

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
Экономический факультет
Кафедра менеджмента
ВСЕРОССИЙСКИЙ ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ И ТЕХНИЧЕСКОЙ
ИНФОРМАЦИИ РАН (ВИНИТИ РАН)
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА
АНО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ УПРАВЛЯЮЩИХ»

**СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Материалы
V Всероссийской заочной
научно-практической конференции**

Москва, РУДН, 27 марта 2016 г.

Москва
Российский университет дружбы народов
2016

УДК 351.7:316.3(063)
ББК 65.050
С69

Утверждено
РИС Ученого совета
Российского университета
дружбы народов

Члены редакционной коллегии:

*А.З. Гусов, Т.В. Кияцук, А.А. Кияцук, Т.В. Комарова, М.Ф. Мизинцева,
А.П. Пахомов, А.Р. Сардарян, В.В. Хожемпо, В.А. Чернова, Т.Н. Якубова*

**С69 Социально ориентированное управление в условиях
глобализации** : материалы V Всероссийской заочной на-
учно-практической конференции. Москва, РУДН, 27 марта
2016 г. – Москва : РУДН, 2016. – 268 с. : ил.

В сборник материалов конференции включены статьи и тезисы, подготовленные представителями научной общественности, преподавателями вузов, студентами и аспирантами.

Издание предназначено для студентов, аспирантов, молодых ученых экономических специальностей, преподавателей вузов, руководителей компаний и всех интересующихся вопросами менеджмента и социально ориентированного управления.

УДК 351.7:316.3(063)
ББК 65.050

ISBN 978-5-209-07064-1

© Коллектив авторов, 2016
© Российский университет дружбы народов,
Издательство, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
Акопян А.М., Гусов А.З. РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА АРМЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ	9
Аканву Э., Княщук Т. В. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА МОТИВАЦИЮ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ	14
Амирханян В.А., Хожемпо В.В. МЕСТО И РОЛЬ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ	21
Байгурсунов А.А., Гусов А.З. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПРИНЦИПЫ	30
Болов Х.А. СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ HR-БРЕНДА КАК ЕГО КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО	39
Буравов С.В. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ	43
Вергара Сурита Э.Х. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КОМЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ ЭКВАДОРА КАК ЧАСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СТРАНЫ	49

Вергара Сурита Э.Х. МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СТРАНЫ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	53
Гао Ф. ТРАДИЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ОЦЕНКЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КИТАЯ.....	63
Гао Ф. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА.....	71
Гербина Т.В. РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....	78
Гусов А.З., Гули Й.Э. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ КАК ФАКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СТРАН АФРИКИ.....	82
Дараган Д.Э. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	93
Кайбылдаева Ч.З. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗЕРВЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ В ЕАЭС.....	102
Кетов А.А., Киящук Т.В., Киящук А.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТНК «RENAULT NISSAN».....	110
Комарова Т.В. РОЛЬ ЧАСТНЫХ АККРЕДИТАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ..	123

Курганбаева А.А., Чернова В.А. МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА СТРАНЫ ОРГАНИЗАТОРА НА ПРИМЕРЕ «ЭКСПО-2017. ЭНЕРГИЯ БУДУЩЕГО».....	130
Леванова Л.Н. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ВЫСШЕГО ЗВЕНА.....	138
Марашдех О. Б. ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИОРДАНИИ.....	147
Мизинцева М.Ф., Комарова Т.В. ПРОЦЕДУРА ПОДГОТОВКИ ОТЧЕТА ПО САМООБСЛЕДОВАНИЮ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ ПРОЦЕДУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АККРЕДИТАЦИИ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ.....	154
Мизинцева М.Ф., Гербина Т.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕГИОНА.....	160
Могильный Н.К. ГЛОБАЛЬНАЯ ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКА И ПРОБЛЕМА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ..	164
Пахомов А.П. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЯ НАЛИЧИЯ «СТЕКЛЯННОГО ПОТОЛКА» ДЛЯ ЖЕНЩИН-МЕНЕДЖЕРОВ.....	166
Пахомов А.П. ГЕНДЕРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СОЦИОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА.....	172
Пахомов А.П. МИЛТОН ФРИДМАН ПРОТИВ КСО.....	183

Петроченко А. А. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В КРОССКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ)...	191
Попов Д.Д., Яшина М.Г., Киящук Т.В. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	198
Прищепа А.И. Прищепа Л.И. НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРАНСПОРТНО - ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ.....	203
Селим М., Хожемпо В.В. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА ЕГИПТА.....	212
Смирнов А.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА.....	224
Цорионова А.А., Полгар Д. РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО АСПЕКТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ В АВИАПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	234
Черкасов А.В. ДУХОВНО-НРАВСТВЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	243
Чавыкина М.А. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАН.....	256
Ян К. РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕНЕДЖЕРОВ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	261

ПРЕДИСЛОВИЕ

Уважаемые читатели нашего сборника!

Сегодня мы, организаторы и участники ежегодной научно-практической конференции «Социально ориентированное управление в условиях глобализации», проводимой кафедрой менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов уже в пятый раз, рады представить Вам результаты нашего коллективного творчества.

Нынешняя конференция несёт на себе отпечаток двойного юбилея. Она не только отмечает свой первый юбилей, демонстрирует популярность среди научной общественности и актуальность обсуждаемых в её рамках проблем, но и проходит в год 20-летнего юбилея самой кафедры менеджмента. Авторами нашего юбилейного сборника традиционно стали не только представители России, но и стран СНГ, Дальнего Зарубежья: Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Иордании, Китая, Египта, Эквадора и других стран.

Статьи наших авторов посвящены теоретическим и практическим вопросам внедрения инструментов социально ориентированного управления в российских и зарубежных компаниях, наиболее острым социальным проблемам, возникающим в процессе управления современными компаниями и некоммерческими организациями, роли руководителей в формировании и развитии социально ориентированного управления, основным проблемам и тенденциям в управлении человеческими ресурсами.

Нам хочется пожелать всем участникам конференции успехов в научной деятельности, новых научных открытий, плодотворного профессионального и научного сотрудничества с интересными людьми. Надеемся, что этот сборник будет интересен и читателям, послужит поводом к тому, чтобы задуматься над проблемами взаимодействия людей в современном обществе.

Особую благодарность хочется выразить нашим партнерам по организации конференции: экономическому факультету РУДН, Всероссийскому институту научной и технической информации РАН (ВИНИТИ РАН), Волгоградскому государственному университету (ВолГУ), Санкт-Петербургскому государственному инженерно-экономическому университету, Московскому государственному университету сервиса, АНО Национальному центру сертификации управляющих, за многолетнее и плодотворное сотрудничество.

Мы будем признательны всем за высказанные пожелания и замечания, возникшие после прочтения сборника, которые можно направлять по адресу: conference-rudn@mail.ru

Мы всегда открыты для сотрудничества с Вами!

Оргкомитет конференции

РАЗВИТИЕ РЫНКА ТРУДА АРМЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ

Акопян А.М.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Гусов А.З.

Профессор кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

С 1-го января 2015 года вступил в силу Договор о создании Евразийского экономического союза, объединения ряда государств бывшего Советского Союза с единым экономическим, политическим, социальным, таможенным пространством. Инициатором создания этого союза выступили три государства-учредителя: Россия, Казахстан и Беларусь.

Евразийский союз – это международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью. Попыток создания единого экономического пространства за весь период, прошедший после распада Советского Союза, было несколько. СНГ, образовавшееся 8-го декабря 1991 года, осталось слабо интегрированным объединением, явившись скорее не формой интеграции постсоветских стран, а формой цивилизованного развода бывших советских республик. Создание Евразийского экономического союза должно было послужить импульсом для развития экономики стран-участниц, увеличить товарооборот между молодыми независимыми государствами.

10-го октября 2014 года Армения присоединилась к Евразийскому экономическому союзу, после чего ЕврАзЭС была ликвидирована в связи с исполнением своей миссии, а, именно, формированием экономического союза. Для маленькой страны, находящейся в блокаде со стороны соседей, –

Турции и Азербайджана – интеграция в Евразийский экономический союз может служить отличной возможностью для развития национальной экономики, терпящей большие убытки из-за закрытых границ [1].

В Российской Федерации в настоящее время проживает и работает более миллиона армян. Большое число граждан Армении приезжают в Россию на сезонную работу, затем возвращаются на родину. Из России в Армению идет большой поток денежных средств в виде переводов, так же, как и в другие страны бывшего Советского Союза. Для многих граждан Армении доход из-за рубежа зачастую является единственным. После интеграции в Евразийский союз число граждан Армении, работающих в РФ, может значительно увеличиться. Со вступлением в силу договора о создании Евразийского экономического союза создаются возможности для свободного перемещения капитала, товаров и услуг, а также и рабочей силы. С 1-го января 2015 года граждане Армении в РФ получили те же права в сфере трудоустройства, что и граждане России, что подразумевает получение социальных пакетов, ликвидацию лицензий, а также наличие социального пакета по получению первой медицинской помощи.

В связи с новыми реалиями поднимается вопрос, а не приведет ли интеграция Армении в союз серьезный отток рабочей силы? Миграция в этой стране и без того находится на высоком уровне, а с новыми возможностями трудоспособные граждане будут стремиться найти работу в РФ. Председатель ОО «Интеграция и развитие» Арам Сафарян коснулся данного вопроса, заявив, что раньше из-за проблем с приемом детей в школу, получением патента и другими проблемами, многие граждане Армении предпочитали отказаться от армянского паспорта, но после подписания договора необходимость в этом отпала. Конечно, это не значит, что рабочая сила не будет стремиться покинуть Армению.

Аналитики считают, что интеграция Армении в Евразийский союз даст республике только положительный эффект. Скидка на газ, которую Ереван уже получил от РФ, может помочь компенсировать Армении потери от невступления в ассоциативные члены Евросоюза. Торговый эффект от снижения цены на газ за один год в объеме 140 млн. долларов США сравним с приростом ВВП на 146 млн. долларов, которое обеспечивало Армении ассоциативное соглашение с ЕС. После присоединения Армении к Евразийскому экономическому союзу дополнительный рост ВВП в этой стране составит по подсчетам до 4% в год. А рынок труда в таких условиях, конечно же, получит дополнительный толчок к развитию. Соглашение союза в области трудовой миграции направлено на объединение трудовых ресурсов государств-участников, а также на создание общего рынка труда. 85% трансфертов в Армению поступают из России. После присоединения Армении к союзу, согласно прогнозам, в республике состоится прирост объема трансфертов на 40 млн. долларов в год, что поможет стабильному финансированию торгового счета платежного баланса Армении [2; с.143].

Число занятого населения в Армении на 2015 год составило 935 тыс. чел. Согласно исследованиям, проведенным в 2015 году, уровень безработицы в Армении составляет 18,20%. В сравнении с прошлым годом ситуация улучшилась на 0,9%. Минимальная заработная плата составляет 55000 драм, при том, что потребительская корзина равняется 65000 драм. За чертой бедности официально находится 32% населения.

Вступление Армении в Евразийский союз выгодно также в том плане, что страна входит в планы по созданию железнодорожных и автомобильных транспортных коридоров в направлении Южной Азии и Ближнего Востока, что, в свою очередь, создаст предпосылки для развития национальной экономики и будет способствовать возникновению новых рабочих мест в стране.

Либеральные условия перемещения в рамках Евразийского экономического союза все же имеет некоторые ограничения – это касается национальной безопасности, в том числе в отраслях экономики, общественного порядка в отношении осуществляемой трудящимися трудовой деятельности, рода занятий и территории пребывания.

На сегодняшний день трудящимся из стран-членов союза предоставлены значительные преференции по осуществлению трудовой деятельности на территории стран дружества. Как и ожидалось, это повысило мобильность граждан, ставших соискателями на интеграционном рынке труда ЕАЭС [3; с.43].

Ухудшение экономических условий в условиях экономического кризиса сказывается также на экономике Армении. Курс рубля по отношению к доллару снижается, следом снижается и приток трансфертов в Армению. В 2011-м году приток прямых инвестиций в страну составлял 366 млн. долларов, а в 2015-м - всего лишь 64 млн. долл. В целях привлечения инвестиций и повышения производительности необходимо существенно укрепить институциональную базу экономики страны.

Одной из причин ухудшения состояния экономики Армении, а следственно, и уменьшения занятости населения, считается непростая экономическая ситуация, сложившаяся в России. Согласно прогнозам экспертов, российскую экономику ждут новые испытания, которые прямым образом скажутся на армянских экспортерах [4].

Главной проблемой для рынка труда Армении является преодоление экономического отставания. Так, Армения сегодня отстает по размеру валового продукта, который определяет уровень экономического развития страны. Второй проблемой является миграция населения. За последние восемь лет баланс пассажирооборота составил 298 тыс. чел, а за 9 месяцев 2015 года картина практически не изменилась – баланс пассажирооборота составил 103875 человек.

Значительная часть проблем развития рынка труда республики имеет чисто внутренний характер и может быть решена при наличии политической воли руководства страны к проведению глубоких структурных экономических реформ. К сожалению, пока таких устремлений не наблюдается.

Рассмотрев главные особенности рынка Армении и перспективы Евразийского экономического союза, можно сделать вывод, что не стоит ждать скорого эффекта от вступления Армении в союз. Для полной интеграции и ощутимых изменений в экономике и рынке труда необходимо время и решительные меры для развития.

Список использованной литературы:

1. Сулейманов Т. Преимущества ЕАЭС для рынка труда Армении [Электронный ресурс]/ МИА «Россия сегодня». – Режим доступа: http://www.arka.am/ru/news/interview/c_sozdaniem_obshchego_rynka_truda_grazhdane_armenii_pochuvstvuyut_preimushchestva_eaes/
2. Чуланова З.К. Евразийский экономический союз как основа интеграции рынка труда/ Проблемы современной экономики. - 2015. - №23.
3. Армения и Таможенный союз: оценка экономического эффекта интеграции // Центр инвестиционных исследований. Под ред. К.В. Онищенко. - СПб. - 2013. - №20.
4. Саламат Алиев. Трудовая миграция в рамках Евразийского экономического союза // Практика интеграции. - ЕЭИ. - 2015.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА МОТИВАЦИЮ ТРУДА ПЕРСОНАЛА В КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ

Аканву Э.

Магистрант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Княщук Т. В.

Доцент кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Говоря об использовании методов социально-психологических стимуляции работы, необходимо отметить, что открытие и доверительные отношения между руководством и трудящимися служит очень важным условием успеха.

Постоянная и точная информация о технологическом и экономическом положении, образующемся на предприятии, на изменениях соответствующих секторов рынка, на ожидаемых перспективах, также в большой мере влияет на эффективную систему мотивации в организации.

Можем подчеркнуть три главных направления совершенствования использования методов социально-психологической мотивации работы:

- Сохранение психологического благоприятного климата в коллективе,
- Развитие системы ввода-вывода конфликты,
- Образование и развитие организационной культуры.

Мы рассмотрим более подробно возможность развития мотивации в указанных направлениях.

Психологический климат как термин появился в менеджменте относительно недавно, так как до этой части управления уделяли мало внимания и рассматривали глав-

ным образом технические моменты, связанные с экономической стороной. Только в двадцатых годах XX века впервые стали широко задавать вопрос о том, что у психологического климата в коллективе есть также свое значение, наряду с другими аспектами деятельности. Дальше развивался менеджмент, акцент больше перемещался на факторы осуществления принятия решений. Осуществление решений - психологическая задача управления. Психологический климат в коллективе - одно из наиболее значительных условий увеличения эффективности. Психологический устойчивый климат отличается стабильностью коллектива и удовольствием, с которыми люди идут на работу.

Психологический удобный климат – положение, когда все заняты интересным делом, каждый сотрудник находит себе место в иерархии организации и доволен этим. Компетенции сотрудников не скрещиваются и, следовательно, не появляются острые разногласия. Создается атмосфера взаимной помощи. Однако психологический удобный климат не означает, что люди, работающие в организации, - друзья. Дружба и любовь нарушают психологический климат. Это рождает сильные чувства, которые навязывают требования, тем, кто принимает участие в этих отношениях. Это часто приводит к нарушению психологического удобного климата. Появляется очень сильное эмоциональное окрашивание там, где имеют место быть деловые связи.

Психологический нормальный климат не создается сразу. Он требует огромные усилия и нуждается в постоянной поддержке.

Нужна очень высокая квалификация руководителя, чтобы организовать психологический нормальный климат. Однако достижение этой цели не означает, что в психологическом идеальном климате в этой организации не будут конфликты. Они будут обязательно, так как конфликт, представляет собой различные взгляды на одно и то же явление с различных точек зрения, и если они отсутствуют, нет развитие

коллектива. Если конфликтная ситуация позволена, стороны пришли к соглашению, найден компромисс, конфликт назван конструктивным, функциональным. И любой руководитель должен поощрять функциональные конфликты, так как именно с их помощью все сотрудники могут быть вовлечены в процесс управления (конференции, собрания, семинары и т.д.).

Если компромисс не найден, и части остались на бывших положениях, конфликт превращается в разрушительный, дисфункциональный. Его надо предотвратить.

Разрушительный (дисфункциональный) конфликт включает две стадии:

1. Формализация отношений. Она отличается расширением зоны конфликта, акцент на разногласиях, сужении зон контакта, сухо и иногда чрезмерен гладким стилем отношений.

Для этой стадии выход конфликта возможен по взаимному желанию сторон вмешательство, тактичное и психологически мотивированное третью (глава, неофициальный лидер, обладающий экспертной властью). Пути выхода конфликта на эту стадию - выставка в форме спокойный взаимный недовольств и претензиях, акцентах на подобных положениях, разъяснении недоразумений, исследовании точек соприкосновения и, в случае успеха, выходе конфликта.

2. Стадия психологического антагонизма.

Если вести к взрыву или пытаться смягчить положение глава, так как у каждого из средств разрешения есть достоинства и отсутствие, реши. В особенности, допускать взрыв или даже провоцировать своего главу может, в случае если абсолютно обеспечена поддержка главной части коллектива и хочет развязать все противоречия, накопленные сразу.

Надо вспомнить, что урегулирование конфликта должно произойти не только в рациональной форме (части нашли общую точку зрения), а также в эмоциональной (у них, не должен остаться досад или злоба друг к другу).

Предупреждать разрушительный конфликт значительно более сложно, чем его позволять. Поэтому необходимо узнать, что разрушительный конфликт - сочетание объективных условий (конфликтная ситуация) и субъективного фактора (инцидента).

Конфликтная ситуация создана факторами окружающей среды или организационными восстановлениями. Причина инцидента может быть низкая квалификация руководителя и появляющейся «положение угрожаемой власти» - глава пробует избегать положений, в которых может проявиться его некомпетентность и угнетает людей, способных это обнаруживать.

Блокируется, в конечном счете, информация, дающая представление на реальный порядок вещей. Инцидент появляется в результате чувства несправедливости сотрудника, испытывающего нехватку уважения со стороны руководителя. Конфликт может следовать из несоответствия поощрения и наказания в коллективе на реальном складе сотрудников в деятельности организации, когда глава проявляет недоверие у кого-то работающего и информирует об этом сотрудников или не выполняет обещаний, данных найму.

Избежать конфликтной ситуации полностью невозможно, так как для нее несколько источников, однако нужно ослаблять их влияние, осуществляя должным образом функции менеджмента.

Административному персоналу в крупных компаниях при развитии системы ввода-вывода конфликты необходимо ориентироваться к тому, что несмотря на неизбежность конфликтов необходимо стремиться избегать разрушительных конфликтов особенно значительных. Разрушительный конфликт приводит к снижению личного удовлетворения членов персонала, снижения сотрудничества группы и эффективности организации. Менеджеру надо попытаться предупредить разрушительный конфликт, контролируя конструктивные конфликты, появляющиеся в организации. В случае по-

явления разрушительного конфликта для выхода из него необходимо решить конфликт согласно существенной части (находить причину и согласно возможности ее ликвидировать, достигните определенного компромисса), пытаясь к тому же смягчать дисфункциональные последствия конфликта. Можем, использовать для этого следующие группы методов:

- Ограничение сотрудничества конфликтующих сторон, применения механизмов координации (например, определение границ ответственных должностей между подчиненными), главные причины, приводящие к ликвидации конфликта и соединяющие коллектив.

- Методы, соединяющие конфликтующие стороны, общие цели, дающие ими. Например, учреждение общеорганизационных сложных голов (общие голы для подразделений в конфликте, сотрудниках и т.д.).

- Методы, стимулирующие сотрудников к выходу, независимому от конфликта, или способствованию в его разрешении: создание системы вознаграждений и стимуляция поведения без конфликта и способствования в урегулировании конфликта, оказывающегося и т.д.

Главные методы образования и сохранение организационной культуры, которые могут быть использованными в крупных компаниях:

- Поведение руководителя. Очевидно, руководителю нужно начать с самого себя. Давно доказано, что люди изучают лучше всего новые модели для поведения в имитации. Руководитель должен стать примером, моделью, используя модель поведения, которой должны подражать подчеркнутые.

- Требования, призывы, заявления направления. Не стоит забывать, что в качестве установления желательных рабочих ценностей и моделей поведения большое значение имеет призыв не только к причине, а также к волнениям, к наилучшим чувствам трудящихся: «мы должны стать первыми!», «наиболее высокое качество - залог нашей победы над конкурентами!», «в нашей организации наилучшие специа-

листы работают!», «этот год станет критикой для нашей компании».

- Реакция управления на поведение трудящихся в критических положениях. Это иллюстрировано хорошо по примеру трудящегося, ошибки, без которого произошел крах компании за миллионы долларов. Будучи приглашенный к направлению, он заранее написал запрос на увольнение. Какое его удивление, когда ему предложили новое руководство, ответственное за работу, «Ваше образование произошло нам слишком дорого, чтобы мы рассеялись такими трудящимися» — он услышал президента компании.

- Образование персонала. Образование и непрерывное образование персонала призвано не только передать трудящимся необходимые знания и развить у них профессиональную практику. Образование - наиважнейшее средство пропаганды и установление желательного отношения к делу, к организации и этому объяснению, какое поведение организация ожидает трудящихся, какое поведение будет побуждено к тому, чтобы, повторно поддерживаться, его приветствующимся.

- Развитие системы стимуляции в соответствии с потребностями трудящихся. Принципы строительства системы стимуляции и его главная тенденция должны поддерживать именно это поведение, именно это отношение к делу, эти правила поведения и рабочие результаты, которой находит наиболее полное выражение содержание и главную тенденцию обработанным и поддержанным направлением оргкультуры. Непоследовательность и различие слова и дела здесь недопустимы, так как даже единственное нарушение принципов, установленных стимуляцией, одновременно провоцирует суровое падение доверия на политику, переданную направлением.

- Критерии отбора в организации. Каких трудящихся мы хотим увидеть в организации: Нужно, чтобы специалисты обладали необходимыми знаниями и опытом. Также имеет значение период адаптации нового трудящегося, который

принимает ценности и правила поведения, уже образованные в организации и составляющие ядро организационной культуры. Сохранение оргкультуры на пути к осуществлению административных главных функций. Значительное влияние на оргкультуру имеет поведение персонала. Приветствуются демонстрации независимости и инициативности подчиненных.

- организационные традиции и порядки. Организационная культура зафиксирована в традициях, принципах, нормах и обычаях организации. На оргкультуру, могут оказать влияние разовые отступления установленного (или заявленного) порядка. Например, столь вдруг по некоторым причинам управление по итогам месячной работы с поздравлениями решило наградить лучших трудящихся, которые не только нарушают правила, а также показывают неготовность соблюдать задекларированные ценности, что, естественно, сокращает энтузиазм и желание персонала «быть показанным» в работе.

- Широкое введение корпоративной символики. Опыт наилучших организаций показывает, что широкое введение корпоративной символики (в упаковке готовых изделий, в рекламных материалах, представлении предприятия, транспортных средств, рабочей одежды, продукции воспоминаний) положительно отражается на отношении персонала к компании, увеличивает склонность трудящихся организации и чувство гордости для организации.

МЕСТО И РОЛЬ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Амирханян В.А.

*Аспирант кафедры менеджмента экономического
факультета Российского университета дружбы народов,
Москва*

Хожемпо В.В.

*Заведующий кафедрой менеджмента экономического
факультета Российского университета дружбы народов,
Москва*

Современная динамика социально-экономических процессов, избравшая вектор развития всех своих показателей на основе инновационной деятельности, стремится к повышению роли человеческого фактора во всех видах функционирования данных процессов. Реализация стратегии построения национальных инновационных систем стала для многих развивающихся стран приоритетной во внешней и внутренней экономической политике.

Инновационная деятельность хозяйствующих субъектов и государства в целом имеют характер динамичного расширения сферы влияния и особенно данное влияние проектируется на человеческом капитале, что в свою очередь, создает совершенно новые виды взаимоотношений между работниками и работодателями, предпринимателями и государством, а также между различными социальными слоями общества.

Концепция социально-ориентированного управления является одной из составляющих для всеобщей инновационной политики и, соответственно, она не может быть реализована без непосредственной поддержки со стороны, как развивающегося высококвалифицированного человеческого капи-

тала, так и научно-технического прогресса, в основе которых лежит развитие высоких технологий.

Понятие высокие технологии можно охарактеризовать как совокупность различных методов и средств решения практических задач, направленных на удовлетворение человеческих потребностей. По своей сути высокие технологии становятся приоритетным вектором в развитии человечества, обладая значительной долей интеллектуальных ресурсов, тем самым меняя человека и его социальную сферу.

В основе высоких, наукоемких технологий, с теоретической точки зрения, лежат знания, которые по своей сути являются не однородными. Различают научно-техническое знание и живое опытное знание. Научно-техническое знание связано с формализованным и объективированным содержанием, которое по определению не может быть собственностью отдельного человека. Живое знание состоит из опыта и навыков, ставших интуитивной привычкой. Это – интеллект, который охватывает целый спектр способностей – от способности суждения и различения до душевной открытости и обучаемости новому, включая способность связывать новое с наличным опытным знанием [1].

В качестве социального явления понятие наука образовалась в XVI – XVII веках с появлением работ И. Кеплера, Х. Гюйгенса, И. Ньютона, основанием Лондонского Королевского Общества, Парижской академии наук, а как система создания и передачи знания и подготовки кадров и синтез исследовательской деятельности и образования была выявлена в первой половине XIX-го века. В виде реальной общественной производственной силы, наука начала действовать с первой половины XX-го века. Начиная с указанных времен процессы создания и распространения знаний, и их использования во всех сферах жизнедеятельности приобрела интенсивный характер. Интенсивность функционирования научной

¹ Горц А. Нематериальное знание, стоимость и капитал. М.: Высшая школа экономики, 2010. - С. 23,41

деятельности стала основой начала новой эпохи общественной цивилизации.

Исследуя цели социально-ориентированного управления можно выделить объемное воздействие на общество, направленное на ее развитие и оптимальное функционирование, чего можно достичь методом удовлетворения, как духовных, так и материальных потребностей членов общества, применяя более эффективное использование всевозможных материальных и трудовых ресурсов. Современные исследователи выделяют новый вид такого общества, называя его информационным. Информационное общество отличается:

- увеличением роли информации и знаний в жизни общества;
- возрастанием доли информационных коммуникаций;
- созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворением потребностей в информационных продуктах и услугах.

По мнению Старжинского В.П., информационное общество открывает качественно новые возможности для процесса самореализации и самоактуализации человека через информационный ресурс и энергоинформационные технологии. [2] Еще в 1973-м году известный американский экономист Питер Друкер, выделяя информатизацию как основную движущую силу информационного общества, описал понятие информатизации как: «быстрая замена труда на знания».[3]

Следует отметить, что существуют различные точки зрения об однородности понятий научное и информационное общество. Так в докладе ЮНЕСКО “Towards Knowledge Societies” определяется разница между двумя

² Старжинский В.П. Методология науки и инновационная деятельность, Минск: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2015. – 327с., стр. 42-43

³ Drucker P (1973) The Educational Revolution // Etzioni-Halevy.. Etzioni E. (Eds.) Social Change: Sources, Patterns, and Consequences. N.Y. стр. 236

вышеуказанными формулировками: «В основе информационного общества лежат технологические достижения, в то время как понятие научного общества предполагает более широкие – социальные, этические и политические парадигмы.⁴

При этом группа экспертов ЮНЕСКО применяет понятие «научные общества» во множественном числе для выделения того, что не существует единой модели, который можно распространить на все общества и который может выразить культурное и лингвистическое разнообразие, предоставляя возможность сориентироваться и найти свое место в современных реалиях.

Динамичное развитие информационных и коммуникационных технологий стало причиной глубоких изменений в направлении труда и жизнедеятельности человека, так как широкое распространение информационных и коммуникационных технологий сопровождается организационными, торговыми, социальными и юридическими инновациями. Общества, преследующие цели долгосрочного развития не имеют альтернативы кроме признания самих себя в виде информационного (общество, где информация и информационные технологии должны быть доступными для всеобщего потребления) либо научного общества, для выявления того, что самым дорогостоящим активом является инвестиция в неприкасаемый, человеческий и социальный капитал, и что основными факторами его функционирования являются знания и креативность.

Как отмечает Дэвид Смит, на инновации, независимо от их происхождения (корпоративные или индивидуальные) действует важнейшее общественное измерение. Данное общественное измерение выявляется благодаря тому, что различные вклады и результаты инноваций фактически являют-

⁴ Towards Knowledge Societies. UNESCO, Condé-sur-Noireau, France, 2005 стр. 17

ся общественными, иными словами в целом они накапливаются на общество. Результаты превращаются общественными когда успешная инновация распространяется сквозь экономику. Следовательно она начинает порождать новые рабочие места и фирмы, высокие доходы и великое процветание. Вклады включают в себя образование, знания, права интеллектуальной собственности и т.д. Такие активы можно приписывать к "общественной" собственности и достоянию.[5]

В контексте воздействия наукоемких отраслей промышленности на социально-ориентированное управление наиболее актуальной является понятие социальные инновации.

Источниками социальных инноваций являются изменения внешней среды: возникающие социальные проблемы, которые невозможно решить с помощью традиционных методов; изменения потребностей общества, его членов, необходимость их полного удовлетворения. Неразрешенность тех или иных социальных проблем дает импульс к разработке новых средств, норм в социальной сфере [6].

Социальная система, как утверждает Палей Т.Ф., состоит из совокупности взаимодействующих элементов (подсистем), находящихся во взаимных связях и отношениях, и может менять свою структуру, взаимодействуя с внешними условиями. Одна из основных форм развития социальных систем заключается в реализации нововведений (инноваций). По мнению Палея, инновационная деятельность направлена на разрешение экономических противоречий посредством отрицания устаревших форм и методов хозяйствования и утверждения новых, на обеспечение нового способа

⁵ Smith D. Exploring Innovations, Berkshire, McGraw-Hill, 2006, стр. 290

⁶ Нагорнова А.Ю. Социальные инновации: Учебное пособие для студентов по специальности «Социальная работа». - Ульяновск: УлГУ, 2003. – стр. 4

взаимодействия факторов производства благодаря использования новых научно-технических знаний.

Из вышеуказанного следует, что концепция социально-ориентированного управления, частично основываясь на понятии реализации социальных инноваций, дает возможность реформирования многочисленных хозяйственных структур с целью повышения конкурентоспособности как всеобщей национальной экономической системы на (макроуровне), так и отдельных организаций (на микроуровне).

С макроэкономической точки зрения влияние наукоемких отраслей в данной концепции сказывается в таких сферах как образование, здравоохранение, коммуникации, трудовые ресурсы, экология, социально жилищная политика государства и т.д.

Как отмечают Кудина М.В. и Сажина М.А. социальная результативность инноваций прежде всего реализуется в связи с главным воздействием инноваций на развитие экономики: изменением структуры производства, ростом его объема, увеличением отдачи для общества. Появление новых инновационно-продвинутых отраслей или новых производств в составе сложившихся отраслевых структур обеспечивает расширение сферы высококвалифицированного творческого, креативного труда, совершенствование трудовых отношений. Труд становится более сложным, обновляются его функции, он предъявляет более высокие требования к знаниям, навыкам, умениям, творческим способностям всех работающих - от простого рабочего до высших топ-менеджеров.[7]

По мнению Чижовой, невозможно представить себе современную высокоразвитую экономику, которая не обеспечивает высоких социальных стандартов занятости и

⁷ Инновационная экономика: научно-методическое пособие / под ред. М.В. Кудиной и М.А. Сажиной. - М.: ИД "Форум" : ИНФРА-М, 2014. - стр 191-192

жизни населения. При этом и экономической теорией, и повседневной практикой доказано, что в современных условиях экономическая эффективность напрямую зависит в значительной степени определяется степенью социализации социально-трудовой сферы. Данный исследователь считает, что повышение уровня доходов населения (как занятого так и пенсионного) это не только требование социальной справедливости, но и условие формирования эффективных потребителей, без которых невозможен устойчивый экономический рост; значительные затраты государства на здравоохранение и образование – отнюдь не только показатель его социальной направленности, но и необходимое условие инновационного характера экономического развития. Вместе с тем обеспечение высоких стандартов занятости и жизни невозможно без эффективного производства и соответствующего ему рынка труда[8]

Следовательно, развитие наукоемких отраслей промышленности неоднократно взаимосвязано с такими социально-экономическими процессами и показателями как: совокупная прибыль, оптимальное потребление, экономический рост, положение рынка труда и в итоге на оптимизированное функционирование всевозможных государственных социальных систем (образование, здравоохранение, защита окружающей среды и т.д.)

Повышение качества и квалифицированного уровня труда, обуславливаемые разработкой и внедрением инноваций, очень сильно сказываются на одном из кардинальных сегментов социальной сферы, по мнению Кудиной и Сажинной: на сфере образования, подготовки и

⁸ Инновационная экономика: занятость, трудовая мотивация, эффективность труда / Л.С. Чижова, Е.С. Садовая, В.В. Кузьмин и др.; под ред. Л.С. Чижовой; Ин-т Макроэкономических исследований. – Москва: Экономика. 2011. – С. 31

переподготовки кадров, повышения квалификации и переобучения. Следует также отметить, что во всем мире процессы инновационного развития еще чаще и шире проникают в еще одну важнейшую сферу социальной жизни общества: в медицину, охрану здоровья, поддержку и продление жизни людей. Труд врачей и другого медицинского персонала оснащается новыми инновационными видами техники и оборудования, обогащается новыми видами деятельности и технологиями, требует новых инновационных знаний, умений и навыков, что в конечном счете усложняет его, делает более креативным, повышает его оздоравливающий эффект. Одновременно инноватизируется фармацевтическое обеспечение медицинской деятельности, появляются новые виды лекарств, новые инъекционные препараты.

Благоприятно влияет инновационное развитие на социальную жизнь и через содействие реализации такой актуальной для нашего времени линии социальной политики, как сохранение и улучшение экосистемы, защита окружающей среды. [9] Вектор развития инновационных наукоемких технологий направлен на реализацию таких производственных средств, продуктов и услуг, которые превращают процесс добычи энергоносителей и полезных ископаемых в менее вредный для окружающей среды, сокращают либо сводят к нулю вредные выбросы и т.д.

С точки зрения микроэкономики, можно отметить, что инновационное развитие наукоемких отраслей вносит кардинальные изменения в социально-экономическую жизнь общества через прогрессивное преобразование одного из самых субъективных факторов производства - предпринимательства. Предприниматели-инноваторы

⁹ Инновационная экономика: научно-методическое пособие / под ред. М.В. Кудиной и М.А. Сажиной. - М.: ИД "Форум" : ИНФРА-М, 2014. - с. 196-205.

должны уметь находить выгодные и перспективные инновационные ниши на рынках и за счет разработки и внедрения инноваций осваивать эти выгодные ниши, получая на том систематические прибыли.

Предпринимательская деятельность под влиянием инновационного развития теряет целый ряд старых, теперь уже ненужных функций и обрывает многими новыми функциями, что делает ее более сложной, современной, многообразной и эффективной, открывающей новые каналы так желаемых предпринимателями прибылей. [10]

Таким образом, процесс реализации концепции социально-ориентированного управления неоднократно сталкивается с задачей повышения роли наукоемких технологий и инновационных процессов в данной сфере деятельности. Подчеркиваемое положительное влияние развития наукоемких технологий во многих сферах жизнедеятельности показывает, что для развивающихся государств приоритетными должны быть стратегические цели реализации инновационной политики в социально-ориентированных направлениях экономической системы, так как высокий уровень диффузии, свойственный инновациям, поощряет рост качества жизни населения и преобразовывает экономику целиком в более конкурентоспособную и развитую во всех ее направлениях.

¹⁰ Инновационная экономика: научно-методическое пособие под ред. М.В.Кудиной и М.А.Сажинной. -М.:ИД "Форум": ИНФРА-М, 2014.-с. 195.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПРИНЦИПЫ

Байтурсунов А.А.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Гусов А.З.

Профессор кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Одним из важнейших источников современной цивилизации выступает предпринимательство, то есть форма проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ, нацеленной, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемой от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность. Существенным признаком предпринимательства является его направленность на получение прибыли. Однако никто не может гарантировать, что предпринимательская деятельность будет обязательно приносить прибыль, поэтому она считается рискованным занятием, и далеко не каждый человек обладает способностью успешно ею заниматься.

Предпринимательство - одна из форм деятельности человека. Деятельность человека - форма проявления его активности, определенное поведение. В более широком плане - трата жизненных сил, человеческой энергии. Предпринимать - значит начать делать что-либо, приступить к экономической активности по своей собственной инициативе, предполагая получить прибыль в результате предоставления людям полезных товаров или услуг. В числе конституционных прав и

свобод человека и гражданина закреплено право каждого «на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности» (ст. 34 Конституции РФ).

Предпринимательская деятельность - составная часть более широкого понятия экономической деятельности. Вне экономической деятельности нет деятельности предпринимательской. Иными словами, любая предпринимательская деятельность есть особая разновидность деятельности экономической.

Разнообразие форм, которые имеет предпринимательство, сводится к нескольким основным видам деятельности, каждый из которых в свою очередь является совокупностью различных направлений и форм деятельности. К основным видам предпринимательской деятельности относятся: производственная деятельность; торговая деятельность; оказание услуг. Осуществляться она может как индивидуально, так и на коллективной основе. Кроме того, виды предпринимательской деятельности можно систематизировать по нескольким основным признакам: по характеру деятельности, размеру предприятия и форме собственности. В последние годы понятие предпринимательства расширилось, включив в себя социальные и политические формы предпринимательской деятельности.

В основе предпринимательства лежит созидательный акт открытия новых прибыльных возможностей в экономической сфере жизнедеятельности человека. При этом сама сущность предпринимательства есть не что иное, как особая "чуткость" к таким возможностям, умение "увидеть" результаты и «вообразить» себе способы их достижения.

Современное предпринимательство рассматривается как попытка управленческой реализации некоторых положений социальной модели роста. Исходя из этого, предпринимательство конца XX - начала XXI вв. можно определить, как поиск и разработку новых технологических, организацион-

ных, рыночных возможностей, стимулирующих массовое новаторство.

Постоянный поиск новых возможностей, умение привлекать и использовать для решения поставленных задач ресурсы из самых разнообразных источников - объективные тенденции развития современной экономики. В этой связи предпринимательство представляет собой особый стиль хозяйственной деятельности, позволяющий в полной мере реализовать созидательную энергию инициативных людей, осваивающих новые ниши современной экономики в интересах удовлетворения постоянно возрастающих и развивающихся потребностей людей и в целях получения на этой основе прибыли.

В экономической науке имеется огромное количество трактовок предпринимательской деятельности, однако общепринятого определения предпринимательства не существует. [1.С.74-76]. Ученые-экономисты выделяют такие основные признаки предпринимательской деятельности как предприимчивость, самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, их активность.

Проблема взаимоотношений государства и экономики является одной из центральных в обществе, так как государство выполняет важнейшие функции в хозяйственной системе. Возрастающие масштабы современной экономической деятельности, усложнение характера внутренних и международных хозяйственных связей создают объективные экономические предпосылки усиления роли государства в регулировании общественного производства. Но не надо думать, что государство стало играть важную роль в экономике только на индустриальном этапе развития человеческого общества. Во все времена государство оказывало значительное влияние на социально-экономическое развитие. Современная экономическая роль государства является итогом длительной эволюции, в ходе которой условия, формы и методы его воздействия на экономику постоянно менялись. В любой стране,

при любой общественно-политической и социально-экономической системе экономика в той или иной степени управляется государством в лице государственных органов. [4].

Происходящие преобразования на протяжении последнего времени в российской экономике показали, что становление системы рыночных отношений в России, прежде всего, требует определенной экономической свободы субъектов экономики, где главным фактором в достижении такой свободы является предпринимательство. В современных условиях происходит усиление государственного регулирования и содействия развитию предпринимательства, меняются организационные формы взаимодействия государственных органов с субъектами частного бизнеса, происходят существенные сдвиги в целях, механизме, аппарате управления, в сочетании государственного и рыночного механизмов регулирования. [6, С.112-114]

Целью государственного регулирования предпринимательской деятельности является создание определенных условий, обеспечивающих нормальное функционирование экономики в целом и стабильное участие предпринимателей страны в международном разделении труда и получение на основе этого оптимальных выгод. Правительство каждой страны, безусловно, имеет свои собственные цели на каждом конкретном этапе и добивается их решения доступными ему методами и средствами применительно к складывающейся экономической ситуации в своей стране и в мировом хозяйстве. Поэтому цели и задачи государственного регулирования подвержены изменениям, между тем, как механизм регулирования достаточно хорошо отработан, хотя и имеет особенности в каждой отдельно взятой стране.

Предпринимательская деятельность не может динамично и стабильно развиваться без активного воздействия государства на условия, которые оказывали бы определенное влияние на развитие свободного рынка, так как нерегулируе-

мое предпринимательство может привести к значительным диспропорциям в экономике государства, при этом предпринимательская деятельность может серьезно деформироваться, концентрируясь в спекулятивно-посреднической сфере, что отрицательно может сказаться на развитии реального сектора экономики [7, С.258-260]. При данной постановке вопроса вся предусмотренная совокупность отношений, в вопросах предпринимательской деятельности, прежде всего, нуждается в правовом упорядочении со стороны государства, но только в той мере, в какой это будет необходимо для процесса согласования интересов общества, субъекта предпринимательства и личности [5, с.45].

Проблема предпринимательства молода и интерес к этой проблеме, прежде всего, обусловлен нарастанием определенных противоречий в развитии предпринимательства в России. Так, пока явно недостаточны специальные исследования вопроса относительно государственного регулирования предпринимательства, учитывающие организацию власти, действующую в России, что тормозит дальнейшее совершенствование системы безопасности в предпринимательстве в целом.

Поэтому одной из задач происходящих преобразований как в политической, так и экономической системах в вопросах регулирования предпринимательства должна состоять в том, чтобы государство и те силы, которые господствовали в недалеком прошлом над хозяйствующим субъектом, были бы превращены в орган, способный защищать интересы последнего, но лишь в той мере, в какой это будет необходимо для интересов общества, субъектов предпринимательства и личности, а также субъекта предпринимательства и региона, обеспечивая регулирование предпринимательства, как единого процесса, начиная с создания предпринимательской фирмы и заканчивая этапом ее существования [3, С.215].

Государственное регулирование предпринимательства является одним из важнейших инструментов в вопросе соз-

дания комфортных условий для успешной деятельности предпринимательских структур, тем самым обеспечивая высокие темпы экономического роста, а также повышения уровня социально-экономического развития страны.

Существенную роль во взаимоотношениях предпринимательства и государства играет Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей)[4]. В уставе Союза в качестве основных направлений деятельности предусматривается представление интересов членов Российского союза в органах законодательной и исполнительной власти, в отношениях с профсоюзами и другими общественными организациями; участие в избирательных кампаниях в соответствии с федеральными законами и законами субъектов Федерации о выборах; через членов Российского союза, состоящих в различных общественных объединениях, а также депутатов различных уровней проведение в законодательных и исполнительных органах, массовых движениях реализации мер, направленных на создание наиболее благоприятных условий для развития промышленности, предпринимательства и ускорения научно-технического прогресса (п. 3.1 Устава) [4].

Предпринимательство в России имеет свои существенные особенности, обусловленные рядом причин, среди которых важнейшую роль играют история страны и ее национальный характер. В связи с тем, что традиция предпринимательства была прервана почти на столетие и возобновлена только в последние 25 лет, отношение основной массы населения к этому виду деятельности не всегда имеет положительный характер. Причем если мелкий и семейный бизнес чаще всего пользуются поддержкой и сочувствием, то к крупному предпринимательству большинство населения относится резко негативно.

Основная масса предпринимателей осуществляет свою деятельность в сфере торговли и оказания услуг (около 91 %). Производственной и финансовой деятельностью заня-

то не более 9–10 % предпринимателей, и, хотя государство постоянно ставит задачу роста частного предпринимательства именно в производственной сфере, до сих пор его успехи не слишком велики. Большинство предпринимателей, особенно относящихся к малому и среднему бизнесу, основной причиной непопулярности производства называют высокий уровень коррупционного давления властей на местном и региональном уровне, а также недостаточный уровень законодательной поддержки отечественного производителя. При этом российское законодательство далеко от состояния, отвечающего требованиям современного этапа развития предпринимательства. Оно не представляет собой полноценную и целостную систему норм, и может характеризоваться как свод основных положений, не предусматривающий в себе многогранность вопросов предпринимательства. Кроме того, пока данной нормативной системе характерны некоторые внутренние противоречия, а также неполное соответствие положениям других отраслей права (конституционное, административное, налоговое и другие). В результате в некоторых случаях у надзорных органов появляется возможность чрезмерного использования контрольных функций, когда вместо нормальных проверок начинают «кошмарить бизнес», что существенно подрывает благоприятный климат для предпринимательской деятельности в стране.

На сегодняшний день темпы совершенствования законодательства по вопросам предпринимательской деятельности не всегда соответствуют реальным потребностям экономики и права. Важно учитывать, что «управление предпринимательскими организациями в существенной мере обусловлено их специфической социальной природой как социально-экономических систем» [2, с.77.]. Поэтому необходимо формирование комплекса условий для нормального функционирования предпринимательской деятельности. Он включает в себя стабильность государственной экономической и социальной политики, льготный налоговый режим, развитую

инфраструктуру поддержки предпринимательства, существование эффективной системы защиты интеллектуальной собственности, формирование гибких рыночных механизмов повышения деловой активности предпринимателей и многое другое [6,с.78]. Так, предприниматели должны иметь возможность свободного выхода на внешний рынок. Необходимо создать доступную для предпринимателей кредитную систему, предоставить возможность приобретать необходимые средства производства, сырье и комплектующие изделия. Во всем этом российские предприниматели испытывают пока значительные трудности. Поэтому перед государством стоит множество сложных задач, среди которых важное место занимают проблемы совершенствования государственного регулирования предпринимательской деятельности.

Список использованной литературы:

1. Асаул А. А. «Организация предпринимательской деятельности» Учебник. - М.:Питепр, 2013-352с.
2. Гусов А.З. Управление предпринимательской организацией как социально-экономической системой. //Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сб. науч. трудов. Вып. 20 – М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2013, сс. 77-87.
3. Дырнина Е. Н. «Развитие социальных инноваций в организации» /Е. Н. Дырнина // Материалы I Всероссийской заочной научно-практической конференции» Социально-ориентированное управление в условиях глобализации». — М.: Изд-во РУДН, 2012, с. 74–78.
4. Кондраков Н. О., Кондраков И. Н. «Основы малого и среднего предпринимательства». Учебник. - М.:Инфрав-М, 2013-448с.
5. Рыцев А. И. «Обзор современных проблем в принятии управленческих решений: социально-ориентированный ас-

пект» [Текст] / А. И. Рыцев // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 613-617

6. Минчаков И. М. «Журнал Вестник Тамбовского университета». Серия: Гуманитарные науки. Выпуск № 1 / том 81 / 2010

7. Мельников В. В. «Бизнес в законе». Экономико-юридический журнал. Выпуск №5 / 2011

8. Предпринимательская деятельность: — Москва, КноРус, 2011 г.- 208 с.

9. Предприятие и предпринимательство. Том 1. Предпринимательская среда. Изменения структуры собственности в период экономической трансформации: Штефан Кашшай — Санкт-Петербург, Наука, 2011 г.- 694 с.

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ HR-БРЕНДА КАК ЕГО КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУ- ЩЕСТВО

Болов Х.А.

Магистрант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Каждая коммерческая организация обладает определенными ресурсами. Управление этими ресурсами представляют собой предпринимательскую деятельность организации. Все же многообразие ресурсов можно подразделить на четыре группы: материальные; нематериальные; трудовые (человеческие); финансовые.

Для одних компаний главными и самыми ценными могут быть материальные ресурсы; для других – нематериальные; для третьих – финансовые. Однако плох тот руководитель, который не понимает, что самым важным активом является человеческий ресурс. Именно персонал компании

является главной причиной успеха или неудачи фирмы. Обладая значительным количеством других ресурсов, компанию может ожидать провал при плохом управлении этими ресурсами. А так как руководитель не всегда может сам выполнять все функции, необходимые для деятельности фирмы, возникает потребность в трудовых ресурсах.

И если человеческий капитал имеет такое большое значение, то одной из главных задач каждой организации будет являться привлечение компетентных сотрудников. Современное состояние российского рынка труда играет в пользу работодателей. На ноябрь 2015 численность безработных в стране достигла 3,937 млн. Уровень безработицы (отношение численности безработных к численности экономически активного населения) в сентябре 2015г. составил 5,2% (без исключения сезонного фактора).¹¹

В силу этих и других факторов, многие работодатели не придают рекрутингу должного внимания, полагая, что в условиях рыночной власти работодателя, смогут без проблем найти необходимых работников. И это на самом деле так. Когда спрос на работу превышает предложение, найти персонал не такая сложная задача.

Но для того, чтобы привлечь работников, которые будут приносить пользу компании, будут двигать её вперед, одной рыночной власти недостаточно. Квалифицированных работников, имеющих необходимые компании знания, навыки, умения, как показывает практика, всегда меньше, чем работодателей, готовых побороться за таких сотрудников. Из-за дефицита действительно квалифицированных специалистов работодателям приходится прикладывать усилия для того, что заключить трудовой договор с подходящим кандидатом. Кроме того, спрос на молодых специалистов превышает предложение.

¹¹ http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/213.htm

В такой ситуации становится актуальным HR-бренд и HR-брендинг.

Нина Осовицкая, автор нескольких книг по HR-брендингу, дает следующее определение HR-бренду:

- образ вашей компании как хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц (нынешние и бывшие сотрудники, кандидаты, клиенты, акционеры и др.);

- набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к вашей компании;

- способ, которым вы формируете идентичность вашего бизнеса, начиная с базовых основ и ценностей и заканчивая тем, как вы доносите ее до всех заинтересованных лиц.¹²

HR-брендинг – деятельность, направленная на создание и управление HR-бренда. Бренд работодателя выполняет важные функции:

- привлечение лучших кандидатов с меньшими затратами;

- эффективное вовлечение и мотивирование сотрудников;

- удержание лучших работников в компании.

Ассоциация Greatplacetowork, составитель рейтинга 100 лучших работодателей журнала Fortune, выделяет семь значимых конкурентных преимуществ, которые получают компании с сильным HR-брендом:

1. Более высокая производительность труда и рентабельность.

2. Устойчивость во время экономических спадов.

3. Больше откликов от квалифицированных кандидатов.

4. Снижение текучести персонала.

¹² Осовицкая Н.А. HR-брендинг. Как стать лучшим работодателем в России – М.: Питер, 2012. - с. 55

5. Сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников.

6. Повышение уровня удовлетворенности и лояльности клиентов.

7. Больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников.

Все эти преимущества должны послужить стимулом, для того, чтобы руководители компаний обратили внимание на такой инструмент конкурентной борьбы как HR-бренд.

HR-брендинг – стратегическая системная деятельность фирмы. Она не может быть осуществлена несколькими краткосрочными решениями. Кроме того, создание и управление брендом работодателя не может рассматриваться в отрыве от общей стратегии компании. Стратегической целью одних компаний может являться концентрированный рост; других – интегрированный или диверсифицированный рост; третьих – удержание позиций на рынке. Эти цели во многом будут определять направление и характер HR-стратегии и HR-брендинга.

Бренд работодателя, как и бренд компании, должен существовать практически в неизменном виде на протяжении всего жизненного цикла организации.

Безусловно, ребрендинг и первого и второго возможен, но такое имеет место довольно редко и только, когда есть реальная необходимость в этом.

Проводить параллели между двумя видами брендов можно и дальше. Создавая бренд работодателя, менеджеры компаний должны четко понимать: общую экономическую ситуацию; рыночную ситуацию в отрасли; конкурентные преимущества организации как работодателя; кто является «целевой аудиторией» фирмы (кого фирма хочет видеть в качестве сотрудников).

Исходя из того, становится ясным, что необходимо правильное позиционирования HR-бренда. Также как и с классическим брендом, очень важно не допустить размытия

образа бренда работодателя. То есть, необходимо определиться с основным конкурентным преимуществом, которое будет отличать конкретного работодателя от всех других компаний в сознании соискателей и текущих сотрудников.

Такая ключевая ценность должна не только выделять компанию на фоне других, она должна удовлетворять потребности работников и соискателей. Иными словами, ценность не будет ценностью, если она никому не нужна.

И так, перед тем как приступить к разработке позиционирования HR-бренда необходимо выполнить следующие действия:

1. Анализ идеологии и образа основного бренда.
2. Мониторинг деятельности и позиционирования конкурентов.
3. Диагностику Целевых аудиторий (текущих сотрудников и соискателей), анализ ожиданий, запросов.

Исходя из того, что HR-бренд должен существовать без глобальных изменений относительно долгий промежуток времени, HR-брендинг должен основываться на самых значимых и неизменных потребностях работников.

В современных российских реалиях для людей большое значение играет стабильность и социальное ориентированность организации. Экономическая обстановка во всем мире характеризуется как раз нестабильностью. Для России данная проблема, в силу известных причин, стоит ещё острее.

Кроме того, годы «построения социализма» отложили отпечаток на сознании людей. Большая часть населения считает, что государство должно заботиться о своих гражданах. Такие представления экстраполируются и на отношения между работодателем и работником. Эта одна из причин актуальности социально ориентированного бизнеса в России.

Социально ориентированный бизнес, или социальный бизнес, в отличие от традиционного, извлекает прибыль, решая социальные проблемы и помогая обществу функциони-

ровать более эффективно. То есть такое предпринимательство основывается на учете интересов и потребностей общества. Это также относится к работникам, для которых должны обеспечиваться достойная заработная плата и комфортные условиями работы.

Таким образом, становится ясным, что социальная ориентированность управления в компании – это лучшее конкурентное преимущество, которое следует развивать. Следовательно, HR-бренд стоит позиционировать как социально ориентированный.

Однако одного декларирования благородных целей недостаточно. Без реальных действий, направленных на создание положительного образа работодателя, нельзя достичь желаемых результатов.

Важно также знать и заставить себя осознать, что социальная направленность управления должна отражаться на всех сотрудниках всех уровней. Более того, партнерами компании, работающей над таким HR-брендом, должны быть компании с такими же взглядами на место и роль своих сотрудников в деятельности организации. В противном случае это может оказать отрицательное влияние на бренд работодателя.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Буравов С.В.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

На современном этапе конкуренция в автомобильной отрасли определяется темпами развития основных тенденций рынка. Такое понятие как конкурентоспособность можно рассмотреть с двух сторон: во-первых, как деятельность от-

дельной компании на рынке, во-вторых, как целую отрасль на уровне государственных экономик. Главную роль играют конкурентные преимущества – факторы, благодаря которым компании будут обладать превосходством. Существует ряд причин, которые обуславливают конкурентные преимущества компании:

- национальные детерминанты (определенные условия страны или политики государства);
- специфические характеристики отрасли;
- особенности ведения бизнеса компанией;
- свойства предлагаемых фирмой товаров или услуг.¹³

На государственном же уровне, конкурентоспособность во многом зависит от экспортного потенциала, а также величины и качества сырьевой базы.

Говоря же конкретно о конкурентоспособности в автомобильной отрасли, то она зависит от огромного числа меняющихся во времени факторов, которые к тому же различаются на разных стадиях жизненного цикла компании. Если говорить о рынке легковых автомобилей, то можно выделить следующие факторы успеха:

- технологические (наличие опыта использования НИ-ОКР);
- производственные (формулой успеха здесь можно назвать сочетание высокого качества продукции и низкий уровень издержек);
- грамотный маркетинг (раскрутка бренда, увеличение дилерской сети, диверсификация линейки производства);
- организационные (планирование, контроль и координация производства на всех стадиях, продуманная система информационного обеспечения).

¹³ Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пос. / А.К. Александров; под общ. ред. В.М. Круглика. – Мн.: Новое знание; ИНФРА-М, 2013

Отличительной особенностью рынка автомобилей является то, что каждая марка автомобилей представляет не просто набор определенных качеств, но и ассоциируется с целой историей компании и бренда. Согласно исследованиям, потребитель в первую очередь акцентирует свое внимание на бренде автомобиля и лишь потом на индивидуальные характеристики той или иной марки. Существует деление автомобилей на международные, такие как Тойота, Фольксваген, Форд, которые популярны по всему миру, и национальные, которые преимущественно производятся только для внутреннего рынка, такие как Лада, ТАТА.

В настоящий момент все больше компаний, производящих автомобили, используют концепцию под названием «единая платформа», суть которой заключается в создании нескольких типов кузовов на одной технологической базе. Главным плюсом данной системы является возможность снижения общих издержек за счет производства различных моделей на одном конвейере, и, соответственно, отпадает необходимость в дополнительных производственных линиях. Наибольшего успеха здесь добился немецкий автомобильный гигант – Фольксваген. Большинство моделей данного концерна, такие как Golf, Jetta, Polo, Tiguan, могут выпускаться на одной платформе.¹⁴

Также не стоит забывать, что времена, когда потребителю была важна только функциональность автомобиля, давно прошли, сейчас же компании должны удовлетворять и эстетическим, и экологическим требованиям. Именно здесь постоянно внедряются и используются инновационные технологии для создания машин-гибридов, электромобилей и многого другого. Существенным конкурентным преимуществом также является возможность приобретения автомобиля в кредит, особенно учитывая современные реалии последних

¹⁴ <http://www.icss.ac.ru/> - Институт комплексных стратегических исследований

лет, которые показали, насколько современное общество стало зависимо от кредитования. Именно поэтому различные ТНК создают финансовые институты, делающие упор на автомобильное кредитование, а дилерские сети строят партнерские отношения с банками, которые позволяют значительно ускорить оформление кредита на покупку авто.

Следуя из всего вышеперечисленного, стоит отметить, что именно за счёт конкуренции потребитель может рассчитывать на лучшее качество, низкую стоимость изготавливаемой продукции. Ведь в создании конкурентных преимуществ компании постоянно совершенствуют процесс производства автомобилей.

Автомобилестроение является одной из наиболее важных отраслей мировой экономики. В производстве автомобилей занято более 12 миллионов человек во всем мире, собирающих ежегодно более 100 миллионов машин. Также стоит отметить, что один сотрудник, занятый в производстве автомобилей, обеспечивает работой еще 15 человек, занятых в смежных отраслях.

Как и в других отраслях производства, в автомобилестроении присутствует ряд барьеров, мешающих входу новых конкурентов, либо выход на мировой рынок:

– стратегические барьеры (сопряжено со значительными капиталовложениями). Сюда относят организационные ограничения (сложность в технических процессах производства, дифференциация производства, создание логистической составляющей и др.), экономические (различный уровень затрат на производство);

– нестратегические барьеры (сюда относятся административные ограничения – сертификаты, законы, таможенные соглашения; ограничения в связи с перенасыщением рынка – спрос значительно превышает предложение).¹⁵ Дан-

¹⁵ Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пос. / А.К. Александров; под общ. ред. В.М. Круглика. – Мн.: Новое знание; ИНФРА-М,

ные барьеры обойти значительно легче, нежели стратегические, однако и они относятся к серьезным.

Помимо этого, существует еще множество более мелких барьеров, которые невозможно перечислить.

Каждое предприятие обладает ярко выраженной спецификой производства, отличной от остальных, именно поэтому практически невозможно учесть весь перечень параметров для оценки конкурентоспособности компании. И поэтому на практике применяется разработка базового алгоритма анализа и оценки уровня конкурентоспособности предприятия:

- разработка системы показателей, которая бы качественно учитывала услуги, предоставляемых предприятиями, их значения и оценку потребителей;

- анализ и выявление факторов, определяющих уровень конкурентоспособности данной компании;

- мониторинг услуг, предоставляемых конкурентами;

- проведение сравнения уровня конкурентоспособности предприятия с конкурирующими предприятиями, вследствие чего осуществление разработки стратегии дальнейших действий.¹⁶

Посредством все большего развития финансовых, торговых, производственных, технологических аспектов компании из национальных развиваются в транснациональные, они стремятся занять все ценовые и региональные сегменты рынка. Именно в связи с этим, автомобильная отрасль превратилась в поистине глобальную, где постоянно происходят различные слияния и поглощения более мелких компаний. Это происходит для более уверенного вхождения или удержания первенства в том или ином сегменте рынка. Так, например, для выхода на американский рынок, японские ТНК объединились с компаниями Большой детройтской тройки, вследст-

2013

¹⁶ <http://www.pwc.ru/> - сайт компании PricewaterhouseCoopers

вие чего были разработаны совместные марки автомобилей. Обе стороны получили определенные конкурентные преимущества: Япония с легкостью вышла на американский рынок, а американские компании переняли стили управления и получили доступ к новым технологиям производства. Стоит добавить, что за счет подобных альянсов происходит снижение издержек производства, так как происходит тесная кооперация, создание совместных сбытовых линий и маркетинговых стратегий.

Также не стоит забывать, что очень важной чертой всех автомобильных транснациональных компаний является географическая дифференциация управленческих, производственных и научно-исследовательских функций предприятия. В итоге была сформирована одинаковая для всех автомобилестроительных ТНК иерархическая территориальная структура:

- размещение штаб-квартир корпораций в крупнейших мегаполисах мира;

- размещение центров научно-технического развития, а также высокотехнологических производств в развитых странах мира;

- перенос производственных центров, заводов в развивающиеся страны или страны с переходной экономикой.¹⁷

В заключение стоит отметить, что именно выработка конкурентных преимуществ, постоянный анализ и их оценка являются основой успешного бизнеса в автомобильной отрасли, так как в настоящее время это один из наиболее быстро развивающихся сегментов рынка. Компаниям приходится выбирать: постоянно совершенствовать управленческую и производственную часть, то есть быть конкурентоспособными, или быть поглощенными более развитыми компаниями.

¹⁷ <http://www.icss.ac.ru/> - институт комплексных стратегических исследований

Список использованной литературы:

1. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пос. / А.К. Александров; под общ. ред. В.М. Круглика. – Мн.: Новое знание; ИНФРА-М, 2013
2. <http://www.pwc.ru/> - сайт компании Pricewaterhouse-Coopers
3. <http://www.icss.ac.ru/> - институт комплексных стратегических исследований

**ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ
УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ
В КОМЕРЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ ЭКВАДОРА
КАК ЧАСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СТРАНЫ**

Вергара Сурига Э.Х.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Особое значение для развития экономики Эквадора сегодня приобретает совершенствование систем управления человеческими ресурсами в коммерческих компаниях, ведущих свою деятельность на территории страны.

Построение эффективной и гармоничной системы управления человеческими ресурсами как важнейшим конкурентным фактором компаний развивающихся стран на мировом рынке, приобретает сегодня особую актуальность и для руководителей эквадорских предприятий. Такие кадровые технологии, как набор и отбор персонала, адаптация, стимулирование труда, оценка персонала, обучение и развитие кадров должны строиться с учетом не только специфики деятельности компаний, но и с учетом национальных особенностей, поставленных перед компанией стратегических целей, а

также в соответствии с передовым опытом ведущих международных корпораций.

Все проблемы, стоящие сегодня перед эквадорскими предприятиями, связаны и с проблемами в области управления человеческими ресурсами, чтобы решить данных проблем предлагается комплекс рекомендаций, позволяющих компаниях Эквадора совершенствовать системы управления человеческими ресурсами и достигать устойчивого развития в условиях нестабильности внешней среды в постоянно изменяющемся мире.

Так, набор кадров в Эквадоре чаще всего происходит через печатные СМИ (газеты и журналы по поиску работы), интернет-сайты, базы биржи труда, кадровые агентства, а также личные знакомства. В Эквадоре лишь 68% компаний используют компьютеры, а доступ к интернет имеют 82%, что ограничивает область применения новых технологий поиска кадров.¹⁸

Представляется важным предложить для компаний Эквадора более активное применение в процедурах набора кадров информационные технологии, в частности социальные сети и блоги, какие сегодня являются не только популярными, но и достаточно эффективным средством поиска потенциальных работников в странах Северной Америки и Западной Европы. Среди популярных в мире соцсетей, которые могли бы использоваться в компаниях Эквадора - LinkedIn, Facebook, Xing, Twitter, и другие. В свою очередь, использование социальных сетей и блогов для привлечения квалифицированных специалистов представляет для компаний ряд серьезных преимуществ: сокращение финансовых затрат на поиск специалистов посредством других источников набора

¹⁸ Эл комерсио. 82% PyMES имеет доступ к интернету, но его использование ограничено отправкой электронной почты. 19-07-2015. Интернет ресурс. [Режим доступа]: <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>

(например, кадровые агентства); упрощение процесса набора; сокращение времени набора и пр.

Особые проблемы в области управления человеческими ресурсами на предприятиях Эквадора можно выделить и в процедуре оценки персонала. Среди методов оценки человеческих ресурсов сегодня должны применяться не только традиционные (интервью, анкетирование и пр.), но и более сложные, комплексные, а поэтому более достоверные оценочные методики: психологическое тестирование, ассесмент-центр, метод управления по целям, 360-градусная аттестация и пр.

Особое внимание следует уделить обучению и развитию человеческих ресурсов в компаниях страны. Обучение и подготовка кадров помогает искоренять такие проблемы как низкая производительность, отсутствие качества в производстве, расточительность в расходовании материалов, производственные травмы в результате недостаточно квалифицированного использования оборудования или техники и пр. Обучение кадров может происходить не только внутри компании посредством наставничества, обучающихся семинаров, тренингов, но и вне компании (стажировки, кратковременное обучения в национальных или международных центрах обучения и пр.)

В реализации такой технологии управления человеческими ресурсами как стимулирование труда для эквадорских работодателей автором предложены такие рекомендации, как: изучение зарубежного опыта стимулирования труда персонала и его грамотная адаптация к национальной специфике; всестороннее изучение потребностей, мотивов и интересов работников на предприятиях путем проведения регулярных опросов, грамотное сочетание материальных и нематериальных стимулов. Необходимо отметить, что наиболее значимый метод стимулирования для сотрудников эквадорских компаний по-прежнему остается материальный. Так, материальное стимулирование ориентировано на объективную за-

интересованность сотрудников в получении материальных выгод, повышающих их благосостояние, и выражается в поощрении работников денежными выплатами по результатам трудовой деятельности. Внедрение материальных стимулов позволяет регулировать поведение объектов управления на основе использования различных денежных выплат.¹⁹ К основным формам материального стимулирования относят такие, как: заработная плата, премии, проценты от выручки или прибыли, опционы и т.д.²⁰

Заработная плата и премии являются традиционными методами материального стимулирования в компаниях Эквадора. Согласно данным консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers (PwC) в 2015 году средний рост заработной платы в Эквадоре составил 4,87%. В соответствии с прогнозами данной компании, в 2016 году в связи с мировой экономической ситуацией, которая также серьезно отражается на экономике Эквадора, в стране ожидается рост заработной платы ниже, чем в 2015 году - 4,69%.²¹

Чтобы повысить мотивацию человеческих ресурсов на средних и малых предприятиях Эквадора, где зарплаты остаются достаточно низкими и не обладают мотивационным эффектом, предлагается расширять набор нематериального стимулирования. Моральное стимулирование ориентировано на использование интеллектуального, морального, кадрового и прочих стимулов.

¹⁹ Адамчук В.В. и др. Экономика труда: Учебник / В.В. Адамчук, Ю.П. Кокин, Р.А. Яковлев; Под ред. В.В. Адамчука. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2011. – 431 с.

²⁰ Огарков А.А. Управление организацией.- М.: Эксмо, 2006. - с. 239.

²¹ ЭЛ УНИВЕРСО. Заработная плата будет расти 4,69% к 2016 году. Интернет ресурс - <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/19/nota/5248605/sueldos-subirian-469-2016-segun-encuesta>

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ СТРАНЫ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Вергара Сурита Э.Х.

*Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

В современных странах методология управления человеческими ресурсами представлена сложнейшей системой, включающей различные методы и инструменты, при помощи которых реализуется контроль, управление, стимулирование, развитие и другие формы управления человеческими ресурсами. Среди основных методов можно выделить три группы, включающие, в свою очередь, комплекс разнообразных методик и управленческих технологий: административные, экономические и социальные методы управления.

Административные методы управления человеческими ресурсами представлены штрафами, административным арестом, исправительными работами, конфискацией имущества и пр. Данные методы используются при совершении индивидами административных нарушений. Административные методы базируются на системе государственных законов, указов, постановлений, положений, государственных стандартов и других документах, устанавливаемых высшими структурами управления государства и подлежащих исполнению на территории всей страны.

Система экономических методов управления человеческими ресурсами страны наиболее чаще представлена государственным регулированием, прогнозированием, планированием (например, планирование численности населения, прироста населения и пр.), финансированием, кредитованием, экономическим стимулированием, налоговой политикой, ценообразованием, инвестиционной политикой.

Особую роль в методологии и практике управления человеческими ресурсами страны в современных социально-экономических отношениях занимают социальные методы управления, направленные на реформирование социальных институтов, систем и процессов и реализующиеся через социальную политику государства.

Социальная политика решает текущие и перспективные проблемы общества, учитывает интересы различных слоев населения, содействует социальному прогрессу. Экономически для общества социальная политика, на первый взгляд, не выгодна, но на самом деле, если учитывать тот факт, что люди представляют сегодня ключевой ресурс экономики любой страны, можно найти здесь и экономические мотивы [1]. Сегодня социальная политика государства понимается как экономическая деятельность, направленная на социальную защиту населения, и являющаяся одной из важнейших функций государств. Экономическая составляющая в социальной политике проявляется в деятельности субъектов системы социальной защиты населения по созданию ресурсной базы и комплекса условий, обеспечивающих средства существования и развития человеческих ресурсов страны.

Принципами применения социальных инструментов должны являться экономическая и политическая свобода индивида, регулярный контроль за выполнением законодательства в области социальной защиты, создание соответствующих условий социальной жизни населению, социальная справедливость, гендерное равенство, участие граждан в государственном управлении и общественной жизни.

Среди социальных методов управления человеческими ресурсами можно выделить следующие: социальная защита, демографическая политика, образовательная политика, здравоохранение, политика в области культуры и спорта, политика в области туризма, политика в области НИОКР, коммунальное и бытовое обслуживание населения, регулирование рынка труда и др.

Каждое направление социальной политики состоит из разнообразных инструментов, реализующих в полной мере то или иное направление. Так, демографическая политика реализуется через такие механизмы как: регулирование численности населения, управление миграцией, обеспечение гендерного равенства, управление урбанизацией и пр.

Так, регулирование численности населения может происходить через реализацию следующих инструментов: регулирование численности населения через экономическое развитие страны, регулирование численности населения через программы планирования семьи, регулирование численности населения через социально-экономические преобразования в обществе. Первое направление базируется на положении о том, что при переходе страны в разряд промышленно развитых стран, показатели смертности и рождаемости падают и начинает сокращаться численность населения. Второй инструмент – регулирование численности населения через политику планирования семьи может быть реализован посредством использования следующих технологий: контроль рождаемости, улучшение медицинского обслуживания граждан, пропаганда оптимизации численности семьи. Данный подход особо актуален в странах третьего мира, где уровень образованности находится на крайне низком уровне. Третий инструмент, обеспечивающий реализацию процесса регулирования численности населения страны – регулирование численности населения через социально-экономические изменения – характеризуется использованием экономических стимулов (вознаграждений, льгот, или наоборот, штрафов) в целях регулирования (повышения или сокращения) рождаемости. Кроме того, расширение прав женщин в области образования находится в прямой зависимости от сокращения рождаемости в стране.

Среди инструментов миграционной политики государства можно выделить следующие: программы по социально-психологической интеграции мигрантов в социальную

среду; предоставление материальной помощи, а также кредитов и ссуд мигрантам на льготных условиях; помощь в жилищном устройстве; обучение и переподготовка приезжающих граждан; государственная поддержка регионов, где миграционные потоки наиболее активны; программы по регулированию миграционного потока. Миграционная политика должна базироваться на таких принципах как обеспечение прав граждан на свободу передвижения, гарантия защиты трудящихся мигрантов, помощь в социально-психологической адаптации мигрантов, справедливость в отношении мигрантов и недопущение дискриминации по половому, расовому, этническому, возрастному и другим признакам.

Среди такого социального направления управления человеческими ресурсами, можно назвать политику гендерного равенства. Гендерное равенство рассматривается как равная оценка обществом схожести и различия между полами и их ролями, выполняемыми в социуме, а также наделением полов равными статусами посредством предоставления им одинаковых условий для реализации их прав и потенциала. Гендерная справедливость может быть охарактеризована как справедливое отношение к полам, а также процесс реализации программ обеспечения равенства полов, устранения традиционных стереотипов, мешающих женщинам реализовывать прав и индивидуальный потенциал. Среди основных направления реализации политики гендерного равенства можно выделить основные: преодоление всех проявлений дискриминации по половому признаку, создание политических предпосылок и необходимых социальных условий для более полной реализации природных способностей представителей полов во всех сферах трудовой и общественной жизни. В основе гендерной политики лежат общепризнанные международные нормы, зафиксированные во Всеобщей декларации прав человека, Конвенции о политических правах женщин, Конвенции о ликвидации всех форм дискриминации

в отношении женщин, Платформе действий Четвертой Всемирной конференции по положению женщин, Итоговых документах Генеральной Ассамблеи ООН и других документах.

Социальная защита, в свою очередь, состоит из таких инструментов как различные пособия (по безработице, болезни и инвалидности, детские пособия и мн. другие), пенсионное обеспечение, защита социальных прав граждан.

Социальная защита населения является важнейшей составляющей социальной политики любого государства. Впервые понятие «социальная защита» возникло в США сначала в законе о социальной защите, принятом в рамках политики нового курса Ф.Д. Рузвельта в 1935 г., а позднее, в 1940-х годах, в документах Международной организации труда (МОТ) [2]. Как экономическая категория социальная защита представляет собой систему распределительных отношений, в процессе которых за счет части национального дохода образуются и используются общественные фонды денежных средств материального обеспечения и обслуживания граждан. В этом смысле социальное обеспечение включает соответствующее обеспечение всех членов общества, независимо от источника образования фондов и организации обеспечения. Таким образом, социальное обеспечение является заботой государства о человеке, утратившем полностью или частично способность трудиться [3].

В 1952 году Международная организация труда приняла Конвенцию №102, содержащая расширенную концепцию социальной защиты, провозглашающей право всех членов общества на социальную помощь вне зависимости от трудового стажа и размера выплаченных страховых взносов. В данной Конвенции также выделяется девять направлений, по которым должна быть оказана данная помощь: медицинское обслуживание, пособия по болезни, пособия по безработице, пенсии по старости, пенсии по производственному травматизму, пособия в связи с рождением ребенка, семей-

ные пособия, пособия по инвалидности, пособия по случаю потери кормильца [4].

Государственная политика в области образования, как целенаправленного процесса обучения и воспитания индивида в интересах самого индивида, а также общества и государства, является одним из важнейших инструментов социальных методов управления человеческими ресурсами. Она должна базироваться на следующих основных принципах: положении о свободном развитии личности, гуманистическом характере образовательного процесса, уважении к правам и свободам человека, доступности образования всем категориям гражданам не взирая на место их проживания, расовую и этническую принадлежность и пр., адаптивности системы образования к уровням подготовки обучающихся, светском характере образования, автономности образовательных учреждений и пр.

Для наименее развитых стран мира велико значение обязательного образования, контролирующегося государством. Обязательное образование как форма организации образования населения, при котором получение начального (в некоторых странах и среднего) является обязательной процедурой и гражданской обязанностью в соответствии с законом государства.

Политика государства в области здравоохранения является важнейшим инструментом в группе социальных методов управления человеческими ресурсами любого государства. Уровень предоставления медицинской помощи, уровень санитарной культуры населения, показатели смертности населения страны и продолжительности жизни характеризует эффективность государственных программ в сфере здравоохранения.

Сегодня во многих развитых, а также ряде развивающихся стран здоровье население возведено в категорию стратегически важной ценности общества, поэтому охрана здоровья является приоритетной областью государственной политики.

Среди инструментов политики государства в области здравоохранения могут быть рассмотрены следующие: первичная медицинская помощь, программы диспансерного наблюдения, иммунопрофилактика, развитие объектов оздоровительных учреждений, пропаганда здорового образа жизни, профилактика травматизма, охрана здоровья женщин и детей и пр.

Регулирование занятости как инструмент социальной политики государства отражает действия государства в области трудоустройства граждан, регулировании безработицы, реализации программ по обучению и переподготовке кадров. Основными задачами государственного регулирования занятости являются создание возможностей трудовым ресурсам для реализации потенциала, защита безработных граждан, расширение нетрадиционных видов занятости (например, дистанционных форм и пр.), инвестирование в человеческий капитал для последующего увеличения производительности труда. Различают пассивную и активную политику государства в области занятости. Так, к первой относятся выплаты государства пособий по безработице, ко второй – активные меры, связанные с обучением и переподготовкой безработных, создание новых рабочих мест, использование гибких форм занятости (в том числе дистанционных форм), поддержка малого бизнеса и пр.

Государственное регулирование доходов населения обусловлено опасностью значительного неравенства в распределении доходов граждан страны, а также актуализации в современном обществе развитых и ряда развивающихся стран права индивида на определенный стандарт благосостояния. Недопущение высокого уровня бедности население сегодня является одной из важнейших задач государства. Политика регулирования доходов населения осуществляется по двум важнейшим направлениям: регулирование доходов населения и перераспределение доходов через госбюджет. Первое направление реализуется через комплекс мер: регулирование

оплаты труда, индексацию доходов населения в целях защиты от последствий инфляции. Перераспределение доходов как второе направление включает следующие инструменты: взимание налогов с граждан; предоставление населению социальных услуг путем финансирования сфер образования, здравоохранения, спорта, культуры и пр.; предоставление социальных гарантий (медицинского и социального страхования, пенсионное обеспечение, систему социальной поддержки населения).

Вопросы пенсионного обеспечения являются важнейшим инструментом реализации социально-экономической политики любого государства. Первый государственный пенсионный фонд был создан в Германии в 1889 году. В конце XX века пенсионные фонды были созданы в Дании в 1891 году, во Франции в 1895 году, в Италии в 1898 году. В США в 1935 г. был создан Федеральный пенсионный фонд Social Security [5]. Сегодня пенсионные фонды ведут деятельность, представляющую собой процесс аккумулирования денежных средств и использование их для выплат пособий и пенсий участнику фонда.

Жилищная политика, проводимая государством, реализуется посредством таких мер, как: предоставление жилья отдельным категориям граждан, а также льгот на строительство, покупку и аренду жилья; минимизация налоговых ставок на покупку жилья; оплата социального жилья; предоставление государственных займов на покупку жилья; предоставление субсидий на ремонт и улучшение жилищных условий; регулярный мониторинг жилищного строительства и цен на жилье; развитие долевого строительства; ипотечное кредитование и т.д.

В условиях роста значения общества знаний растет роль государственной политики в области НИОКР. Ускоренный научно-технический прогресс, рост значения международной конкурентоспособности производимых в стране товаров и услуг, делает данное направление предельно актуаль-

ным. Выработка максимально эффективной системы управления инновациями, расширения числа инновационных компаний, обучение человеческих ресурсов и развитие человеческого потенциала, занятого в данной сфере, - сегодня является важнейшими задачами государства в области применения социальных методов управления человеческими ресурсами.

Туризм, как одно из актуальных сфер и источников государственных доходов особенно развивающихся стран, сегодня нуждается в серьезном государственном управлении. Сфера туризма выступает в качестве инструмента социальной группы методик управления человеческими ресурсами, а развитие внутреннего и внешнего туризма, достижение доступности его населению, повышение качества туристических услуг, обеспечение новых рабочих мест делает данную сферу одной из важнейших и приоритетных направлений стран с развивающейся экономикой.

Политика государства в области развития культуры и спорта нацелена на выполнение следующих важнейших функций: координация культурно-просветительской работы учреждений культуры и спорта; финансовая помощь учреждениям культуры; поддержка народных промыслов; методическая поддержка учреждений культуры и спорта; выдача лицензий на ведение коммерческой деятельности в сфере культуры и спорта; осуществление контроля над финансово-хозяйственной деятельностью учреждений культуры и спорта и пр.

Все перечисленные выше инструменты являются базовыми для социально-экономического развития страны на современном этапе. Если раньше определяющей целью жизнедеятельности компаний и владельцев предприятий было обогащение, то в ходе эволюции подходов к ведению бизнеса изменились и подходы к управлению человеческими ресурсами. Благодаря новым управленческим подходам и отношению к индивиду как важнейшему элементу производственной деятельности каждой компании и главной составляющей

процветания государства, развитые страны (США, Япония, ряд стран Западной Европы) смогли достичь высокой эффективности и устойчивости экономического развития, а также успешно решили многие социальные проблемы, в том числе и по управлению человеческими ресурсами [6].

Обычно «чистый» рынок не учитывает социальные аспекты, присущие экономике. Эти проблемы призвано решать государство, путем реализации социальной политики для того чтобы обеспечивать минимальный уровень социальных гарантий, создать благоприятные условия для жизнедеятельности людей, поддерживать оптимальные отношения между доходами активной части населения и нетрудоспособными гражданами, обеспечить население минимальными размерами оплаты труда, пенсий, социальным страхованием, реализовать программы по содержанию и обслуживанию престарелых граждан и инвалидов, создать условия для укрепления здоровья населения, роста его образованности и культуры, решения жилищных проблем [7].

Список использованной литературы:

1. Цзи Хун. Понимание и роль социальной политики в социально-экономической сфере современного государства // Экономика, предпринимательство и право. - 2014. - № 3 (24). - с. 9-13.
2. Антропов. В.В. Социальная защита в странах Европейского союза. История, организация, финансирование, проблемы / М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. – с. 9.
3. Заяц О.В. Экономический основы социальной работы. //Издательство Дальневосточного университета. Владивосток. - 2003.- с.7-8
4. Петухова И.В. Определение понятия «социальная защита населения». //Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. - 2012. [Электронный ресурс] - <http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1171--1-r>

5. Иванова Е.И., Сидорня А.А. Мировой опыт развития пенсионных систем: Обще мировые тенденции и межтрановые различия.// VIII Студентческая международная заочная научно-практическая конференция «Молодежный научный форум: общественные и экономические науки». - Интернет ресурс - <http://nauchforum.ru/node/2318>

ТРАДИЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ОЦЕНКЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КИТАЯ

Гао Фэн

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

В настоящее время КНР является страной с самыми многочисленными человеческими ресурсами. Население страны продолжает свой рост, хотя, нужно признать, что темпы прироста населения в последние годы значительно замедлились. Согласно данным шестой переписи населения, проведенной в 2010 году, численность жителей КНР составила 1326691000 человека [2].

По переписи 2012 года в мире проживало около 1355387000 китайцев. В 2013 году численности населения Китая равнялось 1362514000 человека. В 2014 году численность населения составляла 1376049000 жителей (таблица 1)

Таблица 1

Численность населения КНР в 2010–2015 гг.

гг.	2010	2011	2012	2013	2014	2015
тыс.	1 326	1 333	1 355	1 362	1 369	1 376
чел.	691	807	387	514	436	049

Источник: составлено автором по материалам: Обзор Организации Объединенных Наций «Мировые демографические

перспективы». 2015, в формате PDF 2015."United Nations World Population Prospects: The 2015 Revision "(PDF) [Электронныйресурс] – Режим доступа: http://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/World_Population_2015_Wallchart.pdf ; United Nations Statistics Division – National Accounts [Electronic resource]. – Режимдоступа: <http://unstats.un.org/unsd/snaama/dnllist.asp>

Согласно прогнозам специалистов в области народонаселения, к 2030 году ожидается сокращение естественного прироста населения до таких показателей, что в стране начнется естественная убыль населения. Так, к 2030 году ожидается, по оценкам экспертов ООН, что естественный прирост населения страны сократится, а после 2035 года будет иметь отрицательное значение (ожидается, что в 2020 году численность населения страны составит 1387000 человек, а к 2030 году – 1393000 жителей) [2]. В стране сделан вывод: максимальную его численность необходимо ограничить 1,6 млрд. Если она превысит 1,8 млрд, Китай столкнется с катастрофой. Актуальная задача: в ближайшие 15 лет (2006–2020 гг.) численность населения не должна превысить 1,5 млрд. человек [10].

Реализация программы планирования рождаемости позволила замедлить темпы роста населения. С конца 1990–х годов страна вступила в полосу его старения. Численность населения старше 65 лет достигла 137550000 человек, превысив 10% населения страны (Таблица 2). По прогнозам, в предстоящие 50 лет численность пожилого населения будет увеличиваться на 3,3% в год. К 2040 г. она достигнет 397 млн. человек, то есть превысит нынешнее население Франции, Германии, Италии, Японии и Англии, вместе взятых.

Таблица 2

Возрастная структура населения КНР в 2011–2015 гг.

	2011	2012	2013	2014	2015
0–14	2216400 00	2228700 00	2232900 00	2255800 00	2422893 25
15–64	1002830 000	1004030 000	1005820 000	1004690 000	1013336 394
Старше 65	1228800 00	1271400 00	1316100 00	1375500 00	1219574 37

Источник: “National Bureau of Statistics of the People’s Republic of China” URL:<http://www.stats.gov.cn>

Китай в XXI в. станет страной с самым крупным пожилым населением. Темпы старения населения будут опережать темпы модернизации страны.

Старение населения сделало чрезвычайно актуальной задачу создания и совершенствования системы социального страхования и социального обеспечения. Ситуация осложняется из-за специфических процессов на рынке рабочей силы.

Одна из важнейших демографических и социальных проблем состоит в том, что темпы роста числа пожилых людей опережают уровень экономического развития страны. В Китае период старения населения занял примерно 20 лет. За это время ВВП в расчете на душу успел достичь немногим более 1000 долл. Особенность Китая проявляется также в том, что за эти годы в стране не была создана современная система социального страхования и социального обеспечения.

Особую тревогу вызывает искусственно создаваемая населением диспропорция в половой структуре новых поколений. В условиях более чем скромного уровня жизни родители, лишенные социального страхования и социального обеспечения, стремились рожать мальчиков, но не девочек. (Таблица 3)

Таблица 3

Коэффициент экономической активности населения % лиц в
возрасте 15 лет и старше

Женщины	Мужчины
2012	2012
63,8	78,1

Источник: Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) / United Nations Development Programme (UNDP). URL: <http://hdr.undp.org/>

Диспропорция между полами достигла внушительных величин, обрекающих в будущем десятки миллионов молодых мужчин на бесперспективный поиск супруги. С 2005 г. мужчины, родившиеся в 1985 г., стали сталкиваться с проблемой поиска жены и создания семьи. Подсчитано, к 2020 г. число молодых мужчин брачного возраста в 20–29 лет будет примерно на 39 млн больше, чем женщин. Как с тревогой отмечают китайские авторы, эта обстановка будет отрицательно влиять на экономическое развитие, социальную стабильность, снижать качество жизни.

В 2014 г. численность занятого населения в городах превысила 393100000 человек. Если бы работающие горожане в Китае были столь же образованы и квалифицированы, как американцы, и имели возможность трудиться в столь же технически, технологически, организационно и экономически развитом хозяйстве, Китай мог бы стать самой мощной державой мира. Преодолеть отставание во всех этих отношениях в принципе возможно. Проблема, однако, носит более масштабный характер. Более 379430000 человек заняты в деревенской экономике. По разным оценкам китайских специалистов, в конкурентоспособном сельском хозяйстве должно работать не более 150–170 млн человек. Следовательно, предстоит найти работу и обеспечить социально-бытовые условия жизни для нескольких сотен миллионов людей. Эта

грандиозная задача не имеет аналогов в современной истории человечества. (Таблица 4)

Таблица 4

Занятость населения КНР в 2010–2014 гг.

	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Занятость населения</i>	76105 0000	76420 0000	76704 0000	7697700 00	77253 0000
<i>Занятость городского населения</i>	34687 0000	35914 0000	37102 0000	3824000 00	39310 0000
<i>Занятость сельского населения</i>	41418 0000	40506 0000	39602 0000	3873700 00	37943 0000

Источник: “National Bureau of Statistics of the People’s Republic of China” URL: <http://www.stats.gov.cn>

К 2020 г. по расчетам, общая численность трудоспособного населения составит уже 940 млн. человек или примерно 65% всего населения (в 2005 г. – 72%). Если ежегодно будут создаваться 8–10 млн. новых рабочих мест, то есть как в 2000–е годы, и в города прибудет 150–200 млн. излишних работников из деревень, то напряженность на рынке рабочей силы станет чрезвычайной.

Китай завершил XX век со сложным наследством. С одной стороны, экономика набрала высокие темпы роста. Достигнуты впечатляющие результаты на внешних рынках. В страну поступили сотни миллиардов прямых иностранных инвестиций. Предприятия, созданные благодаря активному выходу КНР на мировые рынки, стали определять масштабы и темпы внешнеторговой деятельности страны. Благодаря опережающим темпам роста экспорта по сравнению динамикой импорта КНР смогла накопить огромные ресурсы, насчитывающие миллиарды долларов. В стране возникли совершенно новые отрасли промышленности, способные произво-

дить высококачественные товары и поставлять на рынок самую современную продукцию.

С другой стороны, обострились проблемы на внутреннем рынке, осложнились социальные противоречия. Впечатляющий старт реформ, обеспеченный массовым крестьянским движением, остался в истории. Состояние сельского хозяйства, деревень, положение крестьянства создали комплекс наиболее сложных и болезненных проблем страны. В городах возникли группы как «новых китайцев», так и «новых бедняков». Сложился огромный разрыв в доходах отдельных категорий населений. Снова стала быстро увеличиваться численность безработных.

Таблица 5
Уровень зарегистрированной городской безработицы в КНР в 2010–2014 гг

	2010	2011	2012	2013	2014
зарегистрированная городская безработица	90800 00	92200 00	91700 00	92600 00	95200 00
Уровень безработицы %	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1

Источник: “National Bureau of Statistics of the People’s Republic of China” URL: <http://www.stats.gov.cn>

И хотя официальные показатели безработицы в Китае в пределах 4,1% в год (что является одним из низких показателей безработицы в мире), реальная безработица в Китае значительно выше. Это объясняется тем, что при расчете официального показателя безработицы не учитывается занятость выпускников вузов, а также сельского населения (по ряду данных, четверть крестьян сегодня не имеют официальной работы).

В последние десятилетия политика правительства КНР была нацелена на сбалансированность демографической

структуры, среди которой важным направлением являлось активное сокращение роста численности населения [2]. Однако, необходимо признать, вопросу качественного изменения структуры человеческих ресурсов уделялось недостаточное внимание.

Похоже, что в Китае под влиянием международных и особенно внутренних противоречий происходят процессы, последствия которых в полном объеме пока трудно охарактеризовать. Тем не менее на некоторые из них целесообразно обратить внимание уже сейчас, поскольку они стали постоянными темами обсуждения в Китае и в мировой прессе.

Во-первых, благодаря гигантской численности, низкой стоимости и дисциплинированности рабочей силы Китай превратился в мощный магнит, притягивающий к себе иностранный капитал. Власти со своей стороны стремятся максимально способствовать привлекательности страны в глазах международного капитала.

Во-вторых, Китай превратился во всемирную обрабатывающую фабрику при экономически развитых государствах, экспортирующую дешевую продукцию на мировые рынки. Ни одна крупная страна не может выпускать более конкурентоспособную продукцию многих наименований, чем Китай. В целом ряде стран отток капитала начинает грозить замедлением производства и ростом безработицы, а следовательно, последующим снижением покупательной способности населения и возникновением дефляции.

В-третьих, в самом Китае проводятся эксперименты по ликвидации сельской прописки и допущению свободного трудоустройства безработных крестьян в городах. Это нововведение, с одной стороны, неизбежно создаст определенный запас прочности для конкурентоспособности китайской продукции на мировых рынках. С другой стороны, оно вызовет ломку социальных устоев китайского общества – разрушение его сословного характера. Общество должно будет стать современным, отличающиеся социальной и территориальной

мобильностью населения. В результате будет сопровождаться изменениями в социальном положении гигантских масс городского и особенно сельского населения.

Процесс реформирования предусмотрен целым рядом решений высших органов власти и продиктован необходимостью преодоления последствий мирового экономического кризиса. Меры по развитию экономики внутренних районов страны, подъему сельского хозяйства, переустройству деревни, повышению доходов крестьянства, развитию всей социальной сферы в перспективе способны привести к изменению всего строя жизни народа. Китай медленно, но неуклонно идет по пути расставания со статусом страны, обладающей самым многочисленной и дешевой рабочей силой. В стране начала постепенно меняться модель экономического роста.

Список использованной литературы:

1. Баженова Е.С. Новые аспекты демографической ситуации в КНР // Китайская народная республика: политика, экономика, культура. Сборник научных статей. М.: ИД Форум. 2014. С. 193
2. Гао Ф., Мин У. Роль правительственных программ КНР в области образования и их влияние на развитие человеческих ресурсов страны // Проблемы экономики и менеджмента НПЖ. 2015. С. 198 – 201
3. Плесский Н.С. Бедность в современном Китае: Основные черты и региональные различия // Фундаментальные исследования. 2015. № 2–20. С. 4443–4447.
4. Фэнган У. Исследование устойчивого развития урбанизации в Китае // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. 4 (40). С. 165.
5. Ху Аньган, Ян Илун, Вэнь Син. Жонь гуо 2030: май сиан гонг тонг фу юй (Китай – 2030: вперед к всеобщей зажиточности.) Ху Аньган, Ян Илун, Вэнь Син. Изд. Цинг хуа да хуе чу бан ше, 2011. С. 186

6. Газета «Эксперт–Казахстан» – <http://expertonline.kz>
7. Обзор Организации Объединенных Наций «Мировые демографические перспективы». 2015, "United Nations World Population Prospects: The 2015 Revision " – http://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/World_Population_2015_Wallchart.pdf
8. Портал «Счетчик населения» – <http://countrymeters.info/ru/China>
9. Программа развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) / United Nations Development Programme (UNDP) – <http://hdr.undp.org/>
10. Решение об усилении работы с населением и плановой рождаемостью, едином планировании демографических проблем – http://www.gov.cn/idhd/2007-01-22/content_503645.htm
11. Сайт «Китайские пространства» – <http://sinospaces.ru>
12. Сайт «Статистика населения мира» – <http://www.populstat.info/>
13. National Bureau of Statistics of the People's Republic of China – <http://www.stats.gov.cn>
14. United Nations Statistics Division – <http://unstats.un.org/unsd/default.htm>

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКХ РЕСУРСОВ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА

Гао Фэн

*Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

Человеческие ресурсы страны могут быть оценены при помощи ряда методик, среди которых: перепись население, социологические опросы, регистры учета населения, выбо-

рочные демографические исследования и пр. В рамках данных методик происходит оценка по рассмотренным выше оценочным критериям (численность и плотность населения, половозрастной и национальный состав, критерии трудового населения, показатели миграции, урбанизации, показатели трудового населения, а также современные оценочные индексы).

Так, перепись населения как сплошной массовый учет населения, проводимый в определенный момент по утвержденному правительством страны плану, является универсальным источником сбора информации по проживающему в стране населению. Она охватывает широкий круг всех слоев населения и учитывает ряд важнейших оценочных критериев: численность населения (по полу и возрасту), численность трудоспособного населения, национальный состав, уровень грамотности, численность населения с высшим образованием, структура занятости по отраслям, уровень доходов граждан и пр. Опросные листы в рамках переписи, состоят из трех основных частей: адресная часть (имя и адрес переписываемого), основная часть (биографические данные переписываемого: пол, возраст, национальность, вероисповедание, родной язык, брачное состояние, количество детей, уровень образования, длительность проживания на данной территории и пр.); вариативная часть (вопросы, связанные с задачами текущего момента: например, вопросы по условиям проживания, вопросы, связанные с источниками и уровнем дохода и т.д.)

И хотя перепись является традиционной и давно применяемой в большинстве государств мира методикой оценки человечески ресурсов страны, высокий уровень финансовых и временных затрат, а также техническая сложность проведения, свойственные процедуре переписи, делают данный метод ограниченным временными рамками (перепись проводится не чаще одного раза в пять лет).

Как правило, перепись проводится в виде самоисчисления (т.н. почтовый опрос), какой характерен для многих западноевропейских стран; методом явочного опроса (жители приходят на специально созданные во время переписи пункты) и методом прямого опроса (оценщики-регистраторы посещают каждого жителя страны в их местах проживания). Очевидно, что последний метод более затратен и дорогостоящ, поэтому чаще применяются первые две оценочные методики (причем, нередко их комбинация): самоисчисление и опрос (к примеру, в городской местности перепись проводится методом самоисчисления, а в сельской – методом опроса).

Среди основных принципов переписи населения, на которых строится данная процедура, необходимо выделить следующие: всеобщность (охват процедурой переписи всего населения страны), одномоментность (перепись должна проводиться в краткие временные рамки на территории всей страны, как правило, от 1 до 7 дней), конфиденциальность, регулярность (проведение переписи через равные промежутки времени²²), поименность (перепись должна проводиться с указанием каждого объекта переписи (жителя страны)).

Следующим методом анализа структуры и качественного состава человеческих ресурсов государства являются выборочные демографические обследования, которые проводятся, к примеру, на определенных территориях страны, или среди отдельных групп населения (например, среди пенсионеров или молодых кадров, коренного населения и мигрантов и пр.) Выборочную перепись также принято относить к методам выборочных демографических исследований.

²² Согласно рекомендациям Статистической комиссии ООН, переписи должны проводиться раз в 5 или 10 лет в годы, оканчивающиеся соответственно на 5 или 0, или близкие к ним. Это необходимо для обеспечения сопоставимости данных по разным странам мира и для расчета численности населения мира.

Регистры населения как метод оценки человеческих ресурсов страны являются административным учетом населения, основанным на постоянном и обязательном учете каждого человека, проживающего в государстве. Регистры населения имеют огромную практику и давнюю историю (были созданы в XVIII веке в Европе), а сегодня являются важнейшей методикой оценки человеческих ресурсов более чем 60-ти стран мира. Современные регистры населения ведутся в формате автоматизированной системы (на основе электронных баз данных).

Текущий учет населения - это сбор, накопление, обновление информации о естественном и механическом движении населения той или территории страны. Текущим учетом охватывают, как правило, рождения, смерти, прибытия, выбытия и пр. Каждое поселение ведет свою базу учета, а сведения подаются в вышестоящие органы государственного учета.

Еще одним методом оценки человеческих ресурсов страны являются социологические опросы, которые также широко применяются для решения задач по оценке человеческих ресурсов, менее затратны, могут оценивать как население всей страны, так и определенную ее часть, проводится более регулярно (в отличие от переписи), проводится на различных территориях страны, организовывается с целью решения определенных задач и пр. Подобный метод оценки человеческими ресурсами может быть использован как государственными статистическими организациями, так и частными консалтинговыми компаниями и исследовательскими агентствами, что делает социологический опрос одним из популярных методик оценки человеческих ресурсов страны.

Социологические опросы как стандартный метод сбора информации бывают как открытые (поименные), так и конфиденциальные (анонимные), которые проводятся без указания личности опрашиваемого). Кроме того, по способам проведения опросы можно разделить на: уличные (проводи-

мые на улице); телефонные (проводимые оценщиком по телефону); поквартирными (посещение оценщиков места проживания респондентов); почтовый вопрос (при котором респондент должен отправить высланную оценщиком анкету обратно); онлайн-опрос (прохождение анкетирования респондентом самостоятельно по высланной компанией-оценщиком ссылке). В настоящее время самыми популярными опросами являются онлайн-опросы, уличные и телефонные опросы. Также опросы бывают сплошные и выборочные и пр. (Таблица).

Таблица

Виды социологического опроса

Основание классификации	Виды опросов	Характеристика вида опросов
Показатели оценки	Количественный	При опросе оцениваются количественные характеристики (например, уровень дохода,
	Качественный	При опросе оцениваются качественные характеристики (например, квалификация, национальная принадлежность и пр.)
Степень открытости	Открытый	В опросных листах указываются биографические данные респондента (ФИО, пол, возраст и пр.)
	Конфиденциальный	Биографические данные респондента не указываются.
Степень выборки	Сплошной	Опрашивается все население страны (перепись), т.н. генеральная совокупность респондентов.
	Выборочный	Опрос производится определенного числа людей (определенных территории, пола, возраста, квалификации и пр.), т.н. выборочная совокупность респондентов.

Способ проведения	Уличные	Опрос респондентов происходит на улице.
	Телефонные	Опрос респондентов происходит по телефону.
	Он-лайн	Опрос респондентов происходит по анкетам, размещенных на сайтах или присланных респондентам по электронной почте.
	Поквартирные	Опрос респондентов происходит в местах проживания респондентов.
	Почтовые	Опрос респондентов происходит по анкетам, присланных им по почте.
Тип инструментария интервью	Интервью	Опрос проходит в формате интервью (беседы) по: заранее подготовленным вопросам (структурированное интервью); в произвольной форме (неструктурированное, произвольное интервью).
	Анкетирование	Опрос проходит при использовании специально подготовленной анкеты.
Степень формализации	Свободный	Опрос проводится в форме произвольной беседы.
	Формализованный	Опрос проводится строго в рамках перечня заранее подготовленных вопросов.
Тип респондентов	Групповые	Опрос проводится одновременно для группы респондентов.
	Индивидуальные	Опрос проводится в индивидуальной форме (беседе или анкетированию в формате «один - на один»).

Источник: Составлено автором

Нередко социологические опросы проводятся для выявления общественных настроений граждан с целью составления дальнейших прогнозов по социальной напряженности, уровню удовлетворенности жизнедеятельностью населения в стране и пр.

Метод социологического опроса имеет ряд важнейших преимуществ: большой опыт в проведении социологических опросов; относительная несложность в применении; возможность применения как в малых социальных группах, так и при проведении большого числа людей (национальные, международные социологические исследования); удобство при подсчете полученной информации. В рамках опросов возможно получить широкий ряд данных о населении (уровень доходов, удовлетворенность проживанием в стране, уровень квалификации и пр.) Однако, многие показатели (такие как уровень урбанизации, численность и плотность населения, прирост населения, уровень грамотности и пр.) не поддаются корректному исчислению в рамках социологических опросов. Кроме того, социологические опросы не охватывают все население, а только выборку респондентов (определенное количество человек), что также понижает достоверность данной оценочной методики.

Для достижения максимальной достоверности полученных результатов в рамках социологических опросов необходимо руководствоваться рядом важнейших принципов: наличие надежного инструментария; грамотное формирование вопросов в анкетах; создание благоприятной атмосферы в рамках опроса; грамотная подборка выборки респондентов; тщательная подготовка экспертов-оценщиков; учет типичных проблем и ошибок, допускаемых в рамках процедуры опроса и пр.

Список использованной литературы:

1. Армстронг М. Малкова И. Практика управления человеческими ресурсами, 10-е издание. – СПб.: Питер, 2012. 848 с.
2. Кибанов А. Управление трудовыми ресурсами / А. Кибанов, Е. Митрофанова, И. Эсаулова. – М. : Инфра-М, 2009. – 284 с.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Гербина Т.В.

*Всероссийский институт научной и технической информации
Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), Москва*

Региональный маркетинг выступает как активный элемент современной региональной политики и может быть эффективно использован при обосновании современной социально-экономической стратегии развития конкретного региона. Как наука, региональный маркетинг развивался на стыке экономики региона и маркетинга и его можно определить, как комплекс мер по привлечению в регион новых экономических агентов, помогающих процветанию региона в целом.

В качестве основных целей регионального маркетинга можно выделить следующие:

- оптимальное использование ресурсных возможностей с целью получения максимальной выгоды;
- увеличение конкурентоспособности предприятий региона;
- привлечение новых предприятий и инвесторов из других регионов и стран в регион;
- увеличение имиджа и инвестиционной привлекательности региона.

Наиболее значимыми для современной российской экономики являются следующие принципы регионального маркетинга:

- производить в рамках региона продукцию и услуги, востребованные рынками и конкурентоспособные на них;
- организовывать производство товаров и услуг (в том числе новых) строго с учетом результатов исследования потребностей в них, объема и динамики спроса;

- ориентироваться на конкретных потребителей как в регионе, так и за его пределами, профессионально сегментировать рынки, определять целевые сегменты и действовать именно на них;

- использовать программный подход для достижения поставленной регионом цели и определения задач на основе применения комплекса маркетинговых средств;

- обеспечивать взаимодействие и межотраслевую координацию рыночных субъектов в регионе в целях обеспечения сбалансированности спроса и предложения;

- создавать и поддерживать конкурентные преимущества как конкретных компаний, фирм, банков и других рыночных субъектов, функционирующих в региональном рыночном пространстве, а также региона в целом;

- формировать позитивный имидж как непосредственно региона, так и действующих в его рамках компаний, а также товаров, производимых на данной территории и продвигаемых на рынки под региональным брендом.

Сделать регион узнаваемыми можно путем продвижения его локальных эксклюзивных отличий. Каждый регион обладает определенным имиджем. Причем, региональный имидж – достаточно субъективное понятие. Он представляет собой искусственно создаваемый образ, складывающийся в сознании людей. Имидж региона можно также определить как стабильную и воспроизводящуюся в сознании (массовом или индивидуальном) совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений людей. Они складываются на основе всей информации в целом, полученной из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений.

Частью регионального маркетинга является имиджевая политика. В ней регион рассматривается в качестве своеобразного «продукта», который предлагается «целевым группам». Регион как продукт потребления – это прежде всего

ресурсы территории, представляемые определенной значимость в глазах ее потребителей.

При формировании имиджа территории в первую очередь обращают внимание на то, насколько удачно формируемый субъектом имидж определенной территории будет ей соответствовать. С одной стороны рассматривается соответствие объективным качествам, а с другой – ожиданиям и запросам потребителей.

Для успешного развития и функционирования у регионов должны быть сформированы собственные бренды. Как известно, под брендом региона понимают совокупность непреходящих ценностей, отражающих оригинальные потребительские характеристики региона и сообщества, получившие общественное признание и известность, пользующиеся стабильным спросом потребителей. Т.е., конкурентоспособность региона можно определить степенью его «брендированности».

Программа маркетинга различна для каждого региона, однако она должна включать обязательно присутствующие стратегические направления такие как:

- маркетинг инвестиционной привлекательности территории;
- маркетинг имиджа;
- маркетинг инфраструктуры.

В докладе рассмотрены особенности применения основных методов регионального маркетинга: кластерного метода и системного метода.

Таким образом, «региональный маркетинг» — это составная часть региональной экономической политики, ориентированной на улучшение качества жизни населения и удовлетворение потребностей целевых рынков региона посредством применения инструментов маркетинга. Формирование условий, способствующих социально-экономическому развитию и повышению конкурентоспособности региона, возможно при использовании регионального маркетинга. Кроме то-

го, региональный маркетинг является наиболее эффективным механизмом разработки и реализации региональных социально-экономических программ, обеспечивающим гармонизацию интересов субъектов рыночных отношений.

Список использованной литературы:

1. Ашмаров И. А., Карандеев С. М. Некоторые проблемы становления института регионального маркетинга в России // Регион: системы, экономика, управление. - 2015, N 2, с. 16-19.
2. Попова Е. А., Белов В. А. Региональный маркетинг в системе менеджизма доверия // Вестник Челябинского государственного университета. - 2015, N 11, с. 84-90
3. Воронцова Г. В., Газгиреева Ф. Т. Обоснование необходимости формирования механизма регионального маркетинга // НаукаПарк. - 2015, N 9, с. 18-21
4. Капуста А. С. Имиджевая составляющая регионального маркетинга. Инновации, креативность, лидерство: современные ресурсы глобальной экономики: Сборник трудов Международного экономического форума студентов, магистрантов и аспирантов, Омск, 4-5 дек. 2014. Омск. - 2014, с. 91-92
5. Пфайфер М. Р. Теоретические аспекты регионального маркетинга // Изв. АГУ. 2015, N 1, ч. 2, с. 135-137
6. Анохин Е. В., Анохин В. А. Развитие комплекса маркетинга в системе регионального маркетинга // Практический маркетинг. - 2015, N 8, с. 3-13

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СТРАН АФРИКИ

Гусов А.З.

Профессор кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Гули Й.Э.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

В управлении процессами экономического роста в современном мире важное место занимает кластерный подход. Страны и регионы, которые сумели сформировать у себя кластерные системы, получили мощный импульс для дальнейшего развития.

Понятие “кластер” является фундаментальным элементом теории кластерного механизма. Сам термин происходит от английского «cluster» и в переводе означает скопление, группа, блок, пакет. В современной экономической литературе кластер определяется в качестве индустриального комплекса, формирование которого происходит на базе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, производителей и потребителей. Эти субъекты являются основными и непосредственно связанными между собой технологической цепочкой.

При этом сконцентрированная на определенной территории группа взаимосвязанных организаций (то есть кластер) обладает свойствами взаимной конкуренции или кооперации среди ее участников. Обязательными признаками кластера является наличие частной собственности и соблюдение принципов свободного ценообразования. Параллельно этому происходит формирование уникальных компе-

тенций конкретной территории и повышение концентрации на ней отдельных предприятий или компаний. Говоря о кластерах, следует также обратить внимание на относительную стабильность денежного обращения, а также экономическую ответственность и самостоятельность действующих предпринимателей. В целом, будучи единым интеграционным механизмом, кластер позволяет значительно снижать издержки производства и ликвидировать дублирование.

Существует также понятие кластерной инициативы, при которой происходит управляемый процесс создания и последующего развития кластера. Сотни подобных кластерных инициатив были приняты за последние годы по всему миру. Исключением стала лишь Африка.

Экономической ситуации в большинстве стран Африке присущи некоторые очевидные закономерности и тенденции:

- получить африканцу высокооплачиваемую работу всегда было сложно, а, зачастую, практически невозможно (именно поэтому экономическое состояние Африки характеризуется не только потерей необходимых материальных ресурсов, но и утечкой человеческого капитала и «лучших мозгов»);
- практически любая продукция, которая используется в Африке, производится за её пределами;
- процесс индустриализации тормозится низким уровнем продукции и технологических процессов в целом;
- товарные рынки отличаются своими малыми размерами;
- инфраструктура является слаборазвитой;
- отсутствуют институциональные механизмы для преодоления экономических препятствий;
- практически полностью отсутствуют какие-либо виды наукоёмкого производства.

Резюмируя историю развития кластеров в странах Африки, можно отметить, что за этот относительно неболь-

шой промежуток времени поочередно сменилось три концепции кластерного развития: концепция технического сотрудничества; концепция промышленных кластеров как стратегия устойчивого развития; преобразование местных кластеров в местные инновационные системы. Рассмотрим данные подходы более детально.

1. Концепция технического сотрудничества. Техническое сотрудничество является важным элементом устойчивого роста и развития любой территории. В случае с Африкой необходимость технического сотрудничества изначально повышается, поскольку присутствует изначально искусственное разграничение и максимальная раздробленность территорий. В общем смысле техническое сотрудничество – это процесс объединения двух и более стран в целях взаимовыгодного развития путем сотрудничества в области обмена знаниями и навыками, ресурсами или техническими инновациями и пр. Развитие может являться как коллективным, так и сугубо специфичным для каждой из стран.

Региональное сотрудничество и интеграция в течение последних лет позволяли многим африканским странам довольно энергично развиваться. В основном это было развитие отдельных механизмов, нацеленных на улучшение общей экономической ситуации.

Теперь важно более подробно раскрыть сущностные особенности процесса технологического сотрудничества. Во-первых, необходимо развивать (а для начала создавать) новые направления для будущих исследований. Эти проекты должны простимулировать интерес отдельных людей и бизнеса в целом к дальнейшему внедрению инноваций и поиску новых траекторий исследовательского развития. В рамках технологического сотрудничества важно также непрерывно повышать уровень результатов, которые способны в перспективе получить каждая из стран-партнеров (получить именно в отдельности друг от друга). Наличие синергетического эффекта по части обмена важной информацией – еще один неотъем-

лемый момент сотрудничества. Так, каждая страна получает прекрасный шанс прийти к новым выводам, новому опыту и тем урокам, которые можно извлечь из уникальных африканских технологий. Очевидно, в данном случае также появляется возможность приобретения либо получения доступа к новым технологиям. И, наконец, наличие технологического сотрудничества способствует созданию потенциальных возможностей для формирования надежной общей базы данных о передовом опыте технического сотрудничества и ключевых компетенциях Африки.

Существуют статические и динамические преимущества внедрения технического сотрудничества. Очевидно, статистические выгоды являются более постоянными и предсказуемыми. Среди них обычно выделяют:

- создание рабочих мест и получение доходов;
- экспорт и диверсификацию;
- доходы в иностранной валюте;
- государственные доходы;
- валютные прямые инвестиции;
- экспорт и диверсификацию.

Намного труднее дела обстоят с динамическими преимуществами, которые являются менее предсказуемыми, но в то же время более важными для принятия решений о долгосрочных и стратегических вкладах. Здесь выделяют:

- развитие инфраструктуры;
- косвенное создание рабочих мест и связей на фоне повышения квалификации и занятости женщин;
- технологический трансфер;
- демонстрацию эффектов, связанных с применением передовых методов;
- региональное развитие.

С позиции ускорения кластерных инициатив развития роль технического сотрудничества также высока. В подтверждение этому существует ряд вполне разумных аргументов, первым из которых является тот факт, что на смену конку-

ренции неумолимо приходит техническое сотрудничество. Техническое сотрудничество выступает в качестве инструмента для содействия устойчивому развитию Африки, поскольку создание сетей и взаимодействие между кластерами происходит через национальные границы. В следствие этого происходит обмен информацией, наращивание потенциала развития, а также пропаганда исследований наряду с внедрением и последующим распространением жизнеспособных технологических инноваций.

Однако существует и определенный ряд трудностей, препятствующих региональным и субрегиональным усилиям в направлении внедрения технического сотрудничества. Наличие подобных проблем было выявлено путем анализа успешности попыток развития кластеров в различных регионах Африки. Речь идет, к примеру, о слабых политических и экономических структурах, множество из которых – результат многолетних конфликтов и неустойчивости правительств. Воздействие оказывают также налоговые льготы, которые отличаются явной неконкурентоспособностью. Сюда же можно отнести: чрезмерно низкий уровень квалификации и производительности труда, неразвитую инфраструктуру и малую административную координацию деятельности частных разработчиков. Что касается координации, она по сути также отсутствует и среди международных программ иностранной помощи африканским странам.

Продолжительный список острых проблем дополняет отсутствие подходящей реакции на новые вызовы в области науки и техники. В очередной раз речь идет об «утечке лучших мозгов», которые для собственного развития стараются найти более подходящие территории. Угрожают также экспорт преступности через границы и отсутствие политической воли со стороны большинства африканских стран. Достоверная информационная база об экспертах и передовом опыте в области технического сотрудничества в Африке также отсутствуют. Отсюда появляется неспособность на должном уров-

не осуществлять взаимодействие по части обмена информацией (в том числе о новом опыте).

Между тем, вышеперечисленный и довольно внушительный ряд препятствий и проблем стараются преодолевать. Так, относительно недавно были созданы специальные национальные управления технического сотрудничества. В 2001 году на территории Нигерии появилось «Управление технического сотрудничества в Африке» (DTCA). На тот момент это происходило в рамках Министерства сотрудничества и интеграции в Африке (МСИА). В настоящее время это уже Министерство иностранных дел Нигерии. Основным мандатом заключался в привлечении африканских экспертов с целью ускорения процессов развития Африки и обеспечения благоприятных условий и возможностей для профессионалов африканского происхождения в Нигерии. Создатели данного мандата акцентировали на этом свое внимание не случайно, так как на их взгляд иностранцы не способны искренне и с полной отдачей способствовать развитию континента.

2. *Концепция промышленных кластеров.* На сегодняшний день отсутствует однозначная трактовка понятия промышленного кластера. Между тем, среди многообразия подходов к базовым определениям можно выделить вполне конкретные специфические черты.

Концепция промышленных кластеров - географическая концентрация взаимосвязанных компаний, фирм или смежных отраслей. В частности, они могут конкурировать, сотрудничать, либо быть связанными сходством и взаимодополняемостью (Porter, 1998). Под концепцией промышленных кластеров принято также понимать отраслевую и географическую совокупность предприятий, занимающихся производством и последующей продажей целого ряда сопутствующих (либо дополнительных) продуктов. Таким образом, данные организации сталкиваются с общими вызовами и возможностями.

Зачастую промышленные кластеры рассматриваются в качестве географических специализированных агломераций, то есть группировок или объединений. В целом само понятие агломерация может рассматриваться не только в территориальном смысле, но и с позиции обладания хорошо развитыми производственными, культурными и др. связями.

В рамках промышленной концепции кластеры обладают следующими признаками:

- концентрация фирм в конкретном производственном секторе;
- концентрация фирм, в частности, преобладание в одной местности микро-, малых и средних фирм в одном анклав;
- тесное межфирменное сотрудничество;
- инновации приводят к возникновению конкуренции между фирмами, независимо от того, конкурируют они или дополняют друг друга;
- доверие опирается на социально-культурную самобытность;
- активная организация самопомощи;
- некоторая поддержка правительства, будь то региональная или национальная администрация.

Во второй половине 90-х годов постепенно начал зарождаться процесс формирования кластеров нескольких типов. Это были три следующие группы кластеров:

1) группа малых предприятий кластеров, представляющих из себя основу индустриализации развивающихся основных навыков. В основном именно эта группа кластеров содействовала переходу от ремесла к заводским производствам.

2) кластеры с четкими признаками коллективной эффективности, которые отличаются более узкой специализацией и дифференциацией фирм. Отмечаются также наличие двусторонних связей производства и более высокий уровень технологий.

3) кластеры, включающие в себя большие и более мелкие компании, каждая из которых ориентирована на более широкие рынки. Как правило, эти предприятия в состоянии производить продукцию повышенной конкурентоспособности.

Довольно интересным оказалось исследование Д.Маккормик, в котором отмечается, что «только два из восьми кластеров имеют внутреннюю структуру и более широкий доступ на рынки, которые обычно идут в успешных промышленных районах, но даже эти два находятся на весьма различных уровнях развития. Остальные кластеры состоят почти исключительно из микропредприятий по продаже на локальных рынках»²³. Это подтверждает тот факт, что состояние промышленности и, в том числе, значительное преобладание мелких производств, обязывает разрабатывать и внедрять несколько иные подходы. Таким образом, мы переходим к этапу превращения кластеров в инновационные системы.

3. Превращение кластеров в инновационные системы.

Инновационная парадигма в области кластеризации сумела в очередной раз повысить важность и актуальность данного направления. Возникновение новой парадигмы – это новый толчок к признанию кластеров эффективными механизмами внедрения инноваций.

Именно инновации на сегодняшний день формируют устойчивый фундамент стабильного роста и процветания. Это могут быть новые продукты, услуги, либо процессы, успешное развитие которых требует наличия определенного ряда факторов. В число этих факторов входит обмен знаниями и возможностями для взаимного обучения в рамках взаимодействия между предприятиями, научно-

²³Banji Oyeyinka, Dorothy McCormick. Industrial Clusters and Innovation Systems in Africa: Learning Institutions and Competition. - Tokyo: United Nations University Press, 2007

исследовательскими институтами или политическими органами.

Полученные в ходе исследований знания переводятся в инновации, задачей которой является улучшение или внедрение принципиально новых продуктов, услуг или процессов, потребность в которых выступает для общества очевидной. И если Африка желает стать частью глобальных инициатив, ей потребуется более глубокое понимание инновационной концепции, принципов ее функционирования, основных особенностей инновационных систем, кластеров, а также критических факторов для их создания и улучшения. Понимание этого момента послужило следствием воздействия сразу двух неотъемлемых факторов. Первый из них – это влияние западной экономической мысли, которая распространялась по тем же каналам, по которым оказывалась экономическая помощь. Следующим фактором выступает значимость формулирования на политическом международном уровне Целей тысячелетия, в фокусе которых оказалась Африка.

Существует также еще один ряд проблем, препятствующих развивающимся странам улучшать свою экономику, а именно это:

- отсутствие инфраструктуры ИКТ;
- влияние либерализации и глобализации;
- штампы в управлении природными ресурсами;
- проблемы, связанные с организационными изменениями²⁴.

Важность инновационных кластеров на сегодняшний день уже не обсуждается и принимается по умолчанию. В подтверждение этому приводятся аргументы о том, что работающие в тесном сотрудничестве друг с другом предприятия показывают повышенную склонность к инновациям и более

²⁴Innovation systems and innovative clusters in Africa regional conference. Tanzania, 2004. A.2.1.3

высокую производительность. Так, изолирование собственного бизнеса – далеко не лучший сценарий дальнейшего развития событий.

Постепенно кластерные инициативы и инновации осознаются как эффективные инструменты, способствующие развитию и росту экономики. Опыт ярко подтверждает данные предположения, поскольку в процессе развития отмечается сильная корреляция между инновациями, кластерными инициативами и развитием. Наряду со стремлением к развитию страны должны особое внимание уделять технологическим вопросам. К примеру, это разработка, внедрение и продвижение жизнеспособных, доступных и экономически эффективных технологий, которые как минимум должны удовлетворять основные потребности местного народа.

Принципы кластерного подхода в развитии экономики особенно актуальны для стран Африки, где очень слабо развит частный сектор. Именно кластерная деятельность и создание инновационной среды может стимулировать развитие экономики и сократить уровень нищеты населения. На основе подобных рассуждений сформировались следующие идеи, согласно которым:

- 1) природные ресурсы не определяют (и не отражают зеркально) социально-экономическое развитие;
- 2) основной движущей силой экономики в первую очередь выступает знание;
- 3) прогресс определяется инновациями;
- 4) кадровый потенциал специалистов, способных к инновационной деятельности, необходимо формировать, расширять и развивать.

Таким образом, кластерный подход вполне может быть положен в основу разработки стратегии устойчивого развития экономики стран Африки. Именно агрессивное продвижение кластерных инициатив может дать Африке возможность развиваться на устойчивой основе и конкурировать наравне с другими странами глобальной экономики. Важно

фокусировать внимание на поддержании сотрудничества и партнерства, создавать и развивать взаимовыгодные сети, а также способствовать интеграции организаций и стран. Все это будет выступать в качестве движущей силы инициативы развития кластеров.

Список использованной литературы:

1. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития / Теория и практика управления. – №5. – 2003 г.
2. Кластеры нооэкономики: региональные особенности, методы и механизмы / под науч. ред. д-ра экон. наук, профессора Н.М. Сурниной. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007. – 160 с.
3. <http://cyberleninka.ru/search?q>
4. <http://lib.ru/>
5. Banji Oyeyinka, DorothyMcCormick. Industrial Clusters and Innovation Systems in Africa: Learning Institutions and Competition. Tokyo: UnitedNationsUniversityPress, 2007
6. Innovation systems and innovative clusters in Africa regional conference. Tanzania, 2004. A.2.1.3
7. Les pôles, réseaux d'excellence et d'innovation - Enquête sur les pôles de compétitivité de Jean-Sébastien Scandella, Edition Broché, 2008.
8. Gouvernance, territoires et pôles de compétitivité de Mohamed Bousseta, Mohammed Ezznati, Edition l'harmattan, 2010.
9. <http://terangaweb.com/lafrique-louest-vers-pole-competitivite-energetique/>
10. <http://www.adeafrance.org/index.php/fr/actualites/39-poles-de-competitivite-et-transition-energetique-en-afrique>

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Дараган Д.Э.

*Магистрант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов,
Москва*

В современных условиях хозяйствования приоритетным направлением менеджмента становится стратегическая ориентация управленческих решений, которая предусматривает определение источником стоимости интеллектуальный капитал в форме нематериальных активов. В этом контексте в стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием необходимо предвидение идентификации составных нематериальных активов с достижением соответствующей степени их корреляции между собой, сочетанием с материальными активами, что позволяет на основе их качественной и количественной оценки получить синергетический эффект, сформировать соответствующий механизм влияния полученных результатов при принятии оперативных и стратегических решений. Этот вопрос на современном этапе развития фармацевтических предприятий приобретает приоритетное значение, поскольку в конце XX века (во время существенных экономических, технологических и социальных сдвигов) произошли наиболее радикальные изменения в управлении персоналом. В этих условиях не возможно поддерживать высокую эффективность и результативность лишь за счет сокращения расходов, которое требует внедрять принципиально новые рычаги роста развития предприятия – применения комплексных подходов к модернизации организационных структур управления, изменения их стилей и методов, повышения роли творческого труда, расширения участия персонала в управлении, ориентации пер-

сонала к достижению стратегических целей, которое позволит получить синергетический эффект от их деятельности. Особенное внимание при этом следует уделять отбору, развитию, оценке, вознаграждению персонала, которые согласованно обеспечивают компетенции, необходимые для успешной реализации избранной стратегии.

Стратегию социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием можно определить, как комплекс мероприятий к управлению персоналом в перспективе, направленных на развитие и реализацию компетенций, необходимых для обеспечения стойких конкурентных преимуществ и достижения его стратегических целей в условиях динамической и непредсказуемой внешней среды. На основе общеизвестных концептуальных подходов к стратегическому управлению основные направления и конкретные меры социального развития предприятия должны разрабатываться в виде самостоятельной функциональной стратегии, сбалансированной к общей стратегии развития предприятия. Таким образом, стратегия социально-ориентированного управления является одной из основных ключевых функциональных стратегий предприятия, поскольку значительные стратегические изменения на разных уровнях управления, в том числе и на уровне отдельного предприятия фармацевтического сектора, можно осуществить только с учетом человеческого фактора; в свою очередь такую стратегию можно считать важнейшей подсистемой общей стратегии фармацевтического предприятия, которая подается в виде долгосрочной программы конкретных действий по реализации концепции использования и развития человеческого потенциала с целью обеспечения стратегического конкурентного преимущества предприятия на фармацевтическом рынке.

Важным вопросом адаптации стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием является ее согласованность с институциональной средой, в которой предприятие функционирует. Это обусловлено

тем, что фармацевтическое предприятие осуществляет свою деятельность в институциональной среде, которая образуется из разных уровней национальной экономики, в котором отражаются приоритетные стратегии ее устойчивого развития. К институтам, которые обеспечивают устойчивое развитие фармацевтического предприятия на мезоуровне относятся, рядом с экономическими (ценовая политика и инвесторы) и организационными (собственность и ее структура), преимущественно социальные, такие, как социальная ответственность бизнеса, социальное партнерство, профсоюзы и т.п. Таким образом, при разработке стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием необходимо учитывать факторы, которые формируют эти институты, а именно: в институте социально-ответственного бизнеса – систему государственно-частного партнерства в направлении развития гражданского общества; в институте собственности – возможность доступа к соответствующим ресурсам и отношения между отдельными агентами или субъектами правового поля; в институте корпоративных отношений со стейкхолдерами – уровень стимулирования и координации взаимодействия между субъектами хозяйствования относительно обеспечения социально-ориентированного развития фармацевтической отрасли; в институте инвесторов – уровень содействия развитию социальной инфраструктуры, обеспечение рационального использования природных ресурсов; в институте ценовой политики – степень обеспечения социальных гарантий для низкооплачиваемых и малообеспеченных граждан, включая систему компенсационных выплат; в институте предпринимательства – степень сформированности экономического механизма сбалансирования интересов хозяйственных субъектов и общества сквозь призму эколого-экономических отношений и преодоления эколого-экономических противоречий; в институте социального партнерства – уровень стимулирования развития социально-трудовых отношений в России за счет формиро-

вания представительских структур, которые бы институализировали свои интересы в политико-экономической сфере; в институте профсоюзов – уровень защищенности интересов работников в социальном партнерстве с работодателями, объединениями работодателей, организациями бизнеса, органами власти.

Исходя из того, что институты – это правила, которые принимают люди для взаимодействия между собой, определяя совокупность альтернативных возможностей экономики, институциональная среда фармацевтического рынка возникает из информации, которая предоставляется путем социальных механизмов, к которым целесообразно отнести культуру и традиции; фармацевтическую этику и деонтологию, деловую этику. Таким образом, при разработке стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием необходимо придерживаться фармацевтической этики (совокупности неформальных норм морального поведения работников при выполнении ими своих обязанностей по отношению к обществу, потребителям, друг к другу, контактных групп людей), и фармацевтической деонтологии (обязательного соблюдения принципов нравственности работниками).

С учетом того, что по своей сущности любая социальная стратегия формируется в виде планов или «программ действий», которые базируются на информации, собранной на стадии анализа внутренней среды фармацевтического предприятия, и кадрового прогноза в виде системы аргументированных заявлений о направлениях развития и будущего состояния персонала, а инструментами реализации социальной стратегии предприятия является текущая кадровая работа, руководство персоналом, мероприятия по его развитию, повышению квалификации, решения социальных проблем, вознаграждение и мотивация, сам процесс формирования стратегии социально-ориентированного управления предприятием должен базироваться на соблюдении следующих

методологических принципов: научности – то есть стратегия должна быть разработана с учетом новейших достижений науки, с использованием экспертных оценок; системного подхода, при котором предприятие рассматривается в качестве целостной единой системы; приоритета решения стратегических заданий над тактическими; иерархичности и распределения компетенций по уровням управления на предприятии; комплексность – то есть стратегия должна быть разработана с учетом внутренних и внешних факторов; реалистичности (стратегия должна опираться на реальный потенциал предприятия, содержать реальные направления развития).

Таким образом, возникает необходимость формирования совершенной структуры стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием. Исходя из ее функционального назначения, предложена следующая структура стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием (табл. 1).

Таблица 1

Структура стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием

<i>Раздел стратегии</i>	<i>Содержание раздела</i>
<i>Аналитический</i>	Исследование уровня социально-ориентированного развития предприятия и его место на фармацевтическом рынке; анализ влияния внутренних и внешних факторов на предприятие.
<i>Целевой</i>	Формирование субординационной системы целей.
<i>Прогнозный</i>	Определение возможных вариантов направлений социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием.

<i>Концептуально-стратегический</i>	Основные направления развития стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием.
<i>Концептуально-тактический</i>	Рекомендации относительно использования программно-целевого метода в решении проблем развития фармацевтического предприятия.
<i>Механизмы реализации стратегии</i>	Определение механизмов управления и регулирование развития фармацевтического предприятия.

Источник: составлено автором

В аналитическом разделе исследуется уровень социально-ориентированного развития предприятия и его место на фармацевтическом рынке; анализируется влияние внутренних и внешних факторов на него, определяются позитивные и негативные тенденции и основные проблемы предприятия; на основе ранжирования выделяются главные проблемы, которые определяют характер и направление развития предприятия. При анализе влияния внешних факторов на социально-ориентированное управление предприятием на основе экспертного опроса проводится обобщение полученных результатов и ранжирование определенных факторов. При анализе влияния внутренних факторов определяются сильные и слабые стороны развития предприятия как субъекта фармацевтического рынка.

В целевом разделе в зависимости от правильного выбора проблемных ситуаций на базовый и прогнозный периоды избирается система целей, которые вытекают из приоритета решения промежуточных проблемных ситуаций. Это позволит повысить качество определения целей и сформировать субординационную систему целей, декомпозировать цели управления предприятием по иерархическим уровням.

В прогнозном блоке стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием обобщаются результаты предварительно разработанных вариантов прогнозов развития фармацевтического предприятия с учетом его внешних и внутренних факторов и конкурентных преимуществ. При формировании целостной системы предыдущих прогнозов стратегического развития предприятия осуществляется взаимное согласование прогнозов, которое предоставляет возможность минимизировать необходимость их многократных корректировок.

В концептуально-стратегическом разделе (обобщающем предыдущие) отображаются принципы эффективности развития социально-ориентированного управления, основные этапы, сроки реализации стратегии и критерии завершения каждого этапа, основные направления стратегии развития социально-ориентированного фармацевтического предприятия, в том числе и направления развития структурных подразделений, социальной сферы, а также мероприятия, направленные на повышение инвестиционной привлекательности предприятия в современных условиях хозяйствования. В этом же разделе отражаются ожидаемые экономические и социальные результаты реализации стратегии.

В концептуально-тактическом разделе определяются и конкретизируются направления развития социально-ориентированного фармацевтического предприятия, которые были отмечены в концептуально-стратегическом разделе, разрабатываются рекомендации относительно использования программно-целевого метода в решении проблем развития социально-ориентированного предприятия, которое отвечает необходимости обеспечения его постоянной ориентации на конечный результат и согласование поставленных задач с ресурсами, сроками и исполнителями.

Реализация самой стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предпри-

ятием по выбранной структуре основывается на использовании соответствующего механизма.

Механизм реализации стратегии развития социально-ориентированного управления определяется как совокупность методов и целей стратегического развития. Исходя из этого определения и выше обоснованных требований относительно формирования стратегии, выделены следующие составляющие механизма реализации стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием: нормативно правовой, институционный механизм, ресурсный, финансовый, кадровый, информационный механизм, в котором:

- нормативно-правовой механизм включает нормативно правовые акты и другие регламентирующие документы, необходимые для реализации стратегии;

- институционный – мероприятия по созданию возможностей для эффективной работы предприятия на основе совместной деятельности персонала;

- ресурсный механизм – рационализацию эффективного использования ресурсов всех видов;

- финансовый механизм определяет потребности предприятия в собственных и заимствованных финансовых ресурсах для реализации стратегии;

- информационный механизм включает систему мероприятий по стимулированию развития предприятия, связанных с информационными технологиями, созданием условий для вхождения в информационную среду. Информационные ресурсы являются важным источником социального развития и прогресса, который актуализируется в человеческой деятельности и эффективно используется как инструмент социальных превращений. Это главный ресурс человеческой деятельности, который должен быть мобилизованным, активизированным и эффективно использованным для достижения цели в информационной сфере, а также способствует воссозданию и развитию инфосферы;

- кадровый механизм реализации стратегии можно считать приоритетным, поскольку в нем должна быть предусмотрена совокупность мероприятий по обеспечению кадрами как самого процесса, так и удовлетворения потребностей предприятия. Приоритетность этого механизма с социальной точки зрения определяется тем, что социальное обеспечение персонала, развитие каждой личности, сохранения здоровья является условием успешной деятельности современного фармацевтического предприятия. В качестве мотивационного ресурса управления, социально-ориентированная кадровая политика предприятия и связанные с ней социальные услуги должны способствовать тому, чтобы каждый работник удовлетворял свои потребности, интересы и ценностные ориентации. При этом, в кадровом механизме должны быть предусмотрены возможности участия работника (или всех членов коллектива предприятия) в общественно полезной деятельности, отражаться его качественные характеристики, а именно – степень развития его способностей, пригодности и подготовленности к выполнению работ определенного вида и сложности, отношения к труду, возможность и готовность работать.

Таким образом, важной составляющей механизма реализации стратегии социально-ориентированного управления фармацевтическим предприятием в современных условиях становится профессиональное обучение персонала, которое сопровождается внедрением методических подходов к профессиональному обучению специалистов фармации и позволяет подготовить высокообразованных специалистов в соответствии с потребностями предприятия; внедрять практику совмещения профессий с назначением специалистов на другие фармацевтические должности; развивать компетенции персонала и обеспечивать более эффективное выполнение ими профессиональных обязанностей; готовить персонал к проведению организационных изменений (введение новых технологий, процедур и т.п.).

Основным документом, который отображает задание, направления и пути реализации стратегии социально-ориентированного управления на предприятии является план социального развития, в котором обобщаются намеченные мероприятия по усовершенствованию социально-демографической структуры коллектива, улучшения условий и охраны труда, усовершенствования медицинского обслуживания, жилищных, бытовых и культурных условий работников, повышения уровня оплаты труда, финансирования социальных программ. Этот план должен быть внесенным в содержание коллективного договора предприятия.

Таким образом, процесс разработки стратегии социально-ориентированного управления основывается на диагностике состояния конкретного фармацевтического предприятия при том, что изложены научно-практические положения универсальные для каждого из них. Внедрение стратегии по своей цели предоставляет возможность спрогнозировать изменение эффективности социально-ориентированного управления на фармацевтическом предприятии, исходя из ее текущего состояния.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗЕРВЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ В ЕАЭС

Кайбылдаева Ч.З.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

В советский период в среднеазиатских республиках в результате активной политики индустриализации были созданы достаточно мощные промышленные комплексы, занимавшие важное место в единой экономической системе Со-

ветского Союза. Однако после распада СССР новые государства Центральной Азии, включая молодую Кыргызскую Республику (далее КР), пережили глубочайший экономический кризис, сопровождавшийся процессами деиндустриализации, разрушением значительной части промышленных предприятий, утратой ранее сложившихся кооперационных связей с предприятиями из других постсоветских государств. В этот период киргизская экономика столкнулась с серьезными проблемами и вызовами. Так, открылись границы, произошла либерализация международных экономических отношений, и промышленность страны, как и национальная экономика в целом, оказалась неконкурентоспособной как на международном, так и на внутреннем рынках. Более того, она фактически потеряла свой внутренний рынок, который в своей значительной части заняла продукция из других стран. В современных условиях вопрос о возрождении и возвращении конкурентоспособности промышленности становится одним из фундаментальных в решении проблемы обеспечения устойчивого экономического роста республики²⁵.

Восстановление и повышение конкурентоспособности промышленности страны предполагает решение целого ряда задач и наличие различных условий и факторов, которые хорошо изучены экономистами. Так, например, в современной литературе достаточно подробно рассмотрены социальные аспекты обеспечения качественного роста экономики и её материально-производственного сектора, проанализированы факторы конкурентоспособности промышленности, исследованы особенности инновационного процесса в промышленности²⁶. В то же время для определения путей развития про-

²⁵ Мусаева Дж.А. Теория и практика экономики переходного периода – Бишкек: Илим, 2008. – 411 с.

²⁶ Гусов А.З. Социальные факторы модернизации российской экономики. – М.: АП «Наука и образование», 2007, сс. 12-51.; Гусов А.З., Кайбылдаева Ч.З. Сущность и основные факторы конкурентоспособности отраслей промышленности в современной экономике. / Ученые записки Россий-

мышленности отдельной страны, в частности, Кыргызстана, необходимо уточнение отдельных теоретических и методологических положений применительно к специфическим региональным и национальным условиям. В этой связи теоретическое обоснование путей повышения конкурентоспособности национальной промышленности применительно к одной из постсоветских стран в условиях её интеграции в состав ЕАЭС приобретает особую актуальность и важность.

Под конкурентоспособностью отраслей промышленности следует понимать эффективность работы отдельной отрасли хозяйства, оцениваемую, помимо традиционных критериев, по показателям, характерным и описывающим степень живучести и динамичности отрасли при различных вариантах развития экономики данной страны и всего мира в целом. Конкурентоспособность отрасли промышленности предполагает наличие конкурентных преимуществ перед аналогичными отраслями промышленности за рубежом, которые выражаются в наличии рациональной отраслевой структуры; группы высококонкурентных предприятий-лидеров; эффективной опытно-конструкторской и производственно-технологической базы, развитой отраслевой инфраструктуры; гибкой системы научно-технического, производственного и материально-технического сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за рубежом, эффективной системы распределения продукции.

Таким образом, конкурентоспособность промышленности – это умелое использование организационно-управленческих, научно-технических, экономических, производственных, маркетинговых и иных средств для осуществления эффективной хозяйственной деятельности.

В экономике Кыргызской Республики действует достаточно много факторов, сдерживающих повышение конкурентоспособности промышленности. Относительно низкое

ской Академии предпринимательства. 2014. № 41. С. 131-137. и др.

качество продукции, высокие затраты по всей продуктовой цепи от производства до сбыта, вследствие слабого развития инфраструктуры рынка; недостаточный уровень инвестирования промышленности; низкий уровень внедрения инновационных разработок; низкая обеспеченность материально-техническими ресурсами. Об этом свидетельствует высокий уровень зависимости от импорта, а так же удельный вес импорта в потреблении, достигающий до 80%²⁷ (таблица 1, 2).

Таблица 1.

Внешняя торговля Кыргызской Республики по странам
в 2012-2014 гг. (Экспорт, млн. долларов США)

	Экспорт		
	2012	2013	2014
Всего	1927,6	2006,8	1879,9
По странам СНГ	1126,1	1010,8	889,5
<i>Из них:</i>			
Азербайджан	4,9	4,2	3,7
Беларусь	11,3	12,6	6,5
Казахстан	394,7	377,2	368,6
Молдова	0,6	0,3	0,9
Россия	219,1	152,7	122,7
Таджикистан	39,7	50,5	28,1
Узбекистан	190,1	159,0	116,7
Украина	5,2	10,3	4,6
По странам вне СНГ	801,5	996,0	990,4

Источник: составлено автором по отчетным данным НСК
www.stat.kg

²⁷ Национальный статистический комитет КР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stat.kg

Таблица 2.

Внешняя торговля Кыргызской Республики по странам в
2012-2014 гг. (Импорт, млн. долларов США)

	Импорт		
	2012	2013	2014
Всего	5576,3	5987,0	5732,4
По странам СНГ	2889,5	2943,8	2780,0
Из них:			
Азербайджан	3,4	11,6	20,6
Беларусь	151,8	116,4	91,4
Казахстан	698,6	558,6	574,4
Молдова	3,7	6,6	11,8
Россия	1816,6	1989,2	1851,9
Таджикистан	4,1	3,5	6,2
Узбекистан	67,5	98,0	106,5
Украина	141,2	157,4	115,0
По странам вне СНГ	2686,8	3043,2	2952,4

Источник: составлено автором по отчетным данным НСК
www.stat.kg

Столь сильная и устойчивая разбалансированность внешнеторгового баланса КР говорит о том, что фактически страна никак не управляет своей внешней торговлей, пустив все фактически на самотек. Сильное же превышение импорта над экспортом говорит о том, что Кыргызстан в международном разделении труда играет роль страны потребляющей, а не производящей.

Процесс экономической интеграции стран и регионов ведет к усилению конкуренции не только между отдельными товарами и производителями, но и между странами и между отдельными – отраслями национальных промышленных систем.

В 2014 году товарооборот стран Евразийского экономического союза с Кыргызстаном составил \$3 млрд. В том

числе экспорт в Кыргызстан составил \$2,5 млрд., импорт – \$500 млн. Малый и средний бизнес, должны воспользоваться возможностями и открытием таможенных границ, чтобы нарастить поставки в страны ЕАЭС. Таким образом, существующий дисбаланс между импортом и экспортом заметно выровняется. Предпосылок для этого предостаточно. К примеру, кыргызстанские поставщики сельхозпродукции могут заполнить нишу на рынке России, образовавшуюся из-за санкций Запада²⁸.

Безусловно, плюсов больше от этого союза, но нельзя забывать и о минусах. Есть угрозы, что некоторые предприятия не выдержат такую конкуренцию. И не все отрасли могут конкурировать при присоединении к ЕАЭС. Например, при присоединении к Европейскому союзу во многих странах Восточной Европы были уничтожены промышленные комплексы. Уничтожая экономики стран южной и восточной Европы, Германия тем самым ослабляет и рынки сбыта своих товаров. В сегодняшней Греции не то, что Мерседес, Фольксваген сейчас никто купить не может. Как и стиральную машину фирмы Бош. В Греции сегодня ничего не производится, а потому займы возвращены быть не могут. Это же касается всех стран южной и восточной Европы, где промышленность уничтожена практически полностью.

Важное значение имеет структура промышленного производства, поскольку современная структура самой промышленности КР включает в себя 17 отраслей. Такие данные приводятся в отчете Министерства экономики КР. Из них две отрасли в горнодобывающей промышленности, 14 отраслей – в обрабатывающей промышленности, а также электроэнергетика – как отдельная отрасль.

Таким образом, структура производства в масштабах целой страны не очень разнообразная, слабо диверсифициро-

²⁸ Министерство экономики КР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mineconom.gov.kg/index.php?lang=ru>

вана, имеет ярко выраженную сырьевую направленность. В связи с этим такой фактор конкурентоспособности, как разнообразие ассортимента производимой продукции в экономике КР отсутствует.

Углубление региональной интеграции КР в рамках ЕАЭС предоставит ряд серьезных выгод, связанных с ростом прямых иностранных инвестиций, расширением беспозолинных рынков сбыта, внедрением прогрессивных современных технологий, расширением действующих отраслей промышленности и общим усилением конкурентоспособности промышленности, позволит обеспечить модернизацию экономики и ее дальнейшее развитие.

Проведенный в работе анализ показывает, что на сегодняшний день уровень конкурентоспособности промышленности КР остается низким, что объясняется неустойчивым экономическим положением предприятий, трудностями реализации товаров на внутренних и внешних рынках страны. Отсутствие государственной поддержки отечественных товаропроизводителей поставило их в неравные конкурентные условия с иностранными компаниями, пользующимися доступом к дешевым кредитам и государственным субсидиям на научные исследования. В результате формального равенства возникло фактическое неравенство в условиях конкуренции. Отечественная продукция заметно уступает зарубежным образцам по потребительским, сбытовым и сервисным свойствам и часто не выдерживает конкуренции с более дешевой импортной продукцией. Все это говорит о том, что одной из стратегических задач является повышение качества и конкурентоспособности отечественной продукции, благодаря чему Кыргызстан, как и другие страны, может функционировать в мировом сообществе в качестве гармонично развитой страны с высоким технологическим и социальным уровнем развития.

В перспективе страна сменит ориентацию экономического роста, будет больше фокусироваться на развитии производства и в меньшей степени – на торговле, которая сильно

зависима от мировых цен. Все эти факторы позволят Кыргызстану провести необходимую модернизацию экономики, повысить конкурентоспособность отечественной промышленности²⁹.

Список использованной литературы:

1. Договор «О присоединении Кыргызской Республики к Договору о Евразийском экономическом союзе» от 29 мая 2014 года.
2. Гусов А.З. Социальные факторы модернизации российской экономики. - М.: АП «Наука и образование», 2007, сс. 12-51.
3. Гусов А.З., Кайбылдаева Ч.З. Сущность и основные факторы конкурентоспособности отраслей промышленности в современной экономике. / Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2014. № 41. С. 131-137.
4. Мусаева Дж.А. Теория и практика экономики переходного периода – Бишкек: Илим, 2008. – 411 с.
5. Национальный статистический комитет КР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stat.kg
6. Министерство экономики КР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mineconom.gov.kg/index.php?lang=ru>

²⁹ Договор «О присоединении Кыргызской Республики к Договору о Евразийском экономическом союзе» от 29 мая 2014 года.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТНК «RENAULT NISSAN»

Кетов А.А.

Магистрант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Киящук Т.В.

Доцент кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Киящук А.А.

Старший преподаватель кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Несмотря на значительное падение продаж, российский автомобильный рынок можно отнести к одним из ключевых и перспективных авторынков в мире. Главным образом это обусловлено тем, что для иностранных автопроизводителей по-прежнему выгодно организовывать производство своих автомобилей в России, а это, в свою очередь, становится причиной притока зарубежного капитала.

В результате исследования прогнозов автомобильного рынка на 2016 г. можно представить несколько сценариев его развития. По наиболее оптимистичному прогнозу объем продаж автомобилей останется на уровне продаж 2015 г. Многие аналитики ввиду нестабильной политической и экономической ситуации склоняются к тому, что объем продаж новых автомобилей может упасть до 30%.

Так как наше государство заинтересовано в увеличении объемов продаж автомобилей отечественного производства, разрабатываются программы для стимуляции спроса на отечественные автомобили. В 2015 г. рынок избежал катаст-

рофического падения, именно благодаря программам господдержки, а именно: льготное автокредитование, программа обновления парка, льготный автолизинг и др. Более 30% покупателей новых машин воспользовались госпрограммами [1]. Также особое внимание руководства страны направлено на развитие отечественного автомобилестроения. Была разработана Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ, в соответствии с которой одним из приоритетных направлений социальной и экономической политики государства является повышение конкурентоспособности отечественного автомобилестроения [3,22]. Согласно Стратегии развития автомобильной промышленности на период до 2020 г., «максимизация добавленной стоимости по всем переделам цепочки создания автотранспортных средств при достаточном выборе и качестве продукции автомобилестроения» является основной целью государственной политики в сфере автомобильной промышленности [3,26].

Лидерами и главными конкурентами на российском авторынке стали группа Hyundai-KIA и альянс Renault Nissan. Hyundai-KIAGroup в отличие от GMGroup думает о расширении своего производства в России. В 2012 г. в России производилась только одна модель KIA Rio, к 2015 г. модельный ряд, производимый в России, расширился до Kia Cee'd, Kia Cerato, Kia Mohave, Kia Optima, Kia Sorento и Kia Sportage. Модельный ряд Hyundai не менее разнообразен. Обширный модельный ряд Hyundai включает спортивные купе (Hyundai Genesis), внедорожники (Hyundai Santa Fe), премиальные (Hyundai Equus) и бизнес-седаны (Hyundai Grandeur), машины среднего (Hyundai Sonata) и малого класса (Hyundai Solaris). Такое разнообразие моделей позволяет Hyundai-KIA добиваться лидерства в различных автомобильных сегментах. Согласно новой стратегии в планах группы открыть новое производство в России, а также добиться повышения объемов продаж в 2016 году. Достижение этих целей не рассматривается за счет введения более дешевых мо-

делей. Корейские производители собираются удовлетворить своих клиентов путем повышения качества и внедрения самых современных технологий. Также для сохранения своих позиций на российском авторынке Hyundai-KIA Group очень много инвестирует в маркетинг [5;89].

И, наконец, лидером по объемам продаж в 2015 г. стал альянс «Renault Nissan». Несмотря на то что по сравнению с 2014 г. объем продаж сократился на 30 %, доля рынка по итогам 2015 г. составила 34,9%, что превышает прошлогодние показатели на 4% [6]. Альянс «Renault Nissan» планирует сохранить данную тенденцию и уже в 2016 г. увеличить долю на рынке до 40 %. Присоединение Avtovaz к альянсу активно способствует решению этой задачи, ведь именно за счет высокого объема продаж моделей Avtovaz альянс достиг такого результата в 2015г. Более подробный анализ «Renault-Nissan» и его положения на авторынке России приводится в следующей части данной главы.

Глобальной стратегией альянса стал «прибыльный рост на основе синергетического эффекта, полученного от объединения усилий двух компаний при сохранении брендов каждой из них» [14]. Синергетический эффект позволил добиться экономии в издержках около 3,3 млрд. долл. и проявился в таких областях, как продажи, продуктовая стратегия, исследования и разработки, а также географическая диверсификация [4;78].

В отличие от большинства международных партнерств альянс «RenaultNissan» имеет свою собственную организационную структуру. Альянсовое соглашение сторон предполагало создание органов стратегического оперативного управления. В этих целях был создан GlobalAlianceCommettee, который занимался вопросами выработки общей стратегии и обеспечения синэргии. Но в 2002 г. работу кометета упразднили и вместо него создали управляющую компанию, которая имеет две штаб-квартиры в

Токио и Париже, в капитале которой в равных долях представлены обе компании.

Так же были созданы и другие рабочие органы – совместные рабочие группы CrossCompanyTeams, работающие под руководством координационного бюро, и комитет по руководству - SteeringCommittee.

Помимо этого был создан орган, основной задачей которого стала разработка планов в рамках общей глобальной стратегии – консультативный совет InternationalAdvisoryBoard.

Были организованы две совместные компании, которые позволили оптимизировать бизнес процессы: RNPO – для осуществления совместной закупочной деятельности и RNIS – для централизации и стандартизации информационного обеспечения.

Организационная структура альянса в процессе развития партнерских отношений была дополнена целым рядом функциональных органов, в том числе координационным бюро (SC), в задачи которого входит координировать деятельность всех органов альянса, межфирменными командами, функциональными и рабочими группами

Таким образом, становится очевидным тот факт, что за годы функционирования альянса сложилась четкая и полноценная организационная структура, которая эффективно решает вопросы управления и разработки стратегических методов в соответствии с глобальными целями альянса [4; 78-79].

Если говорить о международной деятельности компании, то она осуществляется в рамках совместных проектов по разным сферам бизнеса.

Такие совместные проекты существуют в сфере производства, разработки технологий и оборудования, научных исследований и разработок, закупки сырья, материалов и оборудования, а также в сферах маркетинга,

логистики, финансового обеспечения и использования человеческих ресурсов [7].

К наиболее значимым проектам за последние годы можно отнести совместный выпуск автомобилей в Европе на заводе «Ниссан» в Испании, производство для последующей продажи адаптированных версий моделей друг друга (например Ниссан Платина, который стал адаптированной версией Рено Клио). В последние годы партнерства возникло широкое число проектов в области унификации и стандартизации бизнес процессов. В первую очередь это связано с быстрыми темпами развития альянса, увеличения объемов продаж и расширения рынков и производств.

В сфере разработки технологий и оборудования можно выделить проект по совместному созданию и использованию в своих автомобилях общих навигационных и коммуникационных систем [8], а также проекты по совместному использованию двигателей, дифференциалов и трансмиссий.

В сфере маркетинга с 2002 г. запущено ряд проектов с целью разработки совместных маркетинговых стратегий.

В области управления человеческими ресурсами, которую обе компании называют приоритетной, существуют программы обмена персоналом и бизнес-карьеру в альянсе – AllianceBusinessWayProgramm.

Совместные проекты и усилия в указанных сферах направлены на обеспечение стратегических целей альянса и каждой из компаний. Главным образом на повышение конкурентоспособности и увеличения присутствия на ключевых рынках, где политика компании осуществляется в рамках скоординированного развития и поддержки наиболее уязвимого на данном рынке партнера [4; 87].

По итогам 2015 г. на российских рынках альянс «RenaultNissan» занимает лидирующие позиции по объемам продаж. Он составил 429300 автомобилей, что на 30 % меньше, чем в 2014 г. Объем продаж упал в целом у всех

производителей, именно поэтому цифра не столь критична, и она поднимется, как только стабилизируется рынок. Гораздо важнее, что доля рынка альянса в России поднялась на 4 % и теперь составляет 34,9 % [6].

По амбициозным планам альянса к концу 2016 г. доля на рынке должна увеличиться до 40%. Рассмотрим стратегические методы в планах у альянса.

После присоединения «АвтоВАЗ» к альянсу прошло уже 4 года, и в 2015 г., результаты этого союза показали себя с лучшей стороны. Присоединение «АвтоВАЗ» к «Renault Nissan» позволило альянсу увеличить промышленные площадки в России, соответственно увеличились объемы производительности. Популярность последних моделей концерна стали одной из главных причин лидерских позиций альянса в 2015 г.

В 2016 г. для «АвтоВАЗ» отведены следующие задачи:

- занять 20 % российского автомобильного рынка;
- получить 6 % операционной прибыли и обеспечить свободный денежный поток [7].

Для решения данных задач были подготовлены выпуск новых моделей LADA Vesta и LADA XRAY, планируется разработка нового кроссовера на базе LADA KALINA, при этом платформа будет изменена на Granta, а производство моделей KALINA к середине 2016 г. прекратится. Также будет увеличены средства на инвестирование в инжиниринг, подготовку производственной базы в Тольятти и Ижевске, компонентной базы и персонала.

Марка Renault потеряла одну позицию в рейтинге брендов, доля «Рено» составляет 7,5 % рынка. За последние годы «Рено» стал самым значимым инвестором в российскую автомобильную промышленность. Общие вложения составили более 1,4 млрд. евро. Благодаря этим вложениям «Рено» за последние два года увеличила объемы производства почти на 20 %. Сейчас в России выпускается в режиме

полного цикла модели Logan, Sandero, Duster, Fluence, Symbol; крупноузловым способом - Latitude и Koleos. По соглашению о работе в режиме промсборки Renault собирается производить в России 350 000 автомобилей в год, по плану компании до 2016 г. доля на российском рынке должна достигнуть 8% [5;90]. Мы можем говорить, что эти планы вполне реалистичны, так как с 2012 года можно наблюдать рост рыночной доли с 6,5 % до 7,5 %, что в условиях кризиса весьма существенно.

В 2016 г. бренд представит новую модель кроссовер Renault Kadjar, которая будет доступна для заказа в России, также будут подготовлены обновления для моделей Renault Koleos, Renault Duster, Renault Megane. Следует сделать вывод, что марка решила сконцентрироваться на улучшении качества уже проверенных моделей сегмента масс-потребления.

Принимая во внимание планы компании, разнообразный модельный ряд и доступные цены, следует предположить, что «Renault» имеет все шансы оставаться в лидерах по продажам иностранных автомобилей в России и впредь.

В ближайших планах постепенное восстановление объемов производства, а также привлечение новых клиентов путем внедрения новых технологий в модели автомобилей «Nissan». Бренд сконцентрируется на моделях малого и среднего класса. Модели премиум класса заявлены не будут. В 2016 г. бренд представит обновленные популярные модели Nissan X-Trail и Nissan Juke.

Таким образом, в качестве вывода о том, какой же будет политика альянса в 2016 г., можно привести слова руководителя альянса Карлоса Гона: «Мы приводим наши планы в соответствие с ситуацией: снижаем темпы производства, сокращаем запасы готовой продукции, корректируем ценовую политику вследствие падения курса рубля. Когда восстановление начнется, мы должны быть к нему готовы, чтобы достичь нашу цель в 40% рынка» [8].

Планы осторожные, но достаточно амбициозные, учитывая положение рынка, но что немаловажно доля в 40 % для альянса «RenaultNissan» кажется более чем реальной в связи с партнерством «АвтоВАЗ».

Как уже неоднократно упоминалось в данном исследовании, автомобильный рынок существует и функционирует в условиях кризиса.

В сфере управления персоналом кризис особенно чувствителен, так как первыми кто ощущает ухудшение условий, это работники компаний в данном сегменте. Особенно усложняет ситуацию тот факт, что в условиях кризиса компании в первую очередь концентрируют усилия на сохранении объемов продаж и производства, маркетинга и рекламы, а вопросы управления персоналом зачастую уходят на второй план. По мнению автора данного исследования, данная тенденция игнорирования важности контроля в сфере управления персоналом, особенно мотивации персонала, весьма негативно сказывается на компании и способна свести все усилия компании по сохранению стабильности к нулю.

В данной работе подробнее остановимся на конкретных мерах, которые были введены в альянсе «Renault Nissan» в сфере управления персоналом, в частности в системе их мотивации и оценке ее эффективности.

Прежде всего были предприняты меры по анализу сложившейся ситуации, была произведена оценка снижения производительности труда, мотивации персонала, насколько складывающаяся ситуация сказывается на отношении работника к компании, его поведении и убеждениях. Очевидно, что мотивация работников была существенно снижена, а их лояльность к компании стремительно падала, многие высококвалифицированные работники задумывались о смене деятельности с более стабильным заработком, многих пугала перспектива сокращений, ведь в истории существования альянса «Renault Nissan» уже был опыт коренных изменений в системе управления персоналом. Когда соглашение о парт-

нерстве было заключено, для быстрого выхода «Nissan» из кризиса были произведены довольно агрессивные изменения в сфере человеческих ресурсов: снижение затрат путем массовых сокращений сотрудников, увольнений и реструктуризации, также была изменена культура организации: азиатский метод работы был сменен на европейский подход, что вызвало существенное снижение мотивации у японского персонала [4;86].

Нынешнее положение дел не требовало от альянса столь решительных мер и изменения в сфере управления персоналом: изменения проводились весьма мягко, сокращение персонала было неизбежно, но компания старалась максимально обезопасить своих сотрудников, путем высоких выплат сотрудникам, попавших под сокращение, а также работы по мотивированию персонала для снижения негативных последствий антикризисных мер.

Для внедрения изменений в сфере управления персоналом была выбрана трехступенчатая модель изменений Курта Левина [5;90].

Модель Курта Левина представляет собой три этапа введения изменений: «размораживание», «движение», «заморозка» [2].

Суть первого этапа «размораживание» состоит в том, чтобы изменить мнение персонала и склонить его к осознанию необходимости перемен. На данном этапе важно, чтобы персонал чувствовал свою значимость и что успешность изменений напрямую зависит от каждого работника, также необходимо подчеркивать важность персонала путем признания прошлых достижений, воодушевления на выполнение новых целей и задач.

Второй этап «движение» - непосредственное осуществление необходимых изменений. В условиях кризиса изменения в сфере управления персоналом - это неизбежные сокращения сотрудников, снижение заработных плат, премий и социальных выплат, сокращение расходов на корпоративные

мероприятия и обучающие программы для сотрудников. Все действия на данном этапе должны быть продуманы и осторожны, особенно при сокращении штата сотрудников. Сотрудники, попавшие под сокращение должны понимать, что это необходимость неприятная для самой компании, и что сотрудник не несет личной ответственности за решение о его сокращении. По возможности необходимо сохранить лояльность таких сотрудников к компании и психологически настроить их на модель поведения «все что ни делается, все к лучшему», и, возможно, данное решение откроет новые пути и новые возможности в их карьере.

Касательно сокращения заработных плат, понижения ставок, необходимо проводить данные изменения с учетом рыночной ситуации, а также провести работу с сотрудниками, чтобы у них было представление как будет формироваться их зарплата, производиться выплата бонусов и премий. Главное дать почувствовать сотрудникам, что эти меры приведут к стабилизации ситуации в компании. Сокращение расходов на корпоративные мероприятия часто весомо сказываются на мотивации сотрудников, ведь именно они помогают повышать уровень коммуникации внутри компании, повышения уровня доверия и улучшения командной работы. Альянсу «RenaultNissan» удалось избежать понижения мотивации сотрудников благодаря внедрению данного изменения. Для того чтобы сохранить уровень доверия внутри компании, высокий уровень коммуникации и комфортные условия для работников было решено использовать программу обучения персонала «Работа с партнером».

Используя свои международные ресурсы, компания организует семинары с иностранными представителями компании, в ходе которых не только происходит процесс обучения, но и более тесное знакомство сотрудников, повышение уровня командной работы, акцентируется внимание на значимости сотрудников, а также происходит культурный обмен между сотрудниками различных представительств. Часто

формат таких семинаров носит неформальный оттенок или организуется совместно с проведением культурно-спортивных мероприятий. Данный подход не только эффективно повышает мотивацию сотрудников, но на практике доказал большую эффективность и полезность, нежели проведение корпоративов и подобных мероприятий, к тому же требует минимальных затрат.

Также для повышения мотивации персонала в альянсе «RenaultNissan» существует программа обмена персоналом, которая тоже носит обучающий характер [4;87].

Третий этап «замораживание» - установление новых норм поведения, когда основные изменения уже произведены. Сюда можно отнести систему поощрения персонала, эффективно выполняющего задачи для достижения новых целей компании.

Данная модель была эффективно реализована в альянсе «RenaultNissan». Опираясь на модель Левина были успешно реализованы все изменения с последующей адаптацией персонала к новым условиям.

Помимо этого, альянс обратил особое внимание на должности руководителей [5;91], ведь, как известно, одной из функций руководителя является мотивация своих подчиненных. Хороший лидер особенно важен в кризисной ситуации, он должен придать команде общий курс, установить приоритеты, снизить беспорядок и неопределенность. К тому же лидер должен обеспечить высокую информированность сотрудников для повышения их комфорта и чувства стабильности. Лидеры должны обеспечить связь сотрудников с вышестоящим руководством, постоянно информируя сотрудников о всех изменениях и в то же время являясь представителем сотрудников перед руководством. Это обеспечивает повышение лояльности сотрудников к компании. Среда общения должна быть максимально открытая, чтобы сотрудники имели возможность высказывать свои опасения, разочарования и нужды, не опасаясь при этом «понести наказание». Именно

эти задачи поставил альянс для своих руководителей. Такой подход приведет к построению доверительных отношений между руководством и сотрудниками, которые в кризисной ситуации находятся в напряженном состоянии.

Для того чтобы сотрудники максимально комфортно пережили изменения, в политике компании был использован принцип динамичной устойчивости, то есть все изменения проходили быстро, но не резко, сотрудники были предупреждены и подготовлены к новым изменениям.

Для обеспечения большей открытости был внедрен новый способ электронной коммуникации, который позволил сделать общение максимально открытым, донести всю информацию в максимально сжатые сроки и сократил «расстояние» от вышестоящих руководителей до рядовых сотрудников. Указанный метод уменьшает неопределенность, создает у сотрудников ощущение стабильности и обеспечивают ясную картину новой политики компании, а значит, делает более доступными новые задачи, которые стоят перед сотрудниками. В этик электронных письмах часто оговаривается, к каким целям стремится альянс «Renault Nissan», какой доход, объемы продаж и производства намерена достигнуть компания в будущем. Подобные послания мотивирует сотрудников на принятие новых изменений с тем, чтобы максимально быстрее достичь результаты и получить заслуженную награду.

Таким образом, альянс «Renault Nissan» предлагает своим сотрудникам большие возможности по карьерному продвижению, но при этом он избирателен и строг в подборе сотрудников. В альянсе выстроена прозрачная и эффективно функционирующая система карьерного и профессионального роста. Сотрудники, разделяющие ценности компании, а также эффективно выполняющие поставленные перед ними задачи, имеют большие возможности карьерного продвижения. Для новых сотрудников предусмотрены программы адаптации, семинары, консультации, позволяющее быстрее

адаптировать в новой среде. Сотрудники компании имеют возможность постоянно повышать свою квалификацию, что делает их более ценными и востребованными на рынке труда.

Список использованной литературы:

1. Грицунова С.В., Николаенко О.В. Состояние автомобильного рынка России и перспективы его развития // Интернет-журнал «Мир науки» 2015 №2 [Электронный ресурс]. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/10KMN215.pdf> (дата обращения: 26.12.2015).

2. Духнич Ю.А. Модель организационных изменений Курта Левина /Ю.А. Духнич// SmartEducation.-М.-2014.-№ 3.-С. 35

3. Петрова М.А. Влияние внешнеэкономической политики на развитие автомобильного рынка России [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.14) / Петрова Марина Алексеевна; МГИМО МИД РФ. – Москва, 2013. 22– 26 с.

4. Тимонина И.Л. «Ниссан» в условиях глобализации: от выживания к успеху / И.Л. Тимонина // Япония. Ежегодник. – 2006г.-№35.-С. 78,79,86,87

5. Щиголев А. В. Перспективы иностранных ТНК на автомобильном рынке России // Транспортное дело России, 2013, №4. С. 89, 90-91

6. По данным АЕВ.

7. ОАО «Автоваз» объявляет результаты годового общего собрания акционеров/ 25.06.2015/ [Электронный ресурс]. URL:http://www.kavvaz.lada.ru/cssd/pr.php?group=1601&art_id=109503 (дата обращения: 28.12.2015).

8. Карлос Гон: авторынок России может сократиться на 20-30 % // Ведомости. Интерфакс / 04.03.2015., [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/auto/news/2015/03/04/karlos-gon->

avtorinok-rossii-mozhet-sokratitsya-na-20-30 (дата обращения: 28.12.2015).

9. Implementation Of Change In The Nissan Motor Company / UK Commerce Essay [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ukessays.com/essays/commerce/implementation-of-change-in-the-nissan-motor-company-commerce-essay.php> (дата обращения: 29.12.2015).

10. Renault and Nissan join forces to achieve profitable growth for both companies. PressRelease/ 20.12.2001// [Электронный ресурс]. URL: http://www.nissan-global.com/EN/NEWS/2001/_STORY/011220-01.html (дата обращения: 27.12.2015).

11. Renault Nissan Alliance, 2005, December, p.28 // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nissan-global.com/> (дата обращения: 27.12.2015).

12. Renault and Nissan develop a new common navigation and communication system. PressRelease/ 21.02.2005// [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nissan-global.com/EN> (дата обращения: 27.12.2015).

РОЛЬ ЧАСТНЫХ АККРЕДИТАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Комарова Т.В.

Старший преподаватель кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Развитие образования на современном этапе сопровождается множеством преобразований, которые касаются организационных и управленческих аспектов, методов и технологий обучения, механизмов и источников финансирования, форм международного сотрудничества. Реформирование

в образовании требуют и новых подходов к оценке качества образования. Последствия глобализации и интернационализации показывают насколько важно интегрировать систему высшего образования России в мировое образовательное пространство и как необходимо повышать ответственность за качество предоставляемых услуг. В системе образования нашей страны множество проблем: признание вузовских дипломов, специализаций, отсталость международных форм оценки качества образования и малая доля программ, прошедших международную аккредитацию.

Стандартной моделью обеспечения гарантий качества является аккредитация. Аккредитация – это, прежде всего, внешняя оценка для обеспечения доверия к деятельности вуза. Государственная политика в области образования требует от вуза эффективной работы, оптимизации ресурсов, а также обеспечения доступности и продуктивности образования. Работодателей же интересует рейтинг и репутация вуза, конкурентоспособность его выпускников, их способность работать и адаптироваться в национальной и интернациональной среде. Для самого вуза важна прибыльность и самостоятельность в принятии решений, развитие и увеличение доли на рынке образовательных услуг, а для преподавателей - академическая мобильность, условия и финансирование научных исследований.

Глобализация и интеграционные процессы формируют определенные задачи для создания единого образовательного пространства, позволяющего унифицировать образовательные стандарты и содержание квалификаций, расширить преподавательскую и студенческую мобильность, а также упростить процедуру признания. Интеграционные процессы и переход к обществу знаний выдвигает новые требования к образовательным учреждениям высшего образования как центрам знаний.

В настоящее время действует сформированная международная инфраструктура по оценке высшего образования,

способствующая поддержанию уровня высшего образования и включающая ряд организаций и учреждений, действующих как на мировом, так и на региональных уровнях.

Европейская ассоциация агентств гарантии качества в высшем образовании (ENQA) и Европейский консорциум (ЕСА) предлагают поддержку и большие возможности для международных проектов в оценке и гарантии качества образовательных программ.

ENQA признает, что основная ответственность за качество образования лежит на образовательных учреждениях, а за внешнюю оценку гарантии качества ответственны агентства. Роль же национальных органов состоит в определении инфраструктуры системы гарантии качества, соответствующей национальным системам гарантии качества и в гармонии со Стандартами и рекомендациями для гарантии качества в Европейском пространстве высшего образования (ESG). Эти стандарты и рекомендации были приняты министрами образования в 2005 году по предложению, подготовленному Европейской ассоциацией по гарантии качества высшего образования (ENQA) в сотрудничестве с Европейским союзом студентов (ESU) [1], Европейской ассоциацией учреждений высшего образования (EURASHE) и Европейской ассоциацией университетов (EUA).

ESG представляют собой набор стандартов и рекомендаций для внутренней и внешней гарантии качества в высшем образовании. ESG не являются стандартами качества, они также не предписывают, каким образом должны осуществляться процедуры гарантии качества. Они носят рекомендательный характер и касаются жизненно важных аспектов гарантии качества и образовательной среды в высшем образовании [2].

Среди международных систем контроля качества и аккредитации «Глобальный альянс транснационального образования» осуществляет сертификацию качества образова-

тельных программ, то есть программ тех вузов, которые предлагают свои программы на рынке других стран.

Нидерландская организация сотрудничества в международном образовании (NUFFIC) выработала в 1995 году основные направления оценки качества международных программ высшего образования, называемых «Качеством интернационализации». Этот документ включает ряд процедур, позволяющих проводить анализ качества составляющих элементов образовательных программ (учебных программ и материалов, процесса самооценки, подготовки и сертификации преподавательского состава и т.д.).

Аккредитацию по стандартам качества ISO-9000 проводят несколько организаций, таких как «Ллойдс» (Великобритания), «Тюф-Сефт» (Германия) и несколько других. Но поскольку стандарты ISO были разработаны для предприятий, имеющих автоматизированную систему управления документооборотом, для вуза достаточно сложно представить документы для аудита и потом поддерживать необходимый документооборот. Образовательные учреждения прошедшие данную аккредитацию, позже отказались от ее повторного проведения.

Европейский совет по бизнес-образованию (European Council for Business Education, ECBE), являясь филиалом Международной федерации бизнес-образования в США, предлагает систему аккредитации школ бизнеса. Аккредитация здесь стандартна по составляющим, ее прошли некоторые российские вузы, например, Международный университет в Москве. Но организация является своеобразным клубом не очень крупных и известных вузов и потому получение такой аккредитации не очень престижно.

Агентство по обеспечению качества (Quality Assurance Agency, QAA) в Великобритании проводит на регулярной основе аттестацию всех английских вузов, а также аккредитует все международные программы, в которых участвуют английские вузы, если присуждаются их дипломы и степени.

Образованная в 1919 г. Ассоциация высших колледжей и школ бизнеса (Association of Advance Collegiate Schools of Business, AACSB) в США занимается контролем качества и аттестацией программ в области экономики и бизнеса, а также бухучета. Аккредитуются также и программы MBA. Все крупные американские вузы являются членами этой организации и стремятся пройти ее аккредитацию.

Созданная в 1971 г. Европейская ассоциация развития менеджмента (European Foundation for Management Development, EFMD) объединяет 400 членов из 40 стран. Среди членов крупные компании и консалтинговые фирмы, известные европейские бизнес школы и центры переподготовки кадров, центры поддержки малого бизнеса, торгово-промышленные палаты и ассоциации работодателей. EFMD предлагает с 1997 г. «Европейскую Систему Улучшения Качества» (EQUIS), международную систему стратегического аудита и аккредитации для оценки национальных учебных заведений. Подобную аккредитацию прошли более 30 вузов Европы и Северной Америки. Аккредитацию этой организации не имеет пока ни один российский вуз. Программа аккредитации является комплексной, учитывает положение вуза в национальной системе высшего образования, включает структуру управления вузом, анализ ресурсов вуза, его преподавательского состава, студентов, научные исследования и публикации, внешние связи вуза и интернационализация его образовательных программ.

International Network for Quality Assurance Agencies in Higher Education (INQAАHE) - сеть международных агентств по оценке качества высшего образования была образована в 1991 году, сейчас насчитывает 200 членов в почти всех странах мира, фактически была первой попыткой объединить усилия аккредитационных агентств в области гарантии качества образования.

Широкая международная сеть аккредитационных агентств сыграла решающую роль в становлении националь-

ных систем гарантии качества образования. В настоящее время в составе INQAАНЕ Россия представлена тремя аккредитационными агентствами: Нацаккредцентром, Росаккредагентством и АККОРК.

Нацаккредцентр проводит процедуры общественно-профессиональной аккредитации программ, удовлетворяющих европейским стандартам ESG – ENQA.

АККОРК (Агентство по общественному контролю качества образования и развитию карьеры), созданное на базе Московской финансово-промышленной академии в 2004 году, осуществляет процедуры международной аккредитации образовательных программ в соответствии с Европейскими стандартами и рекомендациями по гарантиям качества образования (ENQA), а также с учетом европейского перечня квалификаций и лучших российских и зарубежных образовательных практик.

Аккредитационный центр АИОР (ассоциации инженерного образования России) создан в 2002 г. на базе Томского политехнического университета и осуществляет общественно-профессиональную аккредитацию образовательных программ в области техники и технологии.

Сотрудничество аккредитационных агентств в области гарантии качества образования способствует развитию академическому и профессиональной мобильности, унификации присуждаемых квалификаций, гибкости учебных программ и планов, а в целом совершенствуется качество высшего образования.

Преимущества международной аккредитации для российского вуза очевидны, а именно: получение независимой оценки качества образовательных программ и подготовки специалистов, подтверждение качества предоставляемых услуг, получение рекомендаций по совершенствованию образовательных программ, повышение конкурентоспособности на российском рынке образовательных услуг, возможность выйти на мировой рынок образовательных услуг и возможность

обмена опытом, сотрудничество с иностранными вузами, востребованность выпускников на рынке труда.

Получение аккредитационного сертификата иностранного агентства важно не только с точки зрения оценки содержания и структуры, но и с точки зрения имиджа и привлечения лучших абитуриентов. Международная аккредитация создает прецеденты признания образовательных программ, что приводит к межгосударственным контактам в области образования и способствует более тесным контактам в международном образовательном сообществе.

Список использованной литературы:

1. Документ Европейской Комиссии: Opening up Education: Innovative teaching and learning for all through new Technologies and Open Educational Resources, COM (2013) 654 final, [Электронный ресурс].Режим доступа: http://ec.europa.eu/education/news/doc/openingcom_en.pdf. Дата обращения 7.12.2015.

2. Стандарты и рекомендации для гарантии качества в Европейском пространстве высшего образования (ESG), [Электронный ресурс].Режим доступа: http://www.enqa.eu/indirme/esg/ESG%20in%20Russian_by%20NCPA.pdf, Дата обращения 7.12.2015

3. Бахарева Е., А. Грошева, О. Заславская, Т. Сенцова, Петр Третьяков, Г. Устинова, Т. Чекмарева, Е. Черникова, Н. Шарай, И. Яркова. Управление общеобразовательной организацией. Библиотека руководителя общеобразовательной организации. – М.: Перспектива. – 2015.

4. Даутова О., Крылова О, Матина Г., Пивчук Е. Управление введением ФГОС основного общего образования. – СПб.: КАРО. – 2013.

5. Яндыбаева Н. Моделирование и прогнозирование аккредитационных показателей вуза. – М.: LAP Lambert Academic Publishing. - 2012

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА КАК ИНСТРУМЕНТ
ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА
СТРАНЫ-ОРГАНИЗАТОРА НА ПРИМЕРЕ
«ЭКСПО-2017. ЭНЕРГИЯ БУДУЩЕГО»**

Курганбаева А.А.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Чернова В.А.

Старший преподаватель кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Политический имидж государства играет важнейшую роль в сфере международных отношений: от того, насколько позитивным или негативным он является, зависит успешность реализации внешнеполитических задач (стратегических и тактических), развитие торгово-экономических отношений с другими странами, поддержка модернизационной и экономической деятельности государства, восприятие ее внутри- и внешнеполитической деятельности мировым сообществом. Международный имидж оказывает воздействие и на политические процессы, протекающие в самом государстве: негативный образ страны может использоваться оппозиционными силами как один из аргументов в критике правительства и проводимой им политики.

Имидж как символ присутствовал всегда, но в наше время его значение резко возросло. Это можно объяснить тем, что имидж является естественным продуктом обработки больших массивов информации. Поскольку мы не в состоянии хранить весь этот объем, мы начинаем пользоваться ярлычками, отсылающими к стоящим за ними ситуациям. Удачно выбранные ярлычки закрепляются. В любой

ситуации мы обладаем такими ярлычками-имиджами. Изначально понятие «имидж» не было научной категорией, а носило практически-прикладной характер. Впервые этот термин начал использоваться в коммерческой рекламе для дифференциации однородных товаров в Америке. Затем в начале 60-х годов XX века он вошел в политический лексикон в связи с появлением новых методов проведения и организации избирательных кампаний. В политике термин «имидж» отражал публичную сторону деятельности кандидата, обращенную к избирателям. Позднее в американской литературе публикуется ряд изданий об «имидже», использующих это понятие как определенную технологию для влияния и создания целенаправленного образа в индивидуальном, массовом и групповом сознании. До сих пор понятие «имидж» рассматривается как прикладное, практическое понятие, способствующее достижению определенных целей (например, продвижение бренда, торговой марки, узнаваемости политика и т.д.).

Одной из весомых направлений межкультурной коммуникации в формировании имиджа страны является проведение международных выставок. В 2016 году исполнится 165 лет со времени проведения первой Всемирной выставки, состоявшейся в лондонском Гайд-парке, в помещении специально сооруженного для этих целей и ставшего впоследствии знаменитым Хрустальном дворце.³⁰ Это была первая международная выставка, на которой страны-участницы договорились показать предметы национального производства в одном месте и в одно время, предоставляя посетителям сравнить мастерство своих производителей и качество одних и тех же видов товаров, но созданных в разных странах. Именно тогда начали отрабатываться те выставочные принципы, которые

³⁰ Аралбаева М. Всемирная выставка Экспо: история и талисманы. Vnews.kz, 2012

со временем стали обязательными, будучи зафиксированы в соответствующих международных нормативных актах.

Прошедшие 165 лет подтвердили целесообразность и важность подобного рода всеобщих международных смотров производителей и их продукции, свидетельством чему является то, что наряду с многочисленными международными ярмарками и выставками, проводимыми ежегодно во многих странах, наиболее престижными и значимыми остаются всемирные выставки. Безусловно, характер и содержание подобных выставок за этот огромный период времени существенно изменились, но исключительное внимание к ним и авторитет остались прежними.

Анализ экспонатов, представленных на всемирных выставках, позволяет сделать заключение о системе ценностей и приоритетов, а также их соотношении с приоритетами, господствующими в отдельных странах. Динамика этих ценностей позволяет говорить и об определенном влиянии всемирных выставок на развитие национальной промышленности и культуры. Каждая всемирная выставка отличается уникальностью идей и экспонатов, оригинальностью возводимых организаторами и участниками выставочных комплексов и павильонов, красочностью и праздничностью проводимых мероприятий. Всемирные выставки по своим масштабам, общественно-политической и экономической значимости являются действительно уникальными событиями.

Их главная цель - публичная демонстрация новейших научно-технических достижений, перспектив развития, а также истории, традиций и культуры стран-участниц. Они во многом способствуют расширению и развитию международных экономических и научных связей. Всемирные выставки дарят уникальную возможность живого общения людей, живущих в разных странах, но объединенных одними ценностями, интересами и целями.

Международный имидж современного Казахстана, как динамичный феномен духовной жизни общества, имеет ряд особенностей, связанных с глобализационными процессами, бурным развитием различных средств коммуникации и со спецификой экономических и социально-политических процессов, имеющих место в современном Казахстане. На сегодняшний день восприятие государства, как международной общественностью, так и внутри страны является неоднозначным и противоречивым, требующим теоретического анализа и целого ряда практических шагов.

Улучшение имиджа страны в мире невозможно без активных, целенаправленных усилий со стороны государства, без продуманной и теоретически обоснованной программы действий по преодолению существующего восприятия Казахстана и формированию ее позитивного имиджа, без единого государственного органа, который бы координировал несогласованную и разрозненную в настоящий момент деятельность различных структур, призванных участвовать в этом процессе.

Разработка путей и механизмов формирования позитивного международного имиджа Республики Казахстан должна осуществляться с помощью теоретического обоснования необходимости целенаправленного позитивного влияния на процесс формирования международного имиджа государства. Решение этих актуальнейших для страны задач следует искать в плоскости практической политической деятельности, с использованием всего арсенала теоретических средств современной политической науки и практики международных отношений.

В качестве примера можно рассмотреть международную выставку, которая запланирована на 2017 год в г.Астана под названием «Экспо-2017. Энергия будущего»

Учитывая особую важность проблемы энергетики и экологии, Республикой Казахстан мировому сообществу была предложена данная тема. Она позволит широко осветить

проблему энергосбережения и внедрения альтернативных энергоисточников, таких как энергия солнца, ветра, энергетические ресурсы морских, океанических и термальных вод, которая в наши дни приобретает все большую актуальность для человечества. Однако проведение «позитивных» мероприятий и участие в них не гарантируют улучшения имиджа автоматически.³¹ Только при условии успешности их реализации можно рассчитывать на существенный вклад в формирование привлекательного имиджа страны.

Так же планируется, что проведение «ЭКСПО-2017» даст новый импульс развитию туризма. Ожидается прибытие более 2 миллионов туристов, с учетом внутренних. При этом уже сейчас необходимо грамотно подойти к вопросу позиционирования столицы и в целом Казахстана. Для этого нужно разработать специальный план, предусматривающий комплекс мероприятий, направленных на решение вопросов туризма и туристической инфраструктуры, инфраструктуры города Астаны, культурных мероприятий имиджевого характера и др.³² Таким образом, принятые меры позволят, во-первых, достойно провести «ЭКСПО-2017», во-вторых, глобально пропиарить страну на весь мир.

Планируется, что в выставке примут участие около 200 представителей стран и организаций. На сегодняшний день 70 государств официально подтвердили свое участие, еще 26 подписали соответствующие договоры на участие.

Символом «ЭКСПО-2017» станет павильон Казахстана, который будет самой большой полной сферой в

³¹ Деминов Д.А. «Астана – город будущего» на примере PR-компании по подготовке к проведению международной выставки EXPO-2017, 2011

³² Назарбаева Д.Н. Формирование имиджа Казахстана должно вестись системно. Интервью Председателя Комитета по социально-культурному развитию Мажилиса Парламента Дариги Назарбаевой ИА Zakon.kz, 2013

мире. Внутри сферы, помимо Музея будущего, расположится музей, рассказывающий об истории страны.

На выставке ЭКСПО-2017 тема «Энергия Будущего» будет представлена в 4-х тематических павильонах, каждый из которых посвящен отдельной подтеме - «Снижение выбросов углерода», «Энергия для жизни», «Энергия для всех».³³

Отдельный павильон «Мир энергии» будет посвящен раскрытию вклада каждого человека в проблему эффективного использования энергии. На основе международного конкурса будут отобраны инновационные проекты и технологии для демонстрации на площадке «Зона лучших практик».³⁴

Переходя к социальной значимости международной выставки, можно отразить Предложения по использованию объектов выставки ЭКСПО 2017. Одно из них - это создание национального кластера нового поколения. Как отметил Глава государства в ходе: «В передовых странах началось активное формирование кластеров совершенно нового инновационного поколения. Основными драйверами роста становятся не промышленные предприятия, к чему мы привыкли за все эти годы, а центры инновации и знаний, университеты, технологические, инженерные организации. Тем самым создается тройная спираль взаимосвязи бизнеса, университетов и государства. Нужно сформировать такую тройную спираль в Казахстане. Мы этим никогда не

³³ Баталов Ю. Some problems of green economy development. Зеленая экономика – будущее человечества: Материалы Международной научно-практической конференции –Усть-каменогорск: ВКГТУ, 2014. – 1738 с.

³⁴ Ашимов Б. К сентябрю 2016 завершаются строительные-монтажные работы объектов ЭКСПО-2017. Официальный сайт АО НК ЭКСПО-2017 (expo2017astana.com)

занимались. Это для нас новое совершенно и мы должны одолеть это новое», - подчеркнул президент.³⁵

Главой государства создано достаточно предпосылок для создания в г. Астана Национального кластера нового поколения, способного создавать критические технологии для ГП ФИИР³⁶.

Павильоны «Экспо-2017» запланированы под лаборатории Назарбаев университета после окончания выставки. В этой связи управление научно-исследовательской деятельностью кластера целесообразно осуществлять под эгидой Назарбаев Университет, в котором уже действует «Центр энергетических исследований». Таким шагом будут достигнуты многие цели «Национального плана организации и проведения Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 на 2013 - 2018 годы». Согласно этому плану большая часть инфраструктуры ЭКСПО-2017 будет передана Назарбаев Университету, а, в силу того, что эта инфраструктура изначально будет создаваться под «Энергию будущего», она автоматически будет соответствовать целям и задачам кластера.

Другое направление использования объектов выставки - создание «научного городка». Дальнейшее использование объектов после выставки ЭКСПО 2017 планируется созданием «Исследовательского центра», а также «Музея науки», исходя из этого, можно предложить создание «научного городка» с проживанием в нем зарубежных и казахстанских ученых. Можно сказать, что это станет централизованным местом сбора всех ученых мира.

³⁵ Назарбаев Н.А. Послание в ходе общенационального телемоста по запуску проектов Карты индустриализации за второе полугодие 2012 года. Казинформ, 2012

³⁶ Государственная программа по индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2015-2019 годы

В «городке» будет происходить различные выставки, конференции в области науки. Создание и проведение испытаний различных нововведений в области науки. Постоянный обмен опытом между учеными, будет способствовать развитию сильной информационной базы данных, увеличению научных трудов. Возможно создание в городке международной библиотеки, в котором будут размещаться труды всех ученых, которая со временем будет постоянно обновляться.

Так же планируется создание офиса «Малая Академия». С целью пропаганды и привлечения студенческой и учащейся молодежи к инновационной, научно-исследовательской деятельности в области чистых источников энергии, а также с целью подготовки будущих лидеров со стратегическим исследовательским мышлением для научной и инновационной среды будет организован Офис «Малая Академия», который расположен в непосредственной близости от выставочного центра в здании лабораторного кампуса. «Малая Академия» - должна стать интеллектуальным центром, способным обеспечить учебную, научно-исследовательскую и лабораторную базу по принципу «образование – через науку» и создаст все условия для всестороннего и гармоничного развития молодого поколения, будущих ученых и изобретателей.

Таким образом, «Экспо-2017» сможет достаточно широко повлиять на имидж Казахстана как для внешних наблюдателей, так и основательно проявить положительное социальное влияние внутри страны.

Список использованной литературы:

1. Аралбаева М. Всемирная выставка Expo: история и талисманы. Vnews.kz, 2012
2. Ашимов Б. К сентябрю 2016 завершаются строительно-монтажные работы объектов ЭКСПО-2017. Официальный сайт АО НК ЭКСПО-2017 (expo2017astana.com)

3. Баталов Ю. Some problems of green economy development. Зеленая экономика – будущее человечества: Материалы Международной научно-практической конференции – Усть-каменогорск: ВКГТУ, 2014. – 1738 с.

4. Государственная программа по индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2015-2019 годы

5. Деминов Д.А. «Астана – город будущего» на примере PR-компании по подготовке к проведению международной выставки EXPO-2017, 2011

6. Назарбаев Н.А. Послание в ходе общенационального телемоста по запуску проектов Карты индустриализации за второе полугодие 2012 года. Казинформ, 2012

7. Назарбаева Д.Н. Формирование имиджа Казахстана должно вестись системно. Интервью Председателя Комитета по социально-культурному развитию Мажилиса Парламента Дариги Назарбаевой ИА Zakon.kz, 2013

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ВЫСШЕГО ЗВЕНА

Леванова Л.Н.

*Саратовский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов*

В системе мотивации можно выделить следующие механизмы мотивации топ - менеджеров в корпорациях:

- денежные, включающие заработную плату, краткосрочные системы вознаграждения, включающие бонусы, зависящие от KPI, и долгосрочные системы вознаграждения;

- неденежные, представляющие собой принадлежность к уважаемой на рынке компании, возможность повышения квалификации, карьерного роста и др.;

- социально - направленные (соцпакеты);

- институциональные, представляющие собой перевод менеджеров в ряды собственников через программы передачи акций, включая фондовые аукционы;

- «отсроченные выплаты» [1, С.43].

Анализ ряда отечественных корпораций свидетельствует о преобладании материальной составляющей в системе мотивации топ – менеджеров отечественных компаний. Да и сами менеджеры продолжают ставить на первое место денежный аспект в стимулировании своей деятельности, что подтверждают результаты опроса консалтинговой компании ТРИОЛИТ (таблица 1 [2, С.13]). Хотя, необходимо заметить о заключениях исследователей и практиков, отводящих большую роль в системе мотивации руководителей неденежным механизмам.

Таблица 1.

Что стимулирует вас как руководителя к наилучшему исполнению своих обязанностей?

<i>Варианты ответа</i>	<i>% респондентов</i>
Участие в прибыли компании	20%
Высокая заработная плата	19%
Возможность получать бонусы за достижение результатов	12%
Перспектива стать одним из собственников компании	13%
Интересные амбициозные задачи	14%
Возможность самореализации	14%
Опцион	8%

Так, по мнению одних ученых [3, С.15] при достижении определенного уровня дохода деньги перестают играть главную роль в мотивации управленца, и на первый план выходит его внутреннее стремление к достижениям и самореализации. Мотивирующим фактором для них становится карьер

ерный рост, сложность и масштабность проекта, возможность участвовать в принятии стратегических решений, должностные полномочия, статус и принадлежность к определенному социальному кругу.

По мнению Артемия Карпычева [4, С.11], никакие индексация зарплаты, премии или соцпакет не удержат человека в компании, если у него не будет возможности развиваться, все время эволюционировать. Ему необходимо постоянно узнавать новую информацию об окружающем мире. Он должен быть всегда «загружен» на будущее и видеть какие – то перспективы в появлении новых источников информации. А соцпакеты и клубные карты используются потому, что это позволяет компаниям экономить на налогах.

А Бабошко Д.Ю. [5, С.67] считает, что простая привязка бонусов к прибыли и денежному потоку не формирует отношения менеджера к бизнесу как к своему делу и не решает проблемы ориентации на стоимость в долгосрочном плане. Кроме того, сокращение денежных форм мотивации и компенсация ее нематериальной мотивацией и мотивацией в немонетарной форме актуально в условиях кризиса и нестабильности.

Тогда, исходя из данных высказываний, можно предположить:

1. Современные менеджеры в отечественных компаниях не достигли еще того уровня дохода, который позволил бы им на первый план ставить самореализацию и карьерный рост. Хотя, исходя из данных таблицы 2 [3, С.15], сложно сказать о недостаточности доходов. Кроме того, на фоне даже средних заработных плат по стране уровни заработной платы менеджеров высшего звена: управляющий компании – от 200 - 400 тыс. рублей в месяц, коммерческий директор, директор по развитию – от 150 тыс. до 300 тыс. рублей в месяц, руководитель направления от – 100 тыс. до 200 тыс. рублей, не кажутся уж столь низкими. Даже фиксированные выплаты, включающие заработную плату и соцпакет часто

более в 15 раз превышают оклады сотрудников низшего звена. Нельзя не отвергать в формировании системы вознаграждения и участия самих топ - менеджеров в рамках совета директоров, что явно нарушает принцип экономичности и оптимальности затрат корпорации.

Таблица 2.

Самые высокооплачиваемые руководящие посты в России

<i>Должность</i>	<i>Средняя годовая заработная плата,</i>
Управляющий директор инвестиционного банка	\$3 млн.
Генеральный директор (нефтегазовый бизнес)	\$2,4 млн.
Председатель правления коммерческого банка	\$1,8 млн.
Директор аналитического департамента инвестиционного банка	\$1,3 млн.
Генеральный директор (тяжелая промышленность)	\$1,2 млн.
Руководитель подразделения (банковская деятельность)	\$800 тыс. - \$1,1 млн.

2. Для российских менеджеров цель самореализации не является приоритетной.

3. Только небольшая часть менеджеров - 14 % опрошенных, исходя из пирамиды Маслоу, уже достигли определенного уровня насыщения, что задумались о самореализации – потребности более высокого уровня.

Таким образом, несмотря на небольшой процент респондентов, механизмы нематериальной мотивации имеют право на существование в отечественных компаниях, так как по всем наблюдениям материальная мотивация играет наибольшую роль на этапе вхождения работника в компанию. И каждая компания, в зависимости от уровня развития корпо-

ративного управления и продолжительности работы каждого высшего руководителя в ней, должна сочетать материальные и нематериальные механизмы мотивации, находя баланс их комбинациям.

Кроме того, по нашему мнению, необходимо помимо сроков присутствия данного руководителя в должности, сформировать и его психологический портрет исходя из возможных психологических типов руководителя (Рис.1).

Так, в случае командных топ - менеджеров, для которых крайне важна фигура первого лица, одним из важнейших инструментов мотивации становится само время и внимание первого лица, которое он уделяет членам своей команды. Топ – менеджеров, максимально склонных к самостоятельности и личному лидерству, мотивирует отсутствие сильного первого лица.

В психологии проводится деление людей по типам мотивации «К» (достижение целей) – позитивной мотивации и «ОТ» (избегание неудач) – негативной мотивации. А про людей говорят, что они обладают позициями «стремления» и «избегания» соответственно. Позитивисты рассматривают трудности как очередные вершины, которые предстоит преодолеть, поэтому наилучшей мотивацией для них всегда является денежные вознаграждения, возможности повышения по карьерной лестнице, новые знания и навыки, которые они приобретут в ходе выполнения работы, возможность самореализации. Негативистам же, важно, чтобы на их пути не встречались сложные препятствия, поэтому в качестве мотивации для них обычно выступает демонстрация того, что случится, если работа не будет выполнена. Это именно для них изобретены наказания и штрафы.



Рис 1. Психологические типы руководителей

Люди, ориентированные на процесс, менее задумываются над достижением результата, не ставят перед собой существенных целей. Они ориентированы на настоящее. Люди результата ориентированы на будущее, им важна четкая соизмеримость цели и результата. Так как чаще встречаются позитивисты, нацеленные на результат, то разрабатывая систему мотивации для руководителей, необходимо закладывать возможности соревнования между подразделениями, которые они возглавляют.

Тип референции указывает на то, какое мнение для человека является более важным - собственное (внутренняя референция) или мнение других людей (внешняя референция). Для людей с внутренней референцией важно удовлетворение от того, что он сделал - вне зависимости от признания этого другими людьми. Сам факт участия в процессе управления компанией является для него мотивирующим фактором. Если же топ-менеджер тяготеет к внешней рефе-

ренции - ему нужны похвалы. Публичное признание его достижений будет для него самой лучшей мотивацией.

Интересной классификацией типов мотивации является классификация, представленная на рисунке 2. [6, С.68.], использование которой может собственнику компании помочь выбрать правильные механизмы мотивации конкретного топ – менеджера.

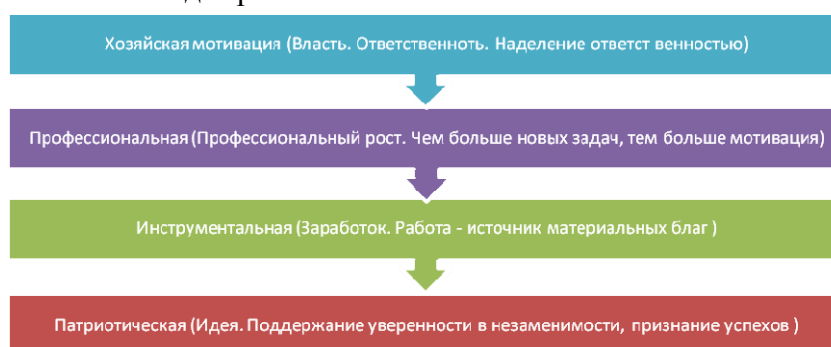


Рис.2. Типы мотивации топ - менеджеров

Считается, что разрабатывать систему мотивации топ – менеджеров необходимо начинать уже в момент привлечения наемного топ – менеджера в компанию, обсуждая ее с самим работником. И для увязки личных устремлений работников (внутренней мотивации) с общими целями компании можно применить индивидуальную сбалансированную систему показателей (PBSC Personnel Balance Score Card) Хьюберта Рамперсада [7, С.76].

Руководителю необходимо разработать индивидуальную сбалансированную систему показателей с учетом ценностей компании, а разработчикам системы мотивации связать цели компании, деловые задачи руководителя и его стремления к саморазвитию. Таким образом, можно будет добиться единения руководителей и компании, создать атмосферу, необходимую для проявления творческих способностей топ – менеджеров и их развития. Кроме того, по мнению Х. Рамперсада, руководитель должен искать источник

самотивации в моральном долге перед сотрудниками компании и обществом. Имея моральный долг перед обществом, он как представитель компании должен быть в первую очередь гражданином и проводить частную и открытую политику по управлению организацией.

При разработке системы вознаграждения топ – менеджеров, необходимо учитывать, что повышение материального вознаграждения является действующим инструментом только в течение первых семи месяцев, в дальнейшем эффект от повышения вознаграждения в стимулировании руководителя сводится на нет. Так, по результатам опроса, проведенного среди работников отечественных компаний, большим мотивационным эффектом будет обладать эквивалентное увеличение объема социального пакета, чем повышение заработной платы на \$ 100. Поэтому, при достижении материального вознаграждения определенного высокого уровня необходимо, чтобы для топ - менеджеров использовались смешанные формы мотивации, в частности программы «отсроченных выплат» [8, С.46], которые сочетают социально-направленные механизмы и долгосрочную мотивацию.

Суть этих программ заключается в замене части текущих денежных выплат поддержкой, ожидаемой от компании в различных важных для человека жизненных ситуациях: рождение детей, покупка жилья, обучение для повышения квалификации, необходимость в медицинской помощи, увольнение не по инициативе работника и т. п. То есть, корпорация берет на себя обязательство предоставлять те или иные услуги (выплачивать определенные суммы) при наступлении указанных событий.

Для реализации программы «отсроченных выплат» рекомендуется, во-первых, социальный пакет составлять по принципу «буфета» или «кафетерия», то есть допускать возможность самостоятельного выбора работником тех или иных благ с возможностью накопления. А во-вторых,

разработать различные уровни «отсроченных выплат» для различных уровней топ – менеджеров для дополнительной их мотивации, причем эти уровни могут также зависеть от стажа работы в компании и КРІ. Таким образом, окончательной целью данной системы может стать развитие партнерских отношений между менеджерами и компанией, основанных на взаимовыