мотивации можно полагать, что если работники верят в существование зависимости их служебного роста от степени эффективности их работы, то они будут заинтересованы в более производительном труде. Возможным недостатком подхода к решению проблемы исключительно за счет внутренних резервов является то, что в организацию не приходят новые люди со свежими взглядами, что может привести к застою.

Популярным методом набора за счет внутренних резервов является рассылка информации об открывающейся вакансии с приглашением квалифицированных работников. Некоторые организации практикуют уведомление всех своих служащих о любой открывающейся вакансии, что дает им возможность подать заявление до того, как будут рассматриваться заявления людей со стороны. Великолепным методом является обращение к своим работникам с просьбой порекомендовать на работу их друзей или знакомых.

Одна из основных проблем при наборе служащих связана с желанием нанимающего «выгоднее продать» свою компанию. Он может завысить положительные моменты или занизить трудности работы в компании. В результате у потенциального кандидата могут возникнуть необоснованные ожидания. Исследования показывают, что возникновение такого рода ожиданий при найме ведет к росту неудовлетворенности трудом и увеличению текучести кадров. Для решения этой проблемы некоторые из

компаний разработали программы под названием «Реалистичное знакомство с вашей будущей работой», которые дают возможность нанимающемуся увидеть и положительные, и отрицательные стороны. Внедрение таких программ позволило в значительной мере избежать разочарования и сократить текучесть кадров.

Отбор персонала как отбор лучших из резерва, созданного при наборе.

На этом этапе при управлении планированием кадров руководство отбирает наиболее подходящих кандидатов из резерва, созданного в ходе набора. В большинстве случаев выбирать стоит человека, имеющего наилучшую квалификацию для выполнения фактической работы на занимаемой должности, а не кандидата, который представляется наиболее подходящим для продвижения по службе. Объективное решение о выборе, в зависимости от обстоятельств, может основываться на образовании кандидата, уровне его профессиональных навыков, опыте предшествующей работы, личных качествах. Если должность относится к разряду таких, где определяющим фактором являются технические знания (например, научный работник), то наиболее важное значение, видимо, будут иметь образование и предшествующая научная деятельность. Для руководящих должностей, особенно более высокого уровня, главное значение имеют навыки налаживания межрегиональных отношений, а также совместимость кандидата с вышестоящими начальниками и подчиненными. Эффективный отбор кадров представляет собой одну из форм предварительного контроля качества человеческих ресурсов.

К трем наиболее широко применяемым методам сбора информации, требующейся для принятия решения при отборе, относятся испытания, собеседования и центры оценки.

Кто занимается набором и его источники

Когда человек приходит с просьбой о приеме на работу, им занимается отдел кадров (в крупных предприятиях) или менеджер по персоналу (в малых организациях). Это первая фаза приема на работу – фаза встречи. Заявителя снабжают бланком заявления и рассказывают об условиях приема на работу в настоящее время и о предприятии, как месте работы. Если на этой фазе человеку не уделяется достаточно внимания, у него остается плохое впечатление от организации.

Когда организации необходимо принять новых работников, возникают два вопроса: где искать потенциальных работников (источники) и как известить заявителей об имеющихся рабочих местах (методы). Имеются два возможных источника набора: внутренний (из работников предприятия) и внешний (люди, до того никак не связанные с предприятием). На диаграмме в приложении 1 представлены оценки эффективности различных источников набора, полученные путем опроса работников соответствующих служб. Внутренние источники. Разумное использование имеющихся людских ресурсов может позволить предприятию обойтись без нового набора.

Извещение о вакантных должностях. Если недостаток ощущается в работниках достаточно высокого уровня и администрация организации не против, следует поискать кандидатов на вакансии путем продвижения старых работников по служебной лестнице. При этом можно использовать следующие принципы:

- обнародуйте все вакансии, открытые для повышения или перевода, примерно за неделю до начала набора со стороны
- опубликуйте основные подходы и критерии, по которым будет проводиться отбор на должность
- распространите достаточное количество бланков заявлений.
- Проинформируйте всех заявителей о дальнейших действиях в случае принятия их на предлагаемую должность.

Внешние источники. Существует множество внешних источников набора персонала, но работодатели обычно используют лишь небольшое их количество при наборе работников определенного профиля.

Список литературы:

1. Дэйв Ульрих Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации = Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results. -М.: «Вильямс», 2006. - С. 304
2. Марк А. Хьюзлид, Дэйв Ульрих, Брайан И. Беккер Измерение результативности работы HR-департамента. Люди, стратегия и производительность = The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance. -М.: «Вильямс», 2007. - С. 304.
3. Егоршин, Александр Петрович. Основы менеджмента: учебник для вузов / А. П. Егоршин. Нижний Новгород: НИМБ, 2008. 320 с.: ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 317-318. - Глоссарий: с. 311-316
4. Ричи, Шейла. Управление мотивацией : учебное пособие : пер. с англ. / Ш. Ричи, П. Мартин. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 400 с. : ил. - (Зарубежный учебник). - Библиогр.: с. 396-397.
5. <http://www.iteam.ru/publications/human/>; www.top-personal.ru

КАЙДЗЕН: РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Токарева М.В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: maria.v.tokareva@mail.ru

Научный руководитель: Данков А.Г., старший преподаватель

Менеджмент качества в российских компаниях пока остается инструментом достижения узких прикладных целей, и заложенный в нем потенциал управленческих преобразований в основном не востребован. Неверно понимается сама суть этого подхода – качество рассматривается лишь как свойство товара или изделия. Поэтому многие компании, внедрив технические регламенты на производстве и получив сертификат качества, уже не думают о качестве других бизнес-процессов.

В последнее время в России стало популярным внедрение концепции качества «кайдзен» (от японских слов KAI – «изменение» и ZEN – «хороший», «к лучшему»). Японские компании, которые используют эту систему, повышают рентабельность и конкурентоспособность своего бизнеса, обходясь без крупных капиталовложений. Она позволяет поднять производительность труда на 50-100% и более. Кайдзен – это систематическая, непрерывная, осуществляемая при участии каждого сотрудника деятельность по улучшению организации, охватывающая все без исключения аспекты ее существования. Наиболее распространенный показатель, демонстрирующий, насколько данный вид деятельности присущ данной организации – число предложений по улучшениям, в расчете на одного сотрудника за год. Ключевые элементы системы кайдзен были занесены под так называемый «зонтик кайдзен». В области отношения и культуры: ориентация на потребителя, кружки контроля качества (Quality Circles), система предложений, дисциплина труда, деятельность малых групп, отношения сотрудничества рабочих с управленцами, всеобщий контроль качества (Total Quality Management), улучшение качества, всеобщий уход за оборудованием. В производственном процессе: автоматизация/роботизация, автономизация, нулевой брак (Zero Defects), комплексное производственное обслуживание, канбан, «точно в срок» (Just In Time), рост производительности, разработка новой продукции.

Как было отмечено, эффект, который получают предприятия, опирающиеся на кайдзен, чрезвычайно высок. В книге Масааки Имаи "Кайдзен: ключ к успеху японских компаний", признанной мировой классикой жанра в литературе по управлению, приводится такой факт: в компании Nissan Chemical сокращение потерь в результате развертывания системы предложений и деятельности малых групп в 5 раз превысило вложения в эту систему. Этот метод используют выдающиеся японские компании: Toyota, Nissan, Canon, Honda, Komatsu, Matsushita. Несмотря на, казалось бы, очевидные выгоды, которые дает применение кайдзен, в российских компаниях к этой концепции обращаются крайне редко. Во-первых, до недавнего времени кайдзен был фактически неизвестен в нашей стране. Лишь в 2002 году появилась на русском языке книга М. Коленсо "Стратегия кайдзен для успешных организационных перемен", которая, по существу, впервые открыла кайдзен русским читателям. Однако это не является главной причиной отторжения кайдзен многими российскими компаниями.

Многие российские компании сами разрушают платформу для внедрения кайдзен – экономят на очистных сооружениях и заработной плате, поддерживают монопольно высокие цены, уклоняются от уплаты налогов – вместо того, чтобы применять эффективные системы и методы менеджмента. Однако и те российские компании, которые действуют в цивилизованной конкурентной среде (а таких рыночных ниш и, соответственно, предприятий становится все больше), и берутся за развертывание кайдзен, далеко не всегда добиваются этой цели.

Одна из причин кроется в мотивации сотрудников. Работник должен быть абсолютно уверен в том, что результатом произведенных по его инициативе улучшений не станет его увольнение или простой рост интенсивности его же труда при неизменном материальном вознаграждении. Мешает и высокая текучка кадров даже на ключевых позициях, и отсутствие долгосрочных перспектив, специальных знаний и навыков и неинформированность простых сотрудников о проблемах бизнеса и перспективах его развития. Персонал просто не способен принять систему кайдзен, не будучи полностью информированным и уверенным в завтрашнем дне. Для успешной мотивации сотрудников важны правильные действия топ-менеджмента, уникальные для каждой компании. Прежде всего, это материальные и нематериальные поощрения, но также важно укрепить в людях важность системы кайдзен – то есть добиться не стремления к усовершенствованию ради поощрения, а постоянного желания делать свою работу лучше. В попытках подовать японским компаниям, конечно, не обязательно принимать практикуемый ими, а сейчас – и компаниями других стран, пожизненный найм для значительной части персонала, но что-то предпринимать для уничтожения боязни работника выявлять проблемы и вносить конструктивные предложения по их разрешению все равно придется.

Многие руководители российских компаний имеют иллюзорное представление о том, что заниматься следует только теми улучшениями, которые приносят непосредственный экономический

эффект. Приверженность такой позиции предопределила более низкую эффективность системы улучшений в западных компаниях по сравнению с системой улучшений в японских фирмах, где менеджеры поддерживают также предложения, нацеленные на устранение помех в работе, сокращение доли монотонного труда, повышение уровня безопасности и другие. Одна из причин деградации системы рационализаторских предложений на советских предприятиях заключалась в том, что расчет их окупаемости нередко требовал больше усилий и времени, чем само внедрение. Результаты внедрения концепций кайдзен довольно отсрочены, для успешного процесса внедрения необходим большой менеджерский ресурс, которым обладают далеко не все российские предприятия. Проблемой является также и информационно-методическое обеспечение. Концепции кайдзен недостаточно освещены в СМИ, поэтому многие предприятия относятся к ним с недоверием; вся архитектура философии сложна для понимания, наблюдается явный недостаток простых и доступных для понимания методических материалов (руководств, пособий) по внедрению. Другими словами, весь процесс внедрения представляется руководителям предприятий чрезвычайно сложным при всей неопределенности результата применения системы кайдзен. Многие российские компании по различным причинам пока не смогли внедрить систему кайдзен, однако существуют несколько успешных примеров. Конечно, пока что большинство из них используют различные «усеченные» версии кайдзен, применяют отдельные элементы этой системы. И естественно, что получаемый эффект в таких случаях не идет ни в какое сравнение с эффектом, достигаемым при полномасштабном развертывании системы, которое, однако, по оценке М.Имаи, занимает от пяти до десяти лет.

Чаще всего побудительным мотивом для развертывания системы менеджмента качества в России становится необходимость усиления позиций компании в конкурентной борьбе. К примеру, корпоративный институт «Газпрома» начал внедрять стандарты качества из-за обострения конкурентной борьбы на рынке профессиональной переподготовки кадров. Мотивом для внедрения системы качества может быть и стремление повысить операционную эффективность – высвободить ресурсы за счет сокращения издержек. Группа ГАЗ разворачивает на своих предприятиях систему «бережливого производства» (Lean Production), основанную на опыте Toyota. За счет внедрения этой системы, например, на Павловском автобусном заводе число работников удалось сократить на треть, производственные площади уменьшить в несколько раз, а темпы выпуска автобусов, напротив, выросли почти на 40%. Компания РУСАЛ начала в конце 2003 работу по изменению системы управления производством и внедрению системы бережливого производства и имеет успешные результаты. Опытный завод «Микрон» уже в 2006 году представил на межрегиональной конференции в Ярославле отчет о текущих результатах внедрения системы бережливого производства: удалось сократить в 2-3 раза такие важные показатели, как размер товарно-материальных запасов, производственные площади, количество работников, полное время производства детали. Для вовлечения сотрудников во внедрение данного проекта была разработана система индексации заработной платы за освоение смежных профессий внутри потока единичных изделий.

Как мы видим, пока кайдзен в России внедряют только крупные предприятия. Так как эта система зародилась в компании Toyota, ее в основном пытаются применять на автомобильных заводах и других производственных предприятиях. Вместе с тем она может эффективно работать в любой компании, создающей собственный товар или услугу. Система кайдзен применима для компаний любого размера и в любых отраслях. Ведь суть этого метода — то, как люди относятся к своей работе, то, как они воспринимают ценность, которую создают для клиента.

Правильно выстроенная система менеджмента качества поддерживает развитие компании в течение многих лет и играет обучающую роль: компания учится лучше реагировать на требования и предпочтения клиентов, повышать лояльность сотрудников и высвобождать ресурсы для решения более творческих задач. Для этого необходим механизм обратной связи как через административный контроль, так и через вовлеченность всего персонала.

Список литературы:

- 1) Imai, Masaaki, Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success.- McGraw-Hill/Irwin, -1986.
- 2) Имаи М. Гемба кайдзен: Путь к снижению затрат и повышению качества / Пер. с англ.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 346с.
- 3) «Управление качеством», 2008 - №3, №10.
- 4) <http://www.careerforum.ru> – The Career Forum online – газета о карьере и образовании.
- 5) <http://www.yartpp.ru/> - Материалы Межрегиональной конференции "Как повысить производительность и конкурентоспособность предприятий малого, среднего и крупного бизнеса с помощью внедрения систем бережливого производства», Ярославль, 8-10 ноября 2006 года.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Трофимова С.С., студент

Томский политехнический университет

E-mail: kipish@sibmail.com

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., к.э.н.

Влияние макроэкономической ситуации в стране на рынок жилой недвижимости очень велико, наиболее весомым фактором является финансовый.

Рост стоимости денег на международных рынках вследствие мирового финансового кризиса сказался на ставках кредитования внутри страны, это отразилось и на покупателях жилья, использующих ипотечное кредитование, и на девелоперах.

Наиболее серьезные проблемы испытывают девелоперы с портфелем проектов, не генерирующих денежного потока, такими как, коммерческая недвижимость на стадии строительства, или имеющих низкую ликвидность в условиях кризиса (в основном, элитная недвижимость); и высокой долговой нагрузкой.[1]

Основными проблемами девелоперов являются:

- Значительное снижение спроса и выручки от продаж.
- Необходимость возвращать или рефинансировать долги.
- Большой размер издержек, как на строительство, так и на ведение хозяйственной

деятельности.

В конце прошлого года потребительский спрос на жилье упал на 40 процентов. Причина — нарастающий кризис. Резко подорожала ипотека, а доходы многих горожан, напротив, понизились. Не спешили с покупкой и те, кто успел накопить на жилье, ожидая резкого падения цен[2].

До недавнего времени рынок проглатывал любой проект строительной организации независимо от качества. Кризис заставляет пересматривать концепции проектов, мастер-планы, финансовые модели.

Как считают специалисты, при разработке новых проектов жилого строительства требуется максимальное снижение будущей стоимости квартиры уже за счет самого проекта, уменьшение площади, применение не слишком дорогостоящих, но качественных материалов и т.д. Чем выше цена квадратного метра, тем ниже возможность привлечения покупателей.

Текущая ситуация на рынке недвижимости ставит основной задачей для девелопера не допустить долгостроя, поэтому на рынке объявляют существенные скидки на некоторые объекты, остро нуждающиеся в дальнейшем финансировании строительства. Конечно, в период роста рынка, который следует за любым кризисом, современные проекты значительно повысятся в цене, но сейчас никто точно не может оценить их будущую стоимость и просчитать риски. Как следствие неизвестность и отсутствие любых достоверных прогнозов побуждает банки отказываться от кредитования девелоперских проектов.[3]

Большие компании, у которых в производстве несколько объектов жилищного строительства, начинают «переселять» клиентов в проекты, которые они собираются довести до конца. Это одна из наметившихся тенденций. Наблюдается сокращение объема продаж. В офисах некоторых компаний, где заключалось по 30 продаж в день, в декабре этот показатель скатился к 5. Тип клиентов изменился со спекулянтов на приобретателей собственного жилья.[4]

Сворачивание ипотечных программ банками оставило на рынке всего двух крупных игроков — Сбербанк и ВТБ. Объем заявок к ним резко возрос, в результате чего они были вынуждены повышать ставки и ужесточать требования к заемщикам. Таким образом, рынок ипотеки сократился в разы, а доступность ипотечных кредитов значительно снизилась.[1]

Однако, это нельзя назвать основной причиной снижения объемов спроса на недвижимость, ведь в целом по рынку жилой недвижимости с привлечением ипотечного финансирования совершается не более 20% сделок. [1]

Девелоперы стали уделять значительно больше внимания альтернативным источникам финансирования проектов. Вместо средств инвесторов и покупателей недвижимости на стадии строительства, такими источниками стали облигационные займы и кредитные линии.

Естественно, что основной вопрос для девелоперов сегодня — это дальнейшее финансирование проектов и текущей деятельности.

Значительную долю источников финансирования проектов (до 80% от бюджета) составляют банковские кредиты и рефинансирование проектов за счет продаж, доля которого может достигать до 50% от бюджета проекта.[5]

Таким образом, сокращение возможности финансирования проектной и текущей деятельности за счёт данных источников означает только одно — снижение масштабов данной деятельности.

Кризис для одних игроков рынка – это возможности для других. Пока одни игроки в целях улучшения ликвидности будут пытаться избавиться от активов (земли, проектов, инвестиционных контрактов), другие будут искать, рассматривать и оценивать данные активы. В основном это фонды прямых инвестиций (equity funds) и более удачливые коллеги-девелоперы. Таким образом, можно сказать, что в сфере недвижимости начался период активного рыночного передела.

Поскольку жилая недвижимость является не только огромным рынком, но и социально значимой сферой, то поддержка девелоперам может быть оказана со стороны государства. Государство готово помочь тем застройщикам, которые работают в сегменте эконо класса, путем выкупа квартир в рамках федеральных целевых программ и помощи в кредитовании (через Сбербанк, ВТБ и Газпромбанк).

Когда в Томской области упал спрос на жилье на первичном рынке и появились замороженные стройки, перед правительством Томской области встала задача исправления ситуации и выработки иных подходов к строительной отрасли. Однако прежде чем что-то предпринимать, с каждым игроком необходимо, что называется, познакомиться поближе. А именно досконально выяснить, в каком состоянии находится каждая строительная компания и что она предпринимает сегодня, чтобы спасти бизнес. С этой целью в областной администрации создана специальная экспертная комиссия. И первой в ее поле зрения попала крупнейшее в области строительное предприятие ОАО «Томская домостроительная компания».

Сметная документация рассматривалась по двум объектам, в том числе и по социальному дому, построенному компанией по муниципальному заказу в прошлом году. Стоимость квадратного метра в ценах IV квартала 2008 года с учетом внешних сетей составила 34,5 тысячи рублей. Проверка объектов показала, что дома строятся в соответствии с нормативами, а также отвечают всем требованиям по энергосбережению. А это выгодно не только при покупке квартиры, но и при дальнейшей ее эксплуатации. Ведь в таких домах неизбежна экономия коммунальных услуг.

Чтобы поддержать строителей, местная власть обкатывает законы, которые позволят бюджетникам (и не только) купить на первичном рынке жилье. В специально изданных местных нормативах предусмотрены субсидии на внесение первоочередного взноса и субсидия на погашение процентной ставки. При этом процент субсидии меняется в сторону повышения.[6]

Таким образом, можно сказать, что в условиях кризиса, несмотря на безрадостные перспективы, способы спасения проекта все же есть. Если девелопер собирается реализовывать свой коммерческий проект в соответствии с планом определенной социальной программы, например, бюджетное жилье, то он может рассчитывать на поддержку государства: в получении необходимых мощностей, быстром процессе согласования проектной документации и приемки выполненных работ. Изменение функций проекта тоже возможно, но нужно учитывать, что это долгосрочный и капиталоемкий процесс, связанный с получением всех необходимых разрешений от городских надзорных служб, а также изменением проектной документации.

Другим способом спасения проектов, близких к стадии консервации, может стать их переориентация при помощи специалистов по консалтингу. Сейчас эта услуга весьма востребована: путем анализа проекта и всех его составляющих, выявляется перспективность его в будущем, разрабатываются способы по увеличению его рентабельности.

Одним из наиболее эффективных способов оптимизации затрат, имеющихся в распоряжении девелопера, является метод стоимостной оптимизации (или функционально-стоимостный анализ). Его задачей является повышение привлекательности объекта недвижимости для конечных потребителей при одновременном снижении всех основных затрат путем определения и оптимизации функциональных требований; нахождения оптимального соответствия между дизайном и необходимыми функциями; предотвращения излишних затрат и чрезмерной технической спецификации; максимизации потенциальных доходов и прибыли; обеспечения соответствия проекта основным инвестиционным критериям; оптимизации соотношения затрат на строительство и затрат по обслуживанию здания в период эксплуатации; определения возможных улучшений проекта и его отдельных элементов.

Несмотря на возникающие трудности, в распоряжении девелопера еще остаются способы, позволяющие решать основные задачи: повышение экономической эффективности проекта, снижение инвестиционных затрат, привлечение финансирования или повышение привлекательности готового объекта недвижимости.

Список литературы:

1. www.gdeetotdom.ru
2. www.mk-piter.ru
3. www.peresvet.ru
4. www.storoyorhoz.ru
5. www.novaya-riga.ru
6. www.vesti70.ru

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

Тухватулина Л.Р., доцент; Черепанова Н.В., доцент

Томский политехнический университет

E-mail: science_world@mail.ru

Грех ... – это когда к людям относятся как к вещам.

- Т. Пратчетт

Персонал предприятия является его наибольшей ценностью. Интеллектуальные, эмоциональные, психологические и физические свойства персонала – есть ресурс увеличения производительности в организации любой отрасли экономики. Данные идеи совсем не новы и доказаны многими исследователями. Например, американская (а затем и европейская) модель гуманистического менеджмента начинается с середины XX века, с известных исследований Хьюго Манстерберг, создавшего направление «промышленной» психологии, учитывающей индивидуальные, психологические особенности индивида и их связь с максимизацией производительности. В настоящее время американско-европейский менеджмент продолжает «видеть» человека основной ценностью организации, например, профиль евроменеджера включает такие характеристики: «понимание людей, культурных различий» способность слушать, объяснять, вступать в диалог, иными словами, воспринимать персонал организации не только как придаток к оборудованию, приносящий доход.

Японская модель менеджмента, во многом противоположная американско-европейской, также пропагандирует гуманистические основания взаимодействия с персоналом. В качестве примера можно привести некоторые характерные признаки японского кадрового менеджмента:

- широко известная система пожизненного найма, которая обеспечивает стабильность положения работника даже в ситуациях финансово-экономических спадов;
- разнообразные программы благосостояния работников, предполагающие наличие дополнительных систем поддержки и помощи сотрудникам предприятия и т.д.

Данные примеры были приведены для демонстрации общемировой тенденции, которую коротко можно обозначить выражением: «Уважение к людям, работающим в организации». Данное направление также актуально и для российских предприятий. В силу этого, целью данной статьи является выявить особенности современной кадровой политики в России и определить основные проблемы, существующие в данной области.

В теоретической сфере менеджмента нашей стране в большом количестве появляются разного рода исследования, касающиеся управления персоналом, кадровой политики, организации кадровой работы и т.д. На практике внедрение кадрового менеджмента означает появление на российских предприятиях отделов управления персоналом (чаще всего переименованных, но не преобразованных отделов кадров) или отдельных менеджеров по управлению персоналом. Данными отделами проводятся различные мероприятия в области человеческих ресурсов. Интересно, однако, что зачастую их действия не только не эффективны, но иногда и вредоносны. В качестве примера можно привести технологии отбора и подбора персонала, существующие на многих российских предприятиях. По результатам исследования, проведенного с января по март 2009 года на рынке труда Томской области, были выявлены следующие проблемы в области подбора и отбора кадров:

1) отбор и подбор персонала на многих предприятиях осуществляется на основе рекомендаций, взятых из учебников и книг по управлению персоналом (многие из которых переводные и, фактически, не отражают специфику российского рынка труда, традиционных оснований работы с кадрами и т.д.) и приносятся на практику. В 9 из 10 случаев кандидату предлагают заполнить анкету, взятую без какой-либо адаптации из широко известных учебных пособий. Кроме того, форма данной анкеты не зависит от должности, положения, сферы деятельности на которые претендует работник;

2) стадия отбора персонала на предприятиях Томской области составляет от 2 недель до 3 месяцев. Таким образом, соискатель достаточно длительное время находится в «подвешенном состоянии» не зная результатов отбора;

3) при несоответствии кандидата должности он в 100% случаев не ставится об этом в известность.

Перечисленные проблемы возникают уже на первых этапах кадрового менеджмента и влекут снижение привлекательности предприятия для потенциальных кандидатов, недоверие к проводимой предприятием кадровой политики.

Возникший финансовый кризис обнажил еще одну проблему российского кадрового менеджмента – мероприятия по высвобождению кадров. Практически 80% крупных предприятий различных отраслей в настоящее время вынуждены проводить массовые сокращения своих сотрудников и только ничтожно малая их часть предпринимает какие-то меры по смягчению данного явления для своих сотрудников. Стандартный набор мероприятий по высвобождению кадров чаще всего включает:

- 1) профессиональную переподготовку высвобождаемых кадров;
- 2) повышение квалификации высвобождаемых кадров;
- 3) помощь в трудоустройстве уволенным работникам: оказание консультационных услуг, создание центра (штаба) помощи уволенным;
- 4) оказание психологической поддержки;
- 5) организация поддерживающих выплат и т.д.

Все эти мероприятия должны быть организованы самим предприятием независимо от того, идет ли речь о массовых или единичных сокращениях. Особенностью российских предприятий является полное отсутствие каких-либо мероприятий по высвобождению кадров. Само понятие «сокращение» в России зачастую заменяется уходом «по собственному желанию». Результатом этого является эмоциональная напряженность, стресс и депрессивное состояние уволенного человека, что часто приводит к апатии и нежеланию искать другую работу.

Мероприятия по смягчению увольнений в настоящее время реально выполняют только государственные центры занятости. Рассмотрим это на основе деятельности ОГУ «Центр занятости населения ЗАТО город Северск».

По итогам 2006 года можно утверждать, что основную часть из обратившихся в центр занятости (ЦЗ), а это 4631 чел. составляют ранее работавшие граждане. Структура обращений представлена на рис. 1.

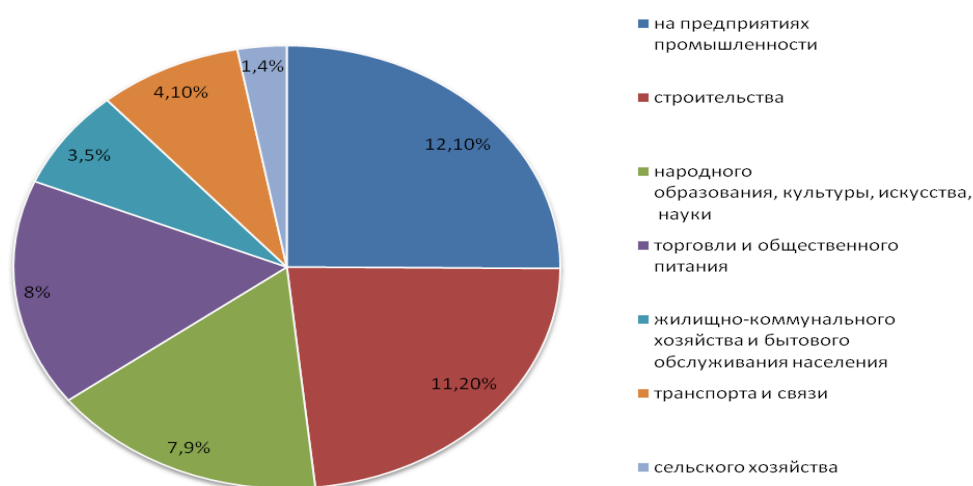


Рисунок 1. – Структура обратившихся в ЦЗ по отраслям

Как видно из приведенной диаграммы наибольший процент обратившихся относится к работавшим на предприятиях промышленности (12,10%), в сфере строительства (11,20%) и торговли и общественного питания (8%).

При содействии ЦЗ 2776 человек (122,5% к уровню 2006 года) было устроено на новое рабочее место. Кроме консультирования и осуществления коммуникации между работодателями и потенциальными сотрудниками ЦЗ организует повышение квалификации и переквалификацию кандидатов, численность таких кандидатов постоянно растет (рис. 2).

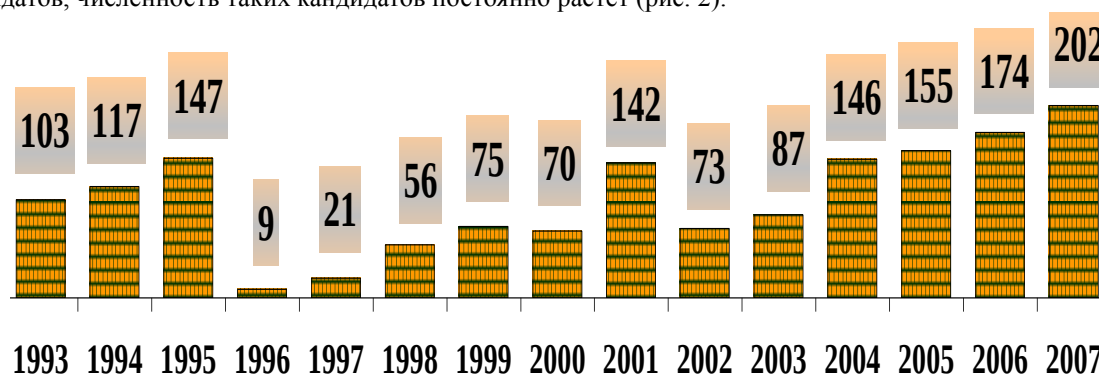


Рисунок 2. – Численность граждан, направленных ЦЗ на профессиональное обучение

Подводя итог, укажем некоторые выводы. Основными особенностями современной кадровой

политики в России является односторонняя лишь теоретическая проработка данного вопроса. Принципы управления персоналом либо переносятся на практику без учета специфики, попытки анализа и учета разнообразных особенностей данного процесса. Либо меняется только внешняя сторона данного вопроса – отдел кадров, переименованный в отдел управления человеческими ресурсами, не решит проблем, существующих на предприятии. Необходимость анализа и действительного (а не только внешнего) принятия концепции управления персоналом является решающей в настоящее время. Таким образом, в качестве ключевых мероприятий нужно указать – комплексную разработку кадровой политики на каждом предприятии, которая будет охватывать все составляющие кадрового менеджмента: порядок подбора, отбора, расстановки, продвижения, развития и, конечно, высвобождения кадров. В настоящее время многие предприятия не имеют четкой кадровой политики и «передают» свои функции сторонним организациям, например, центрам занятости, которые в современном периоде являются единственными учреждениями, комплексно занимающимися проблемами трудоустройства работников.

Таким образом, задачей российского кадрового менеджмента является формирование собственной стратегии кадрового менеджмента, которая должна базироваться на уважении и заботе о персонале предприятия.

Список литературы:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. – СПб.: Питер, 2008. – 832 с.
2. Пивоваров С.Э., Максимцев Н.А. Сравнительный менеджмент. – СПб.: Питер, 2008 – 480 с.

ЯПОНСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА И ЕЕ СПЕЦИФИКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Усманова А.А., студентка; Дойникова Е.П., студентка
Уфимский государственный нефтяной технический университет
E-mail: aetasm@mail.ru

Научный руководитель: Тасмуханова А.Е., к.э.н., доцент

В современный период развития международного сотрудничества происходит интернационализация культуры менеджмента, что в свою очередь даёт возможность для изучения и применения управленческого опыта лидеров мировой экономики.

Японская модель менеджмента, которую изучают уже много лет во всех странах мира, привлекает внимание к себе главным образом за счет быстрого экономического роста, за счет широкомасштабного производства качественной продукции с минимальными издержками.

Менеджмент в Японии, как и в любой другой стране, отражает её исторические особенности, культуру и этнопсихологию. Он непосредственно связан с общественно-экономическим укладом страны. Японские методы управления в корне отличны от европейских и американских.

В Японии применяется система «пожизненного найма», согласно которой работник, принимаемый на службу после окончания учебы, работает в данной корпорации вплоть до выхода на пенсию. Данная система существует в основном в крупных компаниях. В средних и мелких фирмах работник чаще всего не застрахован от увольнения, так как жесткие условия конкуренции на рынке не могут позволить небольшим компаниям остаться на плаву.

При найме на работу большинство японских фирм использует довольно жесткую систему отбора кандидатов. Такая система обеспечивает возможность поддерживать у наемного персонала дух лояльности компании, высокую трудовую дисциплину, заинтересованность в росте производительности труда. К негативным сторонам системы относятся чрезмерные перегрузки рабочих, строгие условия найма и продвижения, невозможность увольнения постоянного работника.

Для системы «пожизненного найма» характерна зависимость величины заработной платы и возможности продвижения от возраста и стажа работы.

Японская система управления характеризуется групповым стимулированием и групповой ответственностью.

Во многих японских компаниях в той или иной мере используется система принятия решений «рингисэй», обеспечивающая углубленную проработку и согласование решений. Классическая процедура «рингисэй» предусматривала многократное согласование подготавливаемого решения на нескольких уровнях управления, начиная с рядовых сотрудников и заканчивая высшими руководителями, утверждающими решение, прошедшее все стадии согласования.

Уделяется значительное внимание развитию всех направлений подготовки и переподготовки

кадров. По данным ряда социологических обследований, квалифицированный японский рабочий расходует на профессиональную подготовку в 6 раз больше времени, чем работник американской компании. Большинство крупных японских компаний предпочитает брать на себя практически все расходы по подготовке всех категорий работников от производственных рабочих до менеджеров.

Для многих японских фирм характерна ротация персонала, которая заключается в том, что примерно через каждые 3-5 лет производится переучивание персонала новым специальностям. Ротация способствует расширению кругозора работников, ознакомлению работников со смежными специальностями. Часто, таким образом готовятся работники для занятия более высоких руководящих должностей.

Центральное место в оперативном управлении японского менеджмента занимает управление качеством. В основу японской системы управления качеством продукции заложена концепция «тотального» контроля за качеством в рамках фирмы, которая приобрела статус религии. Ее основные положения:

- контроль за качеством охватывает все стадии производства;
- в систему контроля вовлечены все работники фирмы, включая секретаря и машинистку;
- ответственность за качество несут все работники фирмы, поэтому не ищут конкретных виновников брака и дефектов;
- службы, занимающиеся контролем качества продукции, выполняют только консультативные функции;
- каждый работник может остановить конвейер, если пошел брак.

Изначально система контроля и управления качеством основывалась на кружках качества. Как правило, 6-10 работников одного уровня иерархии, выполняющих сходную работу, собираются 1-2 раза в неделю.

Каждая группа имеет лидера и докладывает руководству о полученных решениях.

Аспект взаимопонимания и кооперации между менеджментом и профсоюзами привел к созданию «Содзьянкой» – представительный орган рабочих, который периодически устраивает встречи для обсуждения интересов рабочих, зарплаты и благосостояния, он занимается организацией досуга рабочих, участвует на собраниях менеджмента в обсуждении проблем бизнеса, а решения принимаются путем взаимного согласия.

Чтобы добиться хороших результатов при взаимодействии с представителями японских компаний, необходимо тщательно готовиться как в плане информированности, так и во внешнем виде.

Существует три «нет» японской деловой этики:

- нельзя приходить на встречу без визитных карточек;
- нельзя не иметь материалов о своей компании и своем предложении;
- нельзя отклоняться от протокола в одежде и внешнем виде.

В таблице 1 приведена краткая сравнительная характеристика менеджмента таких стран, как Япония, Корея, Китай, Россия, США, Франция, Швеция.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика моделей менеджмента по странам мира

Объект сравнения	Япония	Корея	Китай	Россия	США	Франция	Швеция
Характер решений	Коллективный	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный	Индивидуальный и групповой
Найм на работу	Пожизненный найм	Гибкая система пожизненного найма	Краткосрочный	Краткосрочный	Краткосрочный	Долгосрочный	Долгосрочный
Ответственность	Коллективная	Индивидуальная	Индивидуальная	Коллективная	Индивидуальная	Индивидуальная	Коллективная
Отношение к подчиненным	Неформальное	Неформальное	Формальное	Формальное	Формальное	Формальное	Неформальное
Обусловленность карьеры	Возраст, стаж	Родство, личные связи, стаж	Контакты с нужными людьми	Возраст, стаж	Личные качества	Контакты с нужными людьми	Личные качества
Делегирование полномочий	Преданным людям	Родственникам	Родственникам	Родственникам	Компетентным людям	Компетентным людям	Компетентным людям
Специализация работников	Широкая	Широкая	Широкая	Узкая	Узкая	Узкая	Узкая

Анализ таблицы 1 позволяет сделать вывод, что основные признаки Японии, Кореи и Китая близки. Это связано с тем, что данные страны находятся в одном регионе. Для этих народов характерно трудолюбие, жесткая дисциплина, подчинение и уважение старших, преданность, что не является приоритетом для американской и европейской культур.

Можно ли использовать японскую модель в России? Да, например, для повышения эффективности российских предприятий вполне целесообразно ввести систему ротации, которая позволит работникам избежать однообразной работы в течение длительного периода и повысить уровень профессиональной подготовленности; создать кружки качества, практиковать групповое принятие решений.

Россия находится в географической области взаимодействия восточных и западных культурных и религиозных моделей мироустройства, поэтому для российской модели менеджмента необходимо использовать рациональные черты как западной, так и восточной культур управления.

Список литературы:

1. Ингиу Оу. Японский менеджмент. Прошлое, настоящее и будущее: ЭКСМО, 2007.
2. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А. Сравнительный менеджмент. Учебник для вузов: Питер, 2008.

КРЕАТИВНЫЙ И ЭВРИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Феденкова А.С., ассистент

Томский политехнический университет

E-mail:koshle@rambler.ru

Необходимость повышения эффективности экономической деятельности в России, становление теперь уже необратимых рыночных отношений требуют соответствующего аппарата управления, специально подготовленных людей-менеджеров, которые способны организовать социально-экономические структуры и рационально (научно) управлять ими.

Так исторически сложилось, что Россия отстала в своем экономическом развитии от экономически развитых стран мира, и теперь должна пройти этап переустройства (или трансформации) общества, осуществляя творческий синтез зарубежного опыта с учетом своей уникальности и самобытности. Как известно, экономические законы, в отличие от законов природы, опосредованы «живыми людьми», в желаниях и выборах которых наличествуют ожидания, нормы, установки, традиции, моральные и нравственные ценности. Речь идет об освоении творческого (креативного) подхода к принятию решений.

Творческий подход позволит не только «оживить» рыночные отношения или, точнее, но и позволит более грамотно решить важнейшую и сложнейшую задачу: достигнуть экономического эффекта за счет рационального распределения функций между государственными структурами, бизнесом и рынком и сбалансированности социальной, экономической, культурной и политической жизни.

Креативность, или творческое мышление, — одно из главных условий успеха в создании инновационных продуктов и услуг. Без мощного и непрерывного притока свежих идей организации просто прекратили бы свое существование. Поэтому главный вопрос, ответ на который должны найти руководители компаний, — как извлечь реальную пользу из творческого потенциала своих сотрудников и, развив этот потенциал, трансформировать его в инновации, способные обеспечить компании преимущество перед конкурентами.

Но парадокс: хотя люди по своей природе обладают творческими способностями, сотрудники многих компаний предпочитают избегать творческого подхода к выполнению своих обязанностей, что в лучшем случае ведет к снижению мотивации этих работников, в худшем — к упущению колоссальных возможностей для организации. В нашем стремительно меняющемся мире такое положение вещей больше не может оставаться неизменным, и ведущие компании уже вполне осознают необходимость и значимость творческого мышления и для модернизации производственных (внутренних) процессов, и для достижения успеха во внешнем мире. В креативном менеджменте, как и в любой другой науке, выделяют теоретический и прикладной аспекты. Теория креативного (как и эвристического) менеджмента является составной частью теории творчества. Последняя в зависимости от области использования имеет много разновидностей (теория научно-технического, теория художественного творчества и т.п.), которым соответствуют разновидности креативного и (или) эвристического менеджмента. Прикладные аспекты креативного менеджмента связывают прежде всего с инновациями и нововведениями. Проблемы креативного менеджмента организационно смыкаются с управлением кадрами, когда требуется создавать так называемые временные творческие коллективы. Как теория, так и практика изучения творчества до середины 80-х годов развивались под знаком доминирования тех его

сторон, что касаются научно-технического творчества (НТТ).

В зависимости от степени новизны в НТТ выделяют три стратегических уровня: 1) рационализацию; 2) изобретательство; 3) открытие. К настоящему времени создано более 150 считающихся самостоятельными методик определения научно-технического творчества. Направления НТТ в конечном счете диктуются наличной системой знаний, структурой производства и социально-экономическими задачами, стоящими перед обществом.

Креативистика и эвристика, подобно любой иной науке, базируются на ряде аксиом. Из них стоит выделить следующие: а) для реального эффективного творчества необходимо всестороннее проникновение в сущность оказавшейся в поле зрения предметной области (аксиома «глубинность знаний»); б) творчество требует отказа от сложившихся стереотипов, догм и штампов; зачастую создание нового сдерживается лишь психологической инерцией, отсутствием неординарной точки зрения (аксиома «замыливание глаза»); в) отторжение сложившихся стереотипов нельзя возводить в абсолют, оно должно быть строго рациональным, взвешенным и продуманным (аксиома «выплескивание ребенка вместе с водой»); г) какими-либо организационными и иными волевыми мерами, чисто управленческими ухищрениями «произвести» творца невозможно (аксиома «крылья даны от природы»); д) наука о творчестве и, стало быть, креативный менеджмент, сами по себе творца не порождая, позволяют ему, однако, овладеть более мощным и совершенным инструментарием для своей деятельности (аксиома «встать на крыло»).

Со всеми прочими отраслями науки креативный и эвристический менеджмент роднит и то, что он преследует достаточно определенные цели. На сегодня в качестве наиболее интересных из них можно выделить такие: а) оценка творческого потенциала личности (специалиста, которого хотят привлечь к решению творческих задач) в зависимости от ряда факторов (специфики предметной области, экстремальности ситуации, наличия помех и т.д.); б) создание творческой атмосферы в коллективе, проработавшем долгое время и имеющем свои традиции, неформальных лидеров, оправдавшее себя распределение ролевых функций; в) формирование групп экспертов, призванных оценивать те или иные предварительно разработанные предложения, в частности в области инновационной политики, ориентированной на улучшение состояния дел и предупреждение кризисных ситуаций, в которых может оказаться предприятие (фирма, ассоциация и т.п.); г) образование временных творческих коллективов из лиц, способных к эффективному участию в групповом творческом процессе; д) оценка доминирующих мотивационных установок, породивших их причин и возможных путей решения в ближайшей и долгосрочной перспективе задач, требующих примененных творческих способностей специалиста; е) определение эвристических методов, операций и приемов, которые необходимо освоить для более качественного и оперативного решения творческих задач специалистам, вошедшим во временные творческие коллективы. Начиная с 30-х годов нашего столетия отмечается появление принципиально новых методов реализации разрабатываемых в этой области идей. Место рассуждений и советов заняли уже своего рода инструкции, в которых стремились отразить определенную регламентированную совокупность конкретных процедур, воплощающих творческие процессы в осуществлении хозяйственной деятельности. В настоящее время литература по творчеству (она относится в основном к инженерии) предлагает несколько десятков подобных методов. Все это многообразие можно, очевидно, сконцентрировать, выделив две группы методов: 1) направленные на усиление креативных и эвристических способностей человека; 2) служащие формализации его логико-аналитической деятельности. Эти группы методов не противостоят друг другу и не отгорожены друг от друга «китайской стеной»; напротив, на деле они тесно взаимодействуют, при этом одна группа дополняет и усиливает другую. Первая из этих групп «подталкивает» к решению проблемы, позволяет быстрее нащупать «золотую жилу»; вторая - строится на базе специально разработанных приемов, в которых отражается исторический опыт человека. Каждый из методов имеет свою область использования, свои особые смысл, сложность, эффективность, ну и разумеется, - приверженцев и противников. Менеджмент как особый вид деятельности никогда не отстранялся от творчества; напротив, всегда его использовал, причем двояко. Во-первых, для собственных нужд, т.е. для разработки тех или иных управленческих решений. Ведь и такие сугубо будничные повседневные акции, как всяческие заседания, совещания, планерки, «пятиминутки» и т.п., для управленцев по сути представляют занятие творчеством - пусть часто и неэффективным, даже бестолковым. Во-вторых, менеджмент использует творчество для побуждения подчиненных к действиям, требующимся с точки зрения тех, кто руководит. Такое побуждение предполагает при элементарно грамотной его организации постоянную апелляцию к заложенному в каждом работнике творческому началу, - пусть осуществляющуюся на интуитивном уровне. Таким образом, креативный и эвристический менеджмент не «придумывают» методы активизации творческого потенциала, а лишь определяют их оптимальную номенклатуру и наиболее рациональную последовательность исходя из разработок. При этом целевые установки и возможные ограничения креативный и эвристический менеджмент берут из инновационного менеджмента, который в данном ракурсе обеспечивает им жизненно необходимое функционирование инфраструктуры.

Подчеркивая, что современный менеджмент пронизан творчеством и без него вообще невозможен, нельзя, впрочем, забывать об известной истине: чем больше в какой-то области деятельности творчества, тем больше ее тяготение к сфере искусства.

Список литературы:

1. Ванюрихин Г.И. Творчество в менеджменте // Вестник Международного Университета. Серия "Менеджмент". - М., 2000. - Вып. 3. [8,11]
2. Русакова Е.Ю., Юрьева Н.Т., Кузнецова Н.В. Креативный стратегический менеджмент в условиях турбулентной среды. Режим доступа | Анализ гуманитарных проблем современного Российского общества www.promgipss.ru
3. П.Ю. Квитковская Рекомендации по развитию креативности. Режим доступа | Российский бухгалтер <http://www.gosbuh.ru>
4. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент. 3/5/2004. www.ovsem.com

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ МЕТОДОМ РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ

Федосеев Т.В., студентка

Томский политехнический университет

E-mail: fedta@yandex.ru

Научный руководитель: Спицын В.В., доцент.

В последние 10-15 лет тема реальных опционов стала очень популярна в кругах научных деятелей и деловых людей. Этот метод не является заменой традиционных подходов к оценке стоимости инвестиционных проектов и компаний. Метод реальных опционов — это в первую очередь дополнительный инструмент в любом переговорном процессе, начиная от обоснования инвестиционной привлекательности и заканчивая обсуждением сделки о продаже компании. Он дает количественную оценку неосозаемым стратегическим возможностям, ценность которых все интуитивно признают.

Большинство финансистов для оценки инвестиционных проектов используют показатели эффективности, полученные при использовании метода дисконтированных денежных потоков. Однако у этого метода есть существенный недостаток: он не учитывает, что в ходе реализации проекта менеджеры могут реагировать на негативные изменения и минимизировать потери компании. Метод основан на предположении, что любая инвестиционная возможность для компании может быть рассмотрена как финансовый опцион, то есть компания имеет право, а не обязательство создать или приобрести активы в течение некоторого времени.

При анализе проекта традиционным методом дисконтирования денежных потоков (DCF) аналитик пытается избежать неопределенности в момент анализа проекта, что приводит к появлению нескольких сценариев проекта. В итоге обычно принимается усредненный вариант, который показывает усредненное развитие проекта. Принципы управления инвестиционной деятельностью с использованием ROV (метода реальных опционов) предполагают пошаговое осуществление дополнительных инвестиций. Использование данного метода позволяет менеджменту сосредоточиться не на абсолютно точных прогнозах (что практически не достижимо), а на определении альтернативных путей развития компании, используя ROV в ситуациях, где есть неопределенность. [1]

Применение методики реальных опционов к оценке инвестиционных проектов целесообразно, когда выполняются следующие условия:

- результат проекта подвержен высокой степени неопределенности;
 - менеджмент компании способен принимать гибкие управленческие решения при появлении новых данных по проекту;
 - финансовый результат проекта во многом зависит от принимаемых менеджерами решений.
- При оценке проекта по методу дисконтированных денежных потоков значение NPV отрицательно или чуть больше нуля.

ROV наиболее востребован в наукоемких, высокотехнологичных, ресурсодобывающих отраслях, а также в отраслях с высокими расходами на маркетинг и продвижение новых продуктов. Нецелесообразно использовать метод реальных опционов в отношении проектов с высоким чистым дисконтированным доходом и высокой степенью достоверности. Но на практике такими характеристиками обладают немногие долгосрочные инвестиционные проекты. [2]

В зависимости от того, при каких условиях опцион приобретает ценность для компании, выделяют

следующие основные виды реальных опционов.

- *Опцион на выбор времени* принятия решения об осуществлении капитальных инвестиций. Например, фабрика располагает оборудованием по выпуску в настоящий момент нерентабельной продукции. Тем не менее в будущем ожидается всплеск спроса на эту продукцию. Принимая решение законсервировать оборудование, для того чтобы иметь возможность запустить производство спустя некоторое время, инвестор приобретает реальный опцион.

У него появляется право, но не обязанность выбрать время для дополнительных инвестиций и расконсервации оборудования, чтобы наладить выпуск.

- *Опцион роста* — дополнительные возможности, которые могут появиться после того как сделаны первоначальные инвестиции. Например, инвестируя денежные средства на проведение научно-исследовательских работ, компания приобретает опцион роста.

- *Опцион изменения масштаба* — увеличение или сокращение масштабов производства в течение жизненного цикла проекта. Такой опцион может иметь ценность в отраслях, подверженных цикличному развитию, при котором спад производства чередуется с его резким ростом. Примером могут служить винодельческие заводы, которым есть смысл замораживать невостребованные мощности в неурожайный год.

- *Опцион на отказ от реализации проекта* — отказ от наиболее нерентабельных проектов. Допустим, у предприятия есть возможность реализовать проект, для которого необходимо закупить дорогостоящее оборудование. При повышенном спросе на выпускаемую продукцию проект будет обладать высокой рентабельностью, а при низком спросе будет убыточным. В этом случае гораздо эффективнее взять необходимое оборудование в лизинг с возможностью разорвать контракт и выплатить неустойку, которая и станет ценой опциона на отказ от реализации проекта.[3]

Тем не менее, рассматриваемый инновационный подход потенциально может оказать негативное влияние на компанию. Полноценное применение методики реальных опционов ставит цель увеличить организационную гибкость компании, которая подразумевает кардинальный пересмотр подходов к ведению бизнеса. Использование реальных опционов фактически меняет процесс формирования стратегии компании. Гибкость, несомненно, является преимуществом при реализации одного или нескольких инвестиционных проектов. Но когда вся стратегия компании строится на принципе гибкости, вероятность неудачной реализации такой стратегии может быть высока. В мире гибкости персоналу компании необходимо постоянно адаптироваться к новым условиям. В таких условиях наработанные преимущества опытных сотрудников в купе с их набором навыков могут просто превратиться в их недостатки, если они не могут или не хотят адаптироваться к изменяющимся условиям работы..

Несмотря на то, что этот метод широко известен только среди специалистов - теоретиков в области оценки бизнеса, в последнее время он получает все большее распространение для оценки инвестиционных проектов.[4]

Использование в управлении компанией реальных опционов, позволяет уделять меньше внимания созданию 'идеальных' прогнозов и направлять больше усилий на определение альтернативных путей развития. Применение же традиционного метода ДДП приводит к тому, что в ходе реализации проекта бывает трудно отказаться от запланированных действий и увидеть новые возможности.

Сфера применения этого метода практически неограничена. Везде, где существует неопределенность, целесообразно использовать реальные опционы. Следует согласиться с С. Файз, успешно внедрившей методы оценки реальных опционов в практику корпорации 'Тексако', что реальные опционы - это метод XXI века [5].

Список литературы:

1. Брусланова Н. Оценка инвестиционных проектов методом реальных опционов // Финансовый директор. - 2004.-№7.
2. Бухвалов А.В. Реальные опционы в менеджменте // Российский журнал менеджмента. - 2004. - №2.
3. Рамзаев М. Гибкость стоимости. - Финансы и экономика в интернет // <http://ecommerce.al.ru/analis/newecon/valuefl.htm>
4. Сысоев А.Ю. Использование моделей 'реальных опционов' при оценке эффективности инвестиционных проектов // Вестник ФА. 2003. Вып. 4. // <http://vestnik.fa.ru/contents.asp?vid=4>
5. Топсahalова Ф.М. Особенности принятия инвестиционного решения при условиях неопределенности и риска // Экономический анализ: теория и практика. - 2005. - №12.

РЫНОК ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ РОССИИ

Харитонов К. А. студент;

Томский политехнический университет

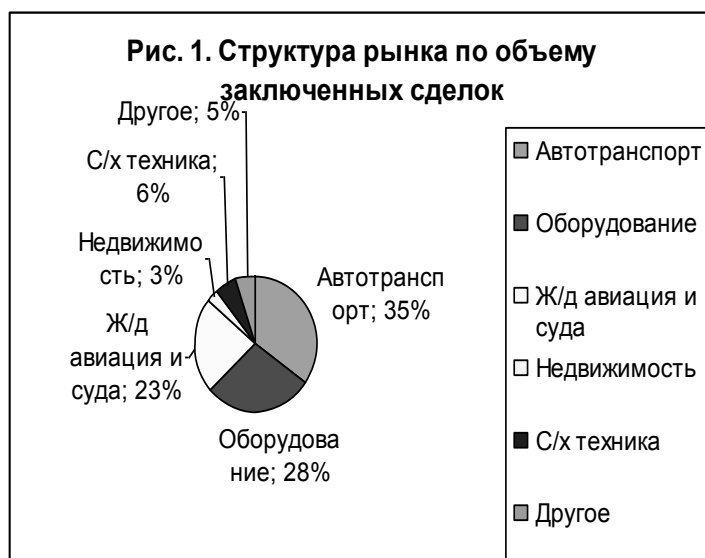
E-mail: lirik_tomsk@mail.ru

Научный руководитель: Антонова И. С. ассистент кафедры менеджмента ТПУ

Текущая экономическая ситуация на финансовых рынках затронула и лизинговую отрасль в России. Специфика лизинговой отрасли – высокая зависимость от стабильности потоков и структуры источников фондирования. Опора финансового рычага в лизинговом бизнесе очень велика, а мощный источник фондирования – ключевой фактор роста.

Несмотря на растущий спрос на лизинговые услуги, лизинговые компании вынуждены снижать объемы сделок из-за недостатка денежных средств. Объем нового бизнеса составил по итогам 9 месяцев 2008 года 319,7 млрд. рублей без НДС. Это всего 62% от показателя прошлого года. При этом количество заключенных контрактов за этот же период составило 60 657, а это на 7,9 % больше чем за весь прошлый год.[1]

Структура лизинга не изменилась. По-прежнему по объему сделок преобладает лизинг автотранспорта, на долю которого приходится около 35% объемов бизнеса, что, прежде всего, связано с его высокой ликвидностью. На втором месте – лизинг оборудования со своей долей 28%, на третьем – железнодорожного транспорта, авиации и судов, чья доля составляет 23% в общем объеме бизнеса. Также в последнее время в России начал активно внедряться и развиваться лизинг недвижимости (давно используемый в Европе) и сельскохозяйственной техники, доля которых составляет соответственно 3% и 6% в общем объеме нового бизнеса.[1]



Становится все больше независимых лизинговых компаний, имеющих более свободный доступ к финансовым ресурсам. Также в условиях кризиса возрастает количество лизинговых компаний при банках, лизинговых компаний с иностранным капиталом и государственных лизинговых компаний. Но преобладание независимых пока очевидно, их доля составляет 63% в объеме бизнеса. Это ниже, чем в 2007 году на 7%. При этом увеличилась доля лизинговых компаний при банках с 20% в 2007 году до 23% в 2008 году. По-прежнему доля государственных лизинговых компаний составляет около 1%. В целом, эксперты отделов статистики прогнозируют на следующий год снижение количества независимых лизинговых компаний и увеличение числа компаний при банках.[1]

Несмотря на возрастающий спрос на лизинговые услуги в регионах, компании вынуждены остановить экспансию в регионы, уменьшая риски и издержки. По-прежнему Москва лидирует в общем объеме нового бизнеса, который составляет 100,6 млрд. рублей. Активно начал развиваться лизинг в Приволжском и Центральном федеральных округах.[1]

В структуре финансирования лизинговых компаний заемные средства составляют более 70%. Собственные средства российских лизинговых компаний в среднем составляли всего 10,8% по итогам I полугодия 2008 года. При этом совокупный объем рынка (суммарный лизинговый портфель компаний) составил 1320 млрд. рублей.[1]

Рост ставок по кредитам привел к сокращению временных горизонтов страхования, сужению круга

кредитуемых лизинговых компаний. В ответ на действия банков лизинговые компании также повысили стоимость своих услуг и ужесточили требования к финансовым показателям лизингополучателей. Лизинг, как финансовый инструмент, тесно связанный с банковским финансированием, испытывает недостаток в кредитных ресурсах, что приостановило рост вновь заключаемых сделок и, как следствие, инвестиций в реальный сектор экономики. С ужесточением требований лизинговых компаний к проектам, в первую очередь, пострадал малый и средний бизнес.

Оптимизируя свою деятельность, лизинговые компании делают ставку на экстенсивный рост, зарабатывают на увеличении объемов. Как говорят эксперты, у этого процесса есть обратная сторона — снижение качества кредитных портфелей и увеличение числа невозвратов по договорам лизинга[2]. Затруднение с привлечением финансовых ресурсов испытывают не только небольшие лизинговые компании, но и лидеры лизинговой отрасли. Компании приостановили программы инвестиций в свое развитие (здесь на первое место выходят частные инвесторы), перешли на режим жесткой экономии и, несмотря на дефицит кадров, в некоторых из них наблюдается тенденция к сокращению основного персонала.

Лучшим исходом для лизингодателей по сделкам с лизингополучателями, находящимися в предбанкротном состоянии, является получение своей собственности обратно. Последующая продажа имущества позволяет сократить потери и минимизировать издержки, насколько это возможно при сложившихся обстоятельствах. Худший сценарий для лизингодателя — это судебное разбирательство, растянутое во времени.

В ближайшем будущем ситуация может усугубиться ростом просроченной задолженности по оплате лизинговых платежей, что вызовет трудности с исполнением обязательств по погашению задолженности в части предоставленных кредитов перед банками и государством по оплате налогов.

Таким образом, за 2008 год можно отметить как положительные, так и отрицательные тенденции рынка лизинговых услуг в России:

- повышение спроса на лизинговые услуги;
- сокращение числа компаний на рынке;
- прекращение региональной экспансии;
- ужесточение требований к заемщикам;
- повышение стоимости кредитных ресурсов и, как следствие, повышение стоимости лизинговых услуг;
- прекращение фондирования новых проектов;
- усиление позиций иностранных лизинговых компаний.

Лизингодатели по причине кризиса находятся в более тяжелом положении, чем лизингополучатели — средств на существование не хватает. Привлечение финансирования для них, конечно, главный вопрос на повестке дня. Но, не стоит ожидать, что они будут работать «просто так»: сокращению издержек в такой ситуации также нужно уделить внимание. Решить эту задачу можно за счет грамотно выстроенного бухгалтерского и налогового учета.

Конечно, привлечь дополнительные средства можно и другим путем – выходом из ситуации может стать реализация правительственной инициативы по льготному кредитованию лизинговых операций со стороны государства, но это скорее только планы.

Вместе с тем стратегия выживания компании независимо от ее статуса, ранга, положения на рынке, объема лизингового портфеля в сложившихся условиях очевидна: прежде всего – работа с должниками. Реструктуризация портфеля, изменение условий договора, помощь клиентам при возникновении временных трудностей, отделение временных трудностей от безнадежных случаев – на это должны быть сориентированы все лизинговые компании.

Список литературы:

1. Российская ассоциация лизинговых компаний. Обзор рынка лизинга за 9 месяцев 2008 года [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.rosleasing.ru/docs/rating/rating2008_3.pdf
2. Гознак-лизинг. Лизинговые компании и кризис ликвидности [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.gznleasing.ru/news/all/24/10/07/6345687
3. Преображенская М. Внешнеэкономическая деятельность лизинговых компаний в условиях дестабилизации финансовой системы [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_2_aId_467929.html
4. Иванов Т. Никто не поможет [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.infolizing.ru/liz.php?q=49

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.

Хрупин И.М., студент

Волгоградский государственный технический университет

E-mail: igor23@inbox.ru

Научный руководитель: Кетько Н.В., к.э.н.

Развитие персонала играет все более важную роль в достижении предприятиями своих стратегических целей, по мере того как изменяются деятельности и структура организации, требуются постоянного изменения в моделях поведения персонала. Основным инструментом воздействия на поведение кадров является система мотивации.

В современной практике развитие эффективных систем мотивации деятельности персонала приводит к повышению производительности в не меньшей степени, чем технологическое перевооружение. В условиях инновационного развития экономики конкурентные преимущества достигались не за счет передовой техники и технологий, а именно на основе адекватной мотивационной системы предприятия. Как следствие, все большее число работодателей понимает важность и возрастающую значимость мотивационной составляющей, без которой ни одно предприятие не может полностью реализовать свой потенциал развития как в тактическом, так и стратегическом аспектах.[1]

При построении эффективной системы мотивации сотрудников необходимо сформировать систему методов воздействия на поведение персонала. Система мотивации – это тот инструмент управления, который должен учитывать все особенности работы предприятия, поэтому верные решения в этой области могут быть разработаны только менеджерами самой организации.

Однако существуют основные принципы, которые необходимо учитывать любой организации при построении эффективной системы мотивации.

1. Система мотивации обязательно должна соответствовать основным целям предприятия.

Один из критериев эффективности системы мотивации – ее воздействие на достижение стратегических целей предприятия. То есть, в первую очередь, руководству предприятия нужно определиться с целями, стратегией организации, а уже потом разрабатывать систему мотивации таким образом, чтобы сотрудники достигали результатов, которые будут способствовать выполнению целей предприятия.

2. В основе системы мотивации предприятия должны лежать мотивационные факторы и потребности сотрудников.

Важно проанализировать мотивационные факторы и потребности персонала организации, исходя из того, что мотивирующие факторы и потребности существуют параллельно, они не вступают в противоречие, а взаимно дополняют друг друга, причем для каждого индивидуума существует уникальное сочетание факторов мотивации и потребностей.

3. Выявление группы демотивирующих факторов для своевременного предупреждения негативных последствий.

Необходимо выявить демотивирующие факторы, такие как конфликтность, большой уровень стресса, невыполнение обещаний руководителями, родственные связи и др., и попытаться сгладить или устранить их, например, за счет изменений в организационной культуре организации, перераспределения ресурсов, в том числе человеческих, или при разработке новой системы мотивации.

4. Материальная подсистема системы мотивации должна базироваться на прозрачной и понятной системе вознаграждения.

Система вознаграждения должна быть понятна сотруднику, т.е. работник должен иметь должен иметь возможность самостоятельно, какие усилия необходимо приложить для достижения данного результата, и какое вознаграждение за это получит.

5. Стимулирование сотрудников должно основываться на справедливой системе оплаты труда.

Вознаграждение должно быть справедливым, т.е. за больший вклад или большую ответственность и результативность должно, соответственно, выплачиваться и большее вознаграждение. Уровень объективности оплаты можно установить, если провести оценку должностей/рабочих мест и установить размер заработной платы (постоянную часть) в соответствии с ценностью должности для компании: чем она выше, тем выше постоянная часть зарплаты, а величина переменной части заработной платы зависит от результатов деятельности конкретного сотрудника.

6. Система стимулирования и мотивации должна предусматривать вознаграждение, как за индивидуальные, так и за коллективные результаты труда.

Система мотивации будет эффективна, если при оплате труда будет учитываться как индивидуальный, так и коллективный результат деятельности сотрудников. Их необходимо стимулировать на оказание взаимопомощи, поддержки, правильную расстановку приоритетов при

распределении ресурсов.[2]

7. Эффективная система мотивации должна обеспечивать своевременность выплаты вознаграждения.

Должны быть установлены определенные и известные всем сроки выплаты как постоянной, так и переменной части зарплаты. Если задерживать выплату переменной части заработной платы, то тем самым не только снижается мотивация сотрудника на достижение результатов в будущий период, но и это может вызвать демотивацию, раздражение, неудовлетворенность и, как следствие, отсутствие лояльности к компании, увольнение ценных специалистов. Также по возможности необходимо сократить время между результатом деятельности сотрудника и выплатой премиальной части.

8. Система должна быть комплексной, включать как материальное, так и косвенно-материальное и нематериальное вознаграждение.

Чтобы система мотивации была эффективной необходимо выстроить наряду с материальной системы оплаты систему нематериального вознаграждения. Важно знать и использовать все возможные способы нематериальной мотивации с учетом мотивационных факторов. Нужно создавать у сотрудника внутреннюю мотивацию за счет его вовлеченности в работу, участия в новых интересных проектах; необходимо дать возможность самореализоваться и признать его заслуги и достижения, чтобы в целом создать у сотрудника чувство удовлетворенности и радости от работы.

9. Для совершенствования системы мотивации и поддержания ее соответствия сложившимся условиям необходимо проводить мониторинг локального рынка зарплат и поддерживать их конкурентоспособность.

Хотя бы раз в год надо проводить анализ локального рынка зарплат. Желательно получить информацию об уровне зарплат конкурентов.

Зарплата должна быть конкурентоспособной, иначе можно лишиться в первую очередь ценных и дефицитных сотрудников.

10. При разработке системы мотивации необходимо использовать опыт персонала в проведении изменений.

При изменениях в системе оплаты или используемых методиках необходимо привлекать сотрудников, а в особенности руководителей, к участию в проекте и проведении изменений. В таком случае можно использовать потенциал руководителей, учесть их предложения, что будет способствовать повышению понимания сотрудниками/руководителями проводимых изменений.[3]

Таким образом, развитие конкурентоспособности персонала посредством его мотивации - это систематический процесс, направленный на улучшение ее функционирования в целом.

Система мотивации в условиях кризиса должна быть нацелена на то, чтобы предприятие имело в любой момент и на каждом участке необходимое количество квалифицированных и мотивированных работников, потенциал которых соответствовал бы требованиям, характерным для организации.

Эффективность управления организациями в условиях развития рыночных отношений во многом зависит от состояния и действенности систем мотивации и стимулирования их работников. В области социально-трудовых отношений изменения происходят наиболее остро. Это обусловлено тем, что менеджмент большинства предприятий основное внимание по-прежнему уделяет проблемам снижения издержек, максимизации прибыли. Иными словами, приоритет принадлежит целям производственного характера. Вместе с тем, управлению процессами консолидации трудовой деятельности персонала, обеспечению соответствия интересов и целей отдельных работников и предприятия в целом, формированию образцов нового организационного поведения, эффективных систем мотивации и стимулирования людей не уделяется должного внимания. Между тем, формирование и развитие эффективной мотивационной системы на предприятии позволит в значительной степени снизить уровень конфликтности в коллективе, гармонизировать отношения в системах "работник-работодатель" и "работник-работник", реально повысить уровень самоорганизации и самоуправления, а, следовательно, производительность и качество труда. Реализовать указанные цели можно путем формирования и поступательного совершенствования системы мотивации деятельности персонала предприятия, ориентированной на обеспечение высокого качества трудовой жизни людей.[4]

Грамотная мотивация персонала позволит добиться не только высокого уровня количественных показателей экономической эффективности деятельности предприятий, но и обеспечить постоянное соответствие уровня профессиональной компетенции кадров требованиям развития экономики.

Список литературы:

1. Кардашов В. Мотивация персонала: теория и практика: Об управлении персоналом на примере ОАО "Красцветмет", г. Красноярск // Человек и труд. - 2002.- № 10. - С. 80-83.
2. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика / Елена Ветлужских. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.- 133с.
3. Спивак, В. А. Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие / В. А. Спивак. – М.:

Эксмо, 2008. – 624 с.

4. Шаховская Л. С. Мотивация труда в переходной экономике: монография / Науч. Ред. С. А. Ленская. - Волгоград: Перемена.- 1995г.- 185с.

МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА КАК ФОРМЫ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕВИЖИМОСТИ

Цой М.Е., аспирант

Томский Политехнический Университет

E-mail: m_tsoy@mail.ru

Научный руководитель: Пушных В.А., к.т.н., доцент

Торговые центры постепенно становятся неотъемлемой частью жизни людей, приходя на смену советским универсам, рассеянным по городу магазинам. Конечно же, все торговые центры индивидуальны, и описать «типичный» торговый центр довольно сложно. Также сложно описать и «типичного» покупателя торгового центра: каждый центр построен в определенном районе, с определенным укладом, конкурентной средой, а, следовательно, рассчитан на вполне определенного покупателя.

Торговые центры стали неотъемлемой чертой многих стран, особенно США, Великобритании, ряда других западных стран, и находят все большее распространение в России.

Американский институт градостроительства трактует понятие торгового центра следующим образом: «Торговый центр — это группа коммерческих предприятий, спроектированных, построенных, эксплуатируемых и управляемых как единое целое; центр обслуживает запланированный контингент населения и обеспечивает автостоянку для посетителей».

Принципиальная схема организационной структуры объекта коммерческой недвижимости выстроена на принципе двухсторонних отношений владельца и управляющей компании (УК) и арендатора. Принципиальным отличием ТЦ от других форм коммерческой недвижимости является наличие покупателя как третьей стороны более сложных взаимоотношений. Следовательно, собственник и УК должны направлять свою деятельность также и для непосредственного потребителя, тем самым повышая экономическую привлекательность для арендаторов. Арендатор (магазин, отдел) со своей структурой менеджмента напрямую не связан с менеджментом ТЦ. Арендатор является автономной структурой по вопросам собственного функционирования. Менеджмент ТЦ направляет работу магазина только по вопросам, касающимся самого ТЦ.

Задачи, которые владелец ТЦ может поставить перед УК, довольно разноплановы – начиная от технического обеспечения жизнедеятельности объекта и заканчивая ведением отношений с арендаторами, вопросами управления финансовыми потоками, максимизации прибыли, увеличения капитализации объекта.

Эксперты выделяют два основных подхода к организации управления ТЦ в России:

1. Собственник осуществляет управление ТЦ самостоятельно путем создания специального департамента/подразделения или отдельной компании.

2. Собственник нанимает специализированную аутсорсинговую компанию.

В числе функций управляющей компании, которые сформулированы как результат высокого уровня развития рынка управленческих услуг в западных странах, выделяют Property Management, Facility Management и Asset Management.

- Property Management – управление объектом недвижимости с целью обеспечить получение владельцем объекта максимального дохода. К функциям property management относятся: административно-правовое управление объектом; ведение юридического и финансового документооборота; сдача объекта в аренду, включая определение стратегии, разработку маркетинговой программы; организация отношений с существующими арендаторами; регулирование вопросов страхования объекта; составление бюджетов операционных расходов; предоставление владельцу оперативных и финансовых отчетов и прочее. Property management – это управление внутренней жизнью торгового центра: контроль за торговым профилем, устранение проблем между арендаторами, работа с ними, ведение подписанных договоров, а также поиск новых сетевых операторов.

- Facility Management – обслуживание и эксплуатация объекта недвижимости. В спектр обязанностей facility management компании входит: техническое обслуживание инженерных систем здания; комплексная уборка внутренних помещений и прилегающей территории; взаимодействие с поставщиками коммунальных услуг, а также с представителями компаний-арендаторов по вопросам

ежедневной эксплуатации; обеспечение охраны и мероприятий по противопожарной безопасности; покрытие аварийных ситуаций и многое другое.

На сегодняшний день facility management является наиболее распространенным видом управленческих услуг, который собственники ТЦ в России отдают на аутсорсинг. К перечисленным функциям могут по необходимости добавляться дополнительные услуги, например, услуги секретаря на reception, организация питания и т.д.

Facility management – это управление, направленное на обеспечение и поддержание жизнедеятельности самого здания, техническая эксплуатация торгового центра. Вообще же именно качество эксплуатации определяет ценность объекта для арендаторов и его доходность в долгосрочной перспективе.

- Asset Management – управление активами собственника. Включает в себя стратегический план сохранения и увеличения стоимости объекта, прогнозирование, бюджетирование, управление финансовыми потоками. Данный вид управленческих услуг пока не востребован на отечественном рынке.

- Также УК может выполнять функцию building management – управление проектированием объекта, строительством, консультирование по выбору инженерных систем, разработка общей системы технической эксплуатации. Как правило, с данными вопросами справляется компания-застройщик.

Основные задачи менеджмента ТЦ делятся на две группы: стратегические и оперативные. Среди стратегических можно выделить следующие задачи: инфраструктура ТЦ, развитие матрицы арендаторов, концепция здания ТЦ (при расширении, перестройке), концепция рекламы, networking, анализ рынка и потребительского поведения, годовой отчет, юридические вопросы и т.д. Среди оперативных: управление системой матрицы арендаторов, Event marketing, система безопасности, техническое состояние здания, бухгалтерия и т.д.

Существует 4 важнейших фактора, обеспечивающих стабильный успех ТЦ. Прежде всего – это месторасположение. Этому «божеству» слагают поэмы и поют дифирамбы все, от аналитиков до девелоперов. Но не всегда, в силу обстоятельств, существует возможность реализовать проект на желаемом участке. Тем более, не всегда и необходимо. Привлекательное месторасположение можно создать с помощью качественной маркетинговой и архитектурной концепций, бренда. Концепция и является вторым фактором успешности. Третьим фактором успеха ТЦ выступает матрица (пул) арендаторов: то предложение товаров, услуг и развлечений, за чем, собственно, покупатель и приходит. Работа с нужными арендаторами на выгодных условиях наука трудоемкая и не в последнюю очередь зависит от способностей и качества менеджмента ТЦ. Это 4-й фактор успеха.

Список литературы:

1. Shopping Center Management. – International Council of Shopping Centers, 1999;
2. Alan A. Alexander, Richard F. Muhlebach. Shopping Center Management, 1992;
3. Борисова К.Н. Управляющая компания в ТЦ – «мастер на все руки» // Недвижимость. - 2007, №4;
4. Бубенцова П.М. Синергия созидания // Новости торговли. – 2006, №8;
5. Донцев С.А. Будни торговых центров // Новости торговли: Торговое Оборудование. – 2002, №5;
6. Канаян К.Р. О торговых комплексах и патриотизме // НТ: Торговое оборудование. – 2004, №1;
7. Кульц К., Матюшина Т. Девелопмент торговой недвижимости в России. – М.: Молл Паблишинг, 2007;
8. Олейник В.О., Угаров А.С. Создание уникального торгового центра. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.retail.ru/biblio/development08.asp>
9. Паршин В.Д. Структура арендаторов как важная составляющая успешной работы торгового центра // Новости торговли. – 2005, №9.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Чебан Д.П., студент ИЭФ

Томский политехнический университет

E-mail: dimaniztomska@sibmail.com

Научный руководитель: Михальченко Е.В., к.ф.н., доцент

Инновационный тип управления сегодня является наиболее эффективным. Он позволяет в процессе планирования, организации, мотивации и контроля максимально быстро, при минимальном

количестве затрат, достигать максимальный экономический, управленческий и социальный эффект, обеспечивая постоянное поступательное развитие муниципального образования и повышение уровня и качества жизни населения.

Инновационный тип управления характеризуется увеличением доли знаний как основного ресурса, а также рядом признаков, среди которых наиболее значимыми являются: сетевая организация, программно-целевой подход, стратегическое планирование и управление, поддержка инвестиционных проектов.

Сетевая организация характеризуется виртуальностью функционирования и развития и свидетельствует об определенном уровне использования знаний как ресурса развития муниципального образования.

Сетевую организацию можно определить как добровольную, временную, гибкую форму кооперации независимых партнеров, обладающих ключевыми компетенциями для наилучшего удовлетворения потребностей клиентов. Такая кооперация невозможна без масштабного информационного взаимодействия партнеров, более того – управление сетевой структурой в значительной мере есть управление информационными потоками внутри этой структуры, поскольку традиционные директивные методы в данном случае малоэффективны.

Таким образом, сетевая организация, с одной стороны, достаточно полно отвечает локальным особенностям муниципального управления. С другой стороны, она требует от органов местного самоуправления достижения достаточно высокого уровня управления. Основными признаками сетевого управления в муниципальном образовании являются: а) гибкая сетевая структура организации с ярко выраженным приоритетом горизонтальных связей, б) высокий профессионализм участников сети, значительная автономность их работы и узкая специализация; в) использование развитых информационных средств интеграции.

К инновационным методам развития муниципальных образований можно отнести также программно-целевой подход, который не только является одним из наиболее распространенных современных методов управленческой деятельности, но и прямо предусмотрен законодательством о местном самоуправлении. Так, ч. 1 ст. 17 Федерального закона № 131-ФЗ предусматривает, что в целях решения вопросов местного значения органы местного самоуправления поселений, муниципальных районов и городских округов принимают и организуют выполнение планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования.

Программа – это совокупность мероприятий, необходимых для решения научно-технических, социальных, социально-экономических и других проблем или каких-то их аспектов. Она может быть предплановым решением, а также конкретизировать определенный аспект плана. Для реализации программно-целевого подхода недостаточно сформулировать программу, важно организовать ее эффективное исполнение, осуществляя постоянный контроль и мониторинг, а при необходимости и корректировку.

К безусловным преимуществам данного подхода можно отнести, во-первых, ее направленность на достижение конкретных целей, определенных результатов; во-вторых, координированное выполнение многочисленных, взаимосвязанных действий; в-третьих, ограниченную протяженность во времени. Для того, чтобы обеспечить эффективность такой деятельности необходимо взаимодействие и одновременно четкое разделение ролей и ответственности. Важно при этом установление ответственности за принятие решений, эффективное распределение информации и гибкость в использовании ресурсов.

Еще одной характеристикой инновационного подхода к развитию муниципального образования является использование стратегического планирования и управления. Для того, чтобы добиться качественного повышения управленческой деятельности необходимо наряду с решением оперативных, тактических задач разработать стратегию развития муниципального образования. В стратегическом планировании важное место отводится анализу перспектив, выяснению тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции.

Стратегическое планирование и управление развития территории муниципального образования обеспечивает единство действий, осуществляемых на разных уровнях системы управления, и степень мобильности, отвечающую темпам изменений среды деятельности муниципального сообщества. Чтобы достичь такого единства, нужно сформировать систему представлений, обладающих двумя основными характеристиками: а) достаточно высокой степенью общности, необходимой для того, чтобы она могла непротиворечиво вместить в себя вопросы и представления, возникающие и работающие на различных уровнях управления, существующих в территориальной организации местного сообщества, с одной стороны, и представления об условиях и обстоятельствах, в которых происходит ее деятельность, с другой; б) возможностью превращать эти представления в понимание того, какие конкретные действия надо осуществлять на разных уровнях управления.

Стратегический план развития муниципального образования – управленческий документ, который

содержит взаимосвязанное изложение таких вопросов, как: 1) цели развития муниципального образования; 2) пути достижения поставленных целей; 3) потенциальные возможности муниципального образования, реализация которых позволяет достичь успехов; 4) методы организации движения по избранным направлениям; 5) ресурсы, необходимые для достижения поставленных целей; 6) способы использования ресурсов.

Такой план позволяет органам местного самоуправления, населению и другим организациям действовать совместно, предвидя и опережая основные изменения в структуре занятости, технологии производства и территориальной среды. Он создает новые инструменты, направляющие и стимулирующие развитие муниципального образования. Стратегический план – это документ не только местной администрации, но и всех других субъектов муниципальных правоотношений. Он представляет собой инструмент стратегического партнерства, механизм определения и осуществления эффективных стратегий во всех сферах жизни муниципального образования. Это работа по формированию представлений о смысле и назначении деятельности территориальной организации местного сообщества и превращению этих представлений в ориентиры, необходимые для осуществления конкретной управленческой работы по достижению социально значимых целей развития территории муниципального образования.

Завершая рассмотрение инновационных методов развития муниципального образования, следует обратить внимание на необходимость осуществления активной инвестиционной политики. Муниципальная поддержка приоритетных инвестиционных проектов, осуществляемых на территории муниципального образования, позволяет добиться решения ряда важных задач: повысить инвестиционную активность на территории муниципального образования, создать благоприятные условия для обеспечения защиты прав, интересов и имущества инвесторов, увеличить налогооблагаемую базу и сформировать новые источники налоговых платежей.

Для этого необходима четкая стратегия работы с инвесторами, базирующаяся на прозрачных и взаимовыгодных принципах сотрудничества, которые, в частности, должны обеспечить равный доступ всех заинтересованных лиц к инвестиционным ресурсам муниципального образования. При этом допустимы определенные протекционистские меры по отношению к наиболее важным для муниципального образования (приоритетным) проектам.

Чтобы инвестиции пошли в экономику муниципального образования и обернулись ощутимыми выгодами, местная администрация должна занимать активную позицию, ориентированную на поиск и привлечение инвесторов, на максимально выгодную «подачу» своего муниципального образования как потенциально привлекательного объекта капиталовложений. Первым шагом на этом пути может быть принятие представительным органом муниципального образования нормативного акта, регламентирующего порядок и условия поддержки инвестиционной деятельности со стороны местной администрации.

Данный акт, который условно можно назвать «Положение о муниципальной поддержке инвестиционной деятельности», устанавливает права и обязанности инвесторов, с одной стороны, и местной администрации – с другой стороны, содержит четко прописанный порядок и формы осуществления этой поддержки, а также перечень критериев, на основании которых поддержка предоставляется. В качестве основного критерия такой поддержки может быть приоритетность того проекта, которым достигается сохранение и создание рабочих мест, поддержание высокой занятости жителей муниципального образования, стимулирование занятости социально незащищенных слоев населения, расширение налогооблагаемой базы местного бюджета. Наряду с перечисленными критериями во внимание принимается стратегическая важность проекта для социально-экономического развития муниципального образования.

Инновационный подход может и становится решением наиболее насущных проблем существующих в управлении муниципальными образованиями. Он позволяет снижать издержки времени и финансирования выполнения определенных задач и планов. Способствует эффективной и скоординированной деятельности всех органов управления, а также нацелен на долгосрочную перспективу развития муниципального образования. В рамках которой разрабатываются планы развития а также сферы возможного привлечения инвестиций, что несомненно является наиболее важным фактором развития.

КАК МОТИВИРОВАТЬ ПЕРСОНАЛ?

Шеренговская Ю.Е., студентка;

Томский политехнический университет

E-mail: feel007@mail.ru

Научный руководитель: Косов В.Б., старший преподаватель.

Большая часть современных экономических теорий опирается на предположение о существовании *Homo economicus* (лат. – человек экономический), поведение которого рационально и характеризуется стремлением получить максимальную выгоду с наименьшими негативными последствиями.

С точки зрения экономического поведения можно выделить два типа личности – экономически активные и экономически пассивные. Первые ведут себя рационально, руководствуясь выгодой и расчетом (*homo economicus*). Вторые поступают по преимуществу иррационально. Экономическая выгода не является для них мотивом при принятии решений. Осознание того, какой тип личности доминирует в той или иной ситуации, позволяет понять удачу и неудачу в практическом применении экономических теорий.

В 1960 г. американский ученый Дуглас Мак - Грегор впервые сформулировал идеи об управлении в своем труде «Человеческая сторона предприятия». Он утверждал, что существуют два вида управления персоналом, основанные на теории «Х» и на теории «У». Теория «Х» гласит: средний человек не любит трудиться и по возможности избегает работы. Следовательно, менеджмент вынужден прибегать к жестким (тотальный контроль и система наказаний) и мягким (убеждение и поощрение) формам принуждения. Теория «У» гласит, что человека можно стимулировать на труд, если дать ему возможность полностью раскрыться, брать на себя ответственность, ощущать свою значимость для организации. К сожалению, в условиях современного индустриального общества интеллектуальный потенциал человека используется не полностью. Мак – Грегор утверждал, что в разных ситуациях действуют разные теории. В начале 90-х годов XX века возник интерес к теории управления «Z» Уильяма Оучи, основанной на «вовлеченности».

Авторы теорий X, Y, Z предполагают, что трудовой коллектив предприятия состоит из работников, которыми можно управлять либо средствами теории X, либо теории Y, либо теории Z. Но так как члены трудового коллектива предприятия включают в себя как экономически активных, так и экономически пассивных индивидов, то на каждом предприятии должна быть комбинация методов управлений, базирующихся на элементах этих трех теорий, которая называется «триадой методов управления» [см. рисунок].

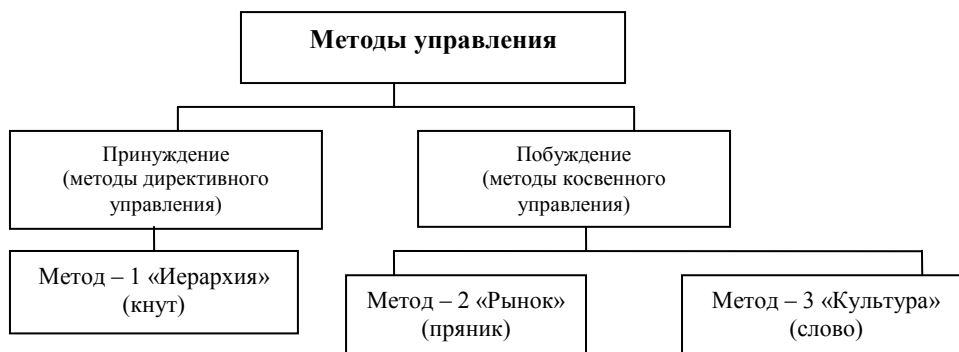


Рисунок. Классификация методов управления.

Существующие методы управления можно условно назвать «иерархия», «рынок», «культура». Иерархия («кнут») – это методы директивного управления (принцип единоначалия, контроль исполнительской дисциплины, инструкции и т.д.). Рынок («пряник») – это системы материального стимулирования, включающие коллективные формы организации и оплаты труда. Культура («слово») – совокупность традиций, неформальных норм, включающая элементы фирменного патриотизма, фирменный стиль, методы внутрипроизводственных конкурсов и состязаний и другие методы немонетарной мотивации. Нельзя противопоставлять один метод управления другому. Однако, если методы директивного управления традиционно развиты на наших предприятиях, как и методы материального стимулирования, то методы идеологического воздействия на человека зачастую используются стихийно, непоследовательно или им вообще не уделяется внимание.

Между тем опыт лучших мировых и российских компаний говорит о том, что их успехи во многом определяются высокой корпоративной культурой – системой представлений, взглядов, идей, образцов поведения, основополагающих ценностей, которые разделяются всеми членами коллектива компании.

Элементы принуждения («иерархия») должны применяться на предприятии при любых методах побуждения работников. Если на предприятии нет строгого порядка, нет дисциплины и регламентов то работник любого типа склонен избегать работы.

Применение тех или иных методов косвенного управления зависит от категории работников. Экономически активные хорошо откликаются на «пряник». Считается, что материальное вознаграждение может вызвать трудовой энтузиазм. Но данная категория работников не составляет большинства трудового коллектива ни на одном из отечественных предприятий.

Экономически пассивные работники руководствуются немонетарными стимулами, деньги для них имеют второстепенное значение. Эти люди не откажутся от дополнительных денежных выплат, но работать больше при этом не станут. Что же может их заставить интенсивно трудиться? Как показывает опыт, для таких людей чрезвычайно важно мнение коллектива. Управлять ими можно только косвенно, создав обстановку, в которой плохо работать «не принято». Здесь требуется создание особой культурной среды – корпоративной культуры, которая побуждала бы к производительному труду!

Для определения значения методов корпоративной культуры в целях повышения эффективности управления необходимо знать соотношение между экономически активными и пассивными работниками на предприятии.

Классификация работников по типам личности выделяет следующие типы:

«Трудоголик» - ценит в работе ее содержание, возможность проявить себя и доказать, что он может справиться с трудным заданием, не посильным каждому. Его лозунг: «Счастье в труде». Для «экономически активного работника» работа не является значимой ценностью и рассматривается только как источник заработка и других благ, получаемых в качестве вознаграждения за труд. Но это должен быть именно заработок, а не «подачка» начальника. Его лозунг: «Счастье в зарплате» (плати больше – сделаю больше). «Экономически пассивный работник» может демонстрировать высокую производительность труда исключительно по высоким моральным, религиозным, идеологическим соображениям, а также когда ощущает себя нужным для организации. Он более всего ценит общественное признание, выраженное скорее в моральных, нежели в материальных знаках и оценках, при отсутствии которых работает «спустя рукава», без энтузиазма и инициативы. Лозунг: «Не в деньгах счастье» (плати больше – сделаю столько же). «Люмпенизированный работник» обладает слабой мотивацией к эффективной работе, имеет низкую квалификацию и не стремится ее повышать. Он безответствен и старается избежать любой работы, связанной с личной ответственностью. Сам не проявляет никакой активности и негативно относится к активности других. Его основное стремление – минимизировать трудовые усилия на уровне, допустимом со стороны непосредственного руководителя. Как работник ценится невысоко, согласен на достаточно низкую оплату. Ориентируясь на благосклонность руководителя, требует постоянной заботы о себе и своих нуждах. Лозунг: «Счастье в халяве» (всех денег не заработаешь).

С 2001 г. по 2007 г. на 11 сибирских предприятиях в рамках управленческого консультирования по вопросам корпоративной культуры проводилось исследование структуры типов работников. Целью опроса было определить удельный вес работников, которыми можно управлять методами корпоративной культуры. По собранным данным предполагалось сделать вывод о масштабах повышения эффективности управления промышленными предприятиями России за счет внедрения на этих предприятиях особой культурной среды. В обследовании участвовали руководители высшего звена – генеральные директора и их заместители, а также руководители среднего звена – начальники структурных подразделений предприятий. Уровень компетенции опрашиваемых респондентов был достаточно высок.

Результаты опроса показали, что, по мнению респондентов, соотношение экономических активистов (включая в их число «трудоголиков») и экономических пессимистов (включая «люмпенов») на отечественных предприятиях в настоящее время приблизительно одинаков (53% и 47% соответственно). Причем оценки удельного веса «экономических активистов» и «пессимистов» колеблются в значительно меньшем диапазоне, т.е. они более устойчивы и объективны, нежели оценки удельного веса «трудоголиков» и «люмпенов». Это указывает на то, что респондентам более понятно побуждение работников к труду с помощью материальных и моральных стимулов, нежели интересом к профессии («трудоголики») или ничем не побуждаемых к труду («люмпены»).

Эти результаты позволяют сделать несколько важных выводов. Внедрение на предприятии корпоративной культуры может повысить производительность труда половины работников любого предприятия. При этом видно, что менеджеры предприятий склонны развивать материальные стимулы, что объясняется, видимо, более привычными для них стереотипами управления. Попытки или планы менеджеров повысить производительность труда на предприятии с помощью только материальных методов побуждения во многих случаях обречены на неудачу. Зачастую требуется просто укрепить

порядок (применить метод принуждения с использованием принципа «иерархии»). Что же касается методов побуждения, то предпочтение следует отдавать методам корпоративной культуры, так как основные резервы управления лежат именно в сфере немонетарного побуждения работников. Необходимо овладеть методикой разработки и внедрения корпоративной культуры, что является для многих менеджеров, к сожалению, трудоемким и незнакомым делом. Тем, кто движется в этом направлении, становятся доступными новые возможности по вовлечению больших резервов повышения эффективности управления на уровне промышленного предприятия.

Надо добавить, что для активного, инициативного и думающего менеджера представляет огромный интерес сам процесс «выращивания» на предприятии корпоративной культуры. При выполнении такого проекта наблюдается рост энтузиазма в среде руководителей, специалистов, преданных своему делу рабочих.

Список литературы:

- 1) «Российский экономический журнал», 2007 г., Директорский форум. Колобова Е.А. Пирогов В.И., Волкова Л.В. Как мотивировать персонал?

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Щеглова Т. В., магистрант

Томский политехнический университет

E-mail: Moonka @ sibmail. com

Научный руководитель: Могильницкая Г. О., д.э.н., доцент.

Высшие учебные заведения действуют в непрерывно развивающейся конкурентной среде. Усиление конкуренции связано с недостаточной сформированностью рынка труда и инвестиционных ресурсов образовательной деятельности. Конкурентоспособность вуза – это его способность удовлетворять имеющиеся и предполагаемые требования потребителей, изучение которых должно стать приоритетным направлением его деятельности. Качество образования на современном этапе выступает главным конкурентным преимуществом учебных заведений наряду с ценой и включает востребованность выпускников учебного заведения, их служебную карьеру, оценку с точки зрения работодателей, связи "вуз – производство", отсутствие/наличие рекламаций. Качество образования связано с общим развитием и улучшением научного, образовательного, производственного потенциала вуза, особое внимание должно уделяться формированию инновационной среды образовательных процессов с целью создания образовательных услуг с новым конкурентоспособным качеством.

Обеспечить успех в конкурентной борьбе на рынке качественных образовательных услуг в соответствии с критериями закона «Об образовании» и требованиями рынка может только создание и освоение эффективной системы управления образовательными учреждениями.

Как показывает зарубежный и отечественный опыт, наиболее эффективными методами создания систем менеджмента качества в вузах являются стандарты ISO серии 9000 (9001, 9004) «Управление качеством продукции и услуг» и принципы TQM (Total Quality Management). Созданная по этим стандартам и принципам модель управления основана на более глубоком анализе деятельности вуза, как производителя продукции и услуг. Концепция TQM позволяет четко сформулировать миссию и стратегические цели, которые формулируются в результате системных всесторонних исследований. Тотальное управление качеством предполагает также использование процессного подхода к деятельности вузов, что делает возможным применение эффективных инструментов управления.

Модель управления, основанная на требованиях международных стандартов качества ISO 9001:2001, предполагает установление заинтересованных сторон, выявление их требований к качеству продукции, создание системы непрерывного совершенствования деятельности. Данная модель базируется на основополагающих принципах менеджмента качества, в том числе процессном подходе. В отличие от модели TQM в данной модели основным инструментарием менеджмента становится документированная система управления, ориентированная на качество.

В соответствии с задачами образовательной политики руководители образовательных учреждений определяют политику в области качества результатов деятельности, структурное построение образовательного учреждения, обязанности и ответственность руководителей подразделений по достижению поставленных целей и вовлечение всего персонала образовательного учреждения в процессы обеспечения качества результатов деятельности. Это обеспечивается созданием Группы

обеспечения качества образования и документированностью всех этапов и процессов, обеспечивающих достижение поставленных целей по каждому объекту управления. Составной частью системы управления образовательным учреждением являются периодическая внутренняя проверка системы управления на ее соответствие требованиям ISO серии 9001 и постоянная учеба персонала образовательного учреждения на рабочих местах.

При создании системы управления образовательным учреждением на основе ISO серии 9001 обеспечивается, с одной стороны, качество образовательного учреждения как организации и, с другой стороны, качество результатов ее деятельности. Это предполагает создание соответствующих корректных отношений с внешней средой и обеспечение необходимого уровня качества персонала, учебных программ и средств обучения абитуриентов, слушателей всех форм обучения и инфраструктуры образовательного учреждения (материально-технической, социально-бытовой, информационной).

Опыт создания таких систем управления имеется в ряде российских вузов - Московском институте стали и сплавов (МИСиС), Московском технологическом университете "СТАНКИН", Московском экономико-статистическом институте, Томском политехническом университете, Ивановском энергетическом институте, Новосибирском техническом университете, Новосибирской государственной академии водного транспорта и др.

Фактом, подтверждающим освоение образовательным учреждением системы управления, гарантирующей качество подготовки слушателей, является ее сертификация в независимом органе по сертификации систем качества. Руководители образовательных учреждений стремятся к сертификации систем управления образовательными учреждениями в авторитетных органах по сертификации, специализирующихся на сертификации систем управления вузами.

Тенденции глобализации мировой экономики и внешнеэкономической деятельности, интеграции России в мировое хозяйство, вступление страны во Всемирную торговую организацию и региональные экономические союзы требуют изменения отношения к подготовке слушателей высших учебных заведений. Поэтому перед системой высшего профессионального образования встала задача международного признания качества российского образования.

Сегодня любой российский вуз, внедряющий систему менеджмента качества, сталкивается с такими реальными проблемами как: неприятие профессорско-преподавательским составом новых принципов управления; отсутствие квалифицированных менеджеров на среднем уровне управления университетов; отсутствие необходимых методических пособий и рекомендаций по внедрению принципов менеджмента качества в образовательных учреждениях; недостаточная связь с практикой связи с предприятиями промышленности и как результат ведение образовательной деятельности в отрыве от потребностей сегодняшнего дня.

Наиболее удобен в применении в вузе стандарт ISO 9001:2001, регулирующий деятельность бизнес - систем при выходе на внешний рынок и образование прямых коммерческих и образовательных связей. При этом достаточно легко решаются следующие задачи:

- разработка общего алгоритма проектирования и внедрения системы менеджмента качества вуза;
- проведение исследования основных рабочих процессов вуза, их основных закономерностей и взаимосвязей, определяющих качество образовательной деятельности в высшей школе;
- определение показателей, характеризующих качество образовательного процесса и его результатов, методы их измерения;
- провести анализ и адаптацию требований и рекомендаций стандарта ISO 9001:2001 применительно к специфике управления качеством в вузе;
- разработка базовой структуры системы менеджмента качества вуза, включая организационную структуру и структуру документации системы менеджмента качества вуза;
- разработка требований к построению и содержанию Руководства по качеству вуза, документированных процедур основных рабочих процессов и другой документации системы менеджмента качества вуза;
- разработка модели и методики самооценки деятельности вузов с позиций менеджмента качества и провести ее апробацию.

Работы в указанном направлении будут наиболее эффективными, если первоначально провести всестороннюю самооценку собственной структуры управления, используемых методов управления и основных процессов, влияющих на эффективность деятельности образовательного учреждения. Основной целью проведения самооценки является получение всесторонней информации о деятельности вуза с целью выработки плана мероприятий по созданию системы менеджмента качества, а также выявление потенциала для улучшения и проведения первоочередных корректирующих действий на основе установления критериев качества образовательных услуг для всех типов образовательных учреждений России.

Выполнение всего вышеперечисленного комплекса работ требует масштабных исследований, учитывающих международный и российский опыт создания системы менеджмента качества в вузах.

Список литературы:

1. Егоршин А.П. Менеджмент, маркетинг и экономика образования: Учебное пособие.- 2-е издание/ – Н. Новгород: НИМБ, 2004. с.43
2. Система менеджмента качества в техническом вузе: Опыт Новосибирского государственного технического университета. Конференция ЮНЕСКО. // А.С. Востриков, Н. В. Пустовой, Ю. А. Афанасьев // Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 2. – С. 78-85.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ. ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Юдина К.В., студент

Томский политехнический университет

E-mail: yudinak@gmail.com

Научный руководитель: Минина Н.Н., ст.преп.

Главной тенденцией в мировой экономике на сегодняшний день является глобализация. Актуальность данной темы не вызывает сомнений: сегодня ведется создание и развитие межгосударственных союзов, почти все страны вовлечены в процесс международной миграции. Данные тенденции влекут за собой сближение деловых культур. Но там, где существуют различия жизненных установок, непременно возникают разногласия. Порой незнание культуры другой страны может привести к серьезным отрицательным последствиям не только отдельных личностей, но и целых государств. Поэтому важной задачей современного менеджмента является создание такой системы образования, которая будет учитывать культурные особенности разных стран, что поможет будущим менеджерам наиболее эффективно вести деловые переговоры на межнациональном уровне.

Вполне закономерным стало появление около 20 лет назад нового термина «межкультурный менеджмент». Задача межкультурного менеджмента – обучить, проконсультировать, пояснить и передать людям схемы поведения, которые помогут им лучше понимать чужую культуру. [1]

Современные тенденции непосредственным образом влияют на специфику образования, поэтому каждый менеджер сегодня обязан обладать набором определенных качеств: это не только профессиональные знания, но и, что очень важно, межкультурная компетентность. Это способность успешно общаться с людьми других культур. Межкультурно компетентной является личность, которая охватывает и понимает специфические программы восприятия, мышления и действия людей из чуждых ей культур. [2] Несомненно, введение в учебный план дисциплин, находящихся на стыке международного менеджмента, культурологии и межкультурной коммуникации и знакомящих студентов с культурами разных стран, поможет предотвратить множество конфликтов и непониманий, возникающих в процессе международных переговоров. Эффективность международного сотрудничества возрастет, но повысится возможность развития относительно недавно появившегося понятия «транскulturность».

Сложно дать явлению транскulturности однозначную оценку. В отличие от многокультурия, настаивающего на принадлежности индивида к «своей» биологически предзаданной «природной» культуре («черной», «женской», «молодежной» и т.д.), транскulturа предполагает диффузию исходных культурных идентичностей по мере того, как индивиды пересекают границы разных культур и ассимилируются в них. Транскulturа - это состояние виртуальной принадлежности одного индивида многим культурам. [3] Приверженцы транскulturности часто приводят пример Мераба Мамардашвили, заметившего: «Каждая культура самоценна. Надо людям дать жить внутри своей культуры. ...А меня спросили?... Может быть, я как раз задыхаюсь внутри этой вполне своеобразной, сложной и развитой культуры?» [4] Данное явление, прогрессируя и развиваясь, может вызвать отчуждение человека от собственной культуры. Это может привести к слиянию всех культур воедино, утере самобытности современных культур, имеющих многовековую основу, которую ни в коем разе нельзя разрушать ради соединения с другими культурами. Несомненно, в современных условиях необходимо развивать в себе толерантность по отношению к другим культурам, религиям. Проникая глубоко в чужую культуру, можно понять предпосылки поведения человека в той или иной ситуации. Но сочувствие, осведомленность о других этнических и религиозных особенностях не должно отодвигать на второй план осознание самобытности, уникальности, ценности собственной культуры.

Довольно непросто прийти к компромиссу в данном отношении: с одной стороны принимать во внимание особенности чужой культуры, не доводить ситуацию до конфликта, а с другой – не поддаваться влиянию партнера из другой страны. В этой связи можно выделить два важных аспекта, учитывая которые проводимые международные переговоры могут стать более успешными. Это знание стереотипов

о культурах разных стран и умение правильно их применять на практике, а также правила проведения так называемых «smalltalks».

Понятие «smalltalk» означает разговор, возникший случайно, спонтанно, на отвлеченные темы. В современных переговорах он служит своеобразным переходом к основной теме встречи. От того, как пройдет smalltalk, зависит эффективность переговоров в целом. В разных странах существуют разные неписанные правила поведения во время smalltalk. Страны можно разделить на три группы в зависимости от того, какую дистанцию принято соблюдать между собеседниками в процессе разговора, встречи. Темы smalltalk также различны. [6] Но не следует воспринимать данные рекомендации как абсолютную истину. Данные обобщения не применимы к каждому человеку в отдельности. Стоит учитывать данную группировку при проведении переговоров, но также уметь ориентироваться по ситуации, чувствовать расположение партнеров.

К первой группе относятся страны, в которых дистанция между собеседниками очень невелика. Это такие страны, как Испания, Италия, Греция, Турция, Индия и другие. В разговорах с представителями данных государств желательно задавать более общие вопросы, а не обращаться к конкретным цифрам, фактам. Если собеседник хочет услышать результаты статистики, а не личное мнение, к примеру, испанца или итальянца, они могут воспринять это как недоверие. В переговорах с представителями данных стран можно активно подключать жесты, говорить комплименты.

Вторую группу стран образуют Франция, США, Россия, Китай и прочие. Эти страны отличаются как от других двух групп, так и имеют существенные различия между собой. К примеру, для американца не является запретом говорить о своем доходе, но темы политики – относительное табу. В бизнесе нет разделения на мужчин и женщин: здесь у всех равные права и обязанности. Комплименты же лучше выражать по поводу интеллектуальных способностей собеседника, нежели его внешнего вида. Русский же человек очень охотно высказывается о политике, часто очень эмоционально выражая недовольство или одобрение.

В отличие от стран, где расстояние между собеседниками совсем невелико, в третьей группе стран принято при разговоре стоять друг от друга на расстоянии вытянутых рук. Вопросы на тему личной жизни и семьи партнера задавать не следует. Если оба собеседника были свидетелями какой-либо ситуации, лучше обсудить ее. Также, например, в Германии все встречи, частные и деловые, начинаются с рукопожатия. Это относится не только к мужчинам, как принято в России, но и к женщинам, и даже молодым людям. Степень интенсивности рукопожатия также играет важную роль. Мягкое рукопожатие говорит о гибкости, мягкости характера человека. Напротив, сильное рукопожатие является символом сильной, серьезной личности. Чересчур сильное проявление силы при рукопожатии может произвести негативное впечатление человека, желающего подчинить себе собеседника.

Важную роль в коммуникации (как личной, так и деловой) играют стереотипы. Представление о том, что немцы практичны, любят экономить, американцы много улыбаются, а Китай – это, прежде всего, чайные церемонии, – яркий пример этнокультурных стереотипов. На их основе часто возникают анекдоты о национальном характере. Различают автостереотипы и гетеростереотипы.

В случае автостереотипов народ выражает представления о самом себе. Часто люди, сравнивая свой народ с другим, превозносят себя, свои этнокультурные черты.

Гетеростереотип – это представление о народе со стороны. Эти стереотипы играют ключевую роль в отношениях между представителями разных государств. Случается, что во время переговоров представитель одной страны не обращает на стереотипы внимания вообще или же уделяет им чересчур много внимания. И то, и другое может привести к непониманию участников переговоров. Конечно, нужно очень внимательно относиться к данному вопросу в процессе общения с представителем другого государства: не каждый стереотип может совпасть с действительностью. Здесь и нужно проявить межкультурную компетентность менеджера: почувствовать настроение собеседника, его предпочтения, открыто спрашивать, все ли его устраивает.

К встречам с иностранными партнерами нужно всегда хорошо подготовиться заранее: изучать культуру, табу и обычаи чужой страны. Но самое главное, конечно, человек узнаёт непосредственно на переговорах: определяет, какие стереотипы соответствуют действительности, а какие безосновательны. Важно вырабатывать в себе толерантность, которая является основой межкультурной компетенции. Это позволит упрочнить отношения с партнерами из других государств, а совместный бизнес станет эффективным.

Список литературы:

1. «The well», ноябрь 2005
2. <http://ru.wikipedia.org>
3. Эпштейн М. Говорить на языке всех культур// "Наука и жизнь", 1990, №1, с. 100-103
4. Мамардашвили М. Другое небо// Как я понимаю философию. М., Культура, 1992, с. 335, 337
5. Пушных В.А., Ерёмченко М.С. Межкультурный менеджмент: учебное пособие. – Томск: Издательство

ТПУ, 2007. – 171 с.

6. Vera F. Birkenbihl, Signale des Körpers, Moderne Verlagsgesellschaft, München 1995

7. Anton Stangl. Die Sprache des Körpers, Econ Verlag, Düsseldorf, 1992

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

Яркова И.А., студентка ИЭФ

Томский политехнический университет

E-mail: irayarkaya@mail.ru

Научный руководитель: Михальченко Е.В., к.ф.н., доцент

Социально-культурная сфера, характеризующаяся высоким уровнем индивидуализации обслуживания и взаимодействием потребителя с производителем, имеет свои особенности при управлении персоналом, что обуславливает его высокую роль и значение. Производство услуги находится в непосредственной связи с потребностями и желаниями клиента и определяет его отношения с работниками данной сферы не только как экономические, но и как социальные и даже межличностные. Такое взаимодействие с потребителем требует особого управленческого подхода к персоналу организации, разработка которого зависит от уровня индивидуализации предоставляемых услуг и степени присутствия материальной составляющей в них. Эти аспекты являются ключевыми при обеспечении качества услуг предприятия.

Именно степень «нематериальности» сервиса определяет важность работы персонала в формировании удовлетворенности потребителя. По мере увеличения присутствия и значимости нематериальной составляющей услуги, растет необходимость обучения персонала или рекрутирования квалифицированных кадров, создания приверженности персонала предоставлению качественных услуг и необходимость предоставления больших полномочий, большей свободы действий персонала в работе с клиентом - растет важность качественной работы персонала.

В конкурентной борьбе преимуществами для компании являются применение персонориентированных технологий, бурное развитие и распространение технологии Public Relations, имиджевые факторы. Главным объектом управления в обслуживающей сфере становится коллектив, персонал, совокупность социально-экономических, правовых, нравственных и других отношений, возникающих между людьми в процессе производства и обращения сервисного продукта.

Сфера услуг обладает рядом отличительных черт, которые оказывают прямое воздействие на разработку системы управления персоналом. Во-первых, как уже отмечалось, в процессе обслуживания между производителем и потребителем, кроме экономических отношений (процессы рыночного обмена), возникают социокультурные взаимодействия, которые возможны в разнообразных контактных зонах. Во-вторых, требование персонификации обслуживания обуславливает его индивидуализацию, то есть сотрудники должны быть осведомлены о потребностях клиента и уметь самостоятельно принимать решения при возникновении проблем. В-третьих, степень взаимозаменяемости обслуживающего персонала достаточно высока, что подтверждает уровень квалификации каждого из работников и обеспечивает качество исполнения услуги. В-четвертых, удовлетворение потребителя, как результат деятельности предприятия данной сферы, дает субъективную оценку качества и полноты услуги.

Все это формирует особые требования к обслуживающему персоналу, а именно: высокий уровень его образования, культуры, профессиональную подготовку, важность хорошей психолого-социологической квалификации. В социально-культурной сфере помимо основных направлений организации бизнеса, таких как: непрерывный рост и углубление специализации производства, контроль всех видов деятельности, четкое выполнение кадрами управления указаний сверху, - большое внимание уделяется системе ценностей и норм, корпоративной культуре и фирменному стилю, формированию и продвижению репутации фирмы и ее лиц. Поэтому работа и поведение каждого отдельного сотрудника нормируются и прописываются. Это обуславливает необходимость наличия высококвалифицированного персонала, который обладает как профессиональной и социально-психологической подготовкой, так и необходимыми личными качествами, такими как:

- высокий уровень творчества;
- способность выполнять огромное количество разнообразных задач;
- высокий уровень коммуникативных способностей (умение за короткий период устанавливать диалоговый контакт с потенциальным потребителем);
- способность к экспресс-диагностике на основе природной наблюдательности и специальных

навыков;

- стремление к обновлению, совершенствованию и самоорганизации;
- умение вести себя профессионально в конфликте;
- гарантированное высокое качество обслуживания в любое время суток.

В сфере услуг в вопросах управления персоналом на первый план выходит гибкость системы управления и способности человека (человеческий фактор). При достижении задач и целей предприятия учитывается личность работника, формируются соответствующие ему стимулы. Организация высоко мотивирует сотрудников в целях достижения максимально эффективного результата, которого можно добиться, только если каждый работник заинтересован в результатах труда и ориентирован на достижение цели всей организации.

В деятельности сферы услуг немаловажной особенностью является то, что потребитель сам принимает участие в производстве услуги. Это позволяет воздействовать не только на работника, но и на самого клиента, по отношению к которому применяются более сглаженные приемы влияния, но при этом не менее значимые. Так, используя организационно-административные методы управления, производитель будет работать под четкими административными указаниями и нормами, в то время как потребитель будет придерживаться стандартов поведения, принятых в организации, использовать различные консультации. Экономические методы стимулируют сотрудников, при этом регулируют и потребительское поведение посредством разработки ценовой политики и приемов поощрения клиентов. Более глубокое воздействие оказывают социально-психологические и психологические методы: у персонала они стимулируют творческий труд, повышают уровень самостоятельности, дают возможность повысить квалификацию, учитывая тип характера; у клиента – повышают потребительское поведение (внушение, убеждение, подражание, вовлечение, принуждение, акции PR, участие в ярмарках, выставках, профессиональных смотрах и конкурсах) и улучшают эмоциональное состояние (использование воздействия цвета, музыки, приятных запахов, форменной одежды персонала).

Влияние на поведение каждым из этих методов может быть прямым (указ, приказ), косвенным (через мотивацию и стимулирование) или выступать системой ценностей (через образование и воспитание). В социально-культурной сфере при управлении учитывается не только прямое, но и косвенное воздействие.

К примеру, при организационно-административном методе прямое воздействие может привести к усилению пассивности подчиненных, а иногда к скрытому неповиновению, поэтому наиболее эффективны косвенные методы, которые реализуются с помощью постановки задачи и создания стимулирующих условий. К косвенному воздействию можно отнести предоставление сотрудникам право участия в принятии решений; вовлечение их в процесс коллективного творчества, консультирование по специальным вопросам; делегирование прав и ответственности. В результате использования экономических методов формируется эффективное материальное стимулирование посредством системы отношений, учитывающей интересы коллектива и отдельных работников. Административные решения побуждают исполнителей к подготовке и выбору альтернативных решений. В практике управления административные и экономические методы дополняют друг друга.

Использование социально-психологических методов формирует коллектив с едиными целями и задачами, превращают административное задание в осознанный долг, внутреннюю потребность человека. Основные формы воздействия в данном случае: планирование социального развития трудовых коллективов, убеждение как метод воспитания и формирования личности, экономическое соревнование, критика и самокритика, постоянно действующие производственные совещания, корпоративные традиции.

Кроме применения данных методов в сфере сервиса необходимо постоянно совершенствовать систему стимулов, обеспечивающую интересы каждого сотрудника и организации в целом. Важно создание системы карьерного роста, которая обеспечивает и более высокую заработную плату (экономический мотив), интересную содержательную работу (организационный мотив), а также отражает признание авторитета личности (моральный мотив).

Неразрывность потребления и производства услуги и высокий уровень ее индивидуализации являются в социально-культурной сфере основным звеном при разработке системы управления персоналом, объектом которого выступает человек. Основным ресурсом предприятия сферы услуг выступают знания, профессиональные навыки и личностные качества работников, что требует эффективного отбора, обучения и мотивации персонала, контактирующего с клиентами. Именно все это формирует поведение персонала и определяет конечный результат деятельности фирмы.

Список литературы:

1. Донскова Л.И. Комплексный подход к управлению персоналом и его стимулированию в сервисной деятельности // Менеджмент в России и за рубежом, 2008, № 3, с. 119 – 123.
2. Смирнова Е.Т. Психология сервиса – новые знания для персонала // Управление персоналом, 2003,

№ 10, с. 50-52.

3. Чернышев Б.Н. управление персоналом в сервисных организациях // Управление персоналом, 2003, № 12, с. 68-71.

4. www.4Service.com.ua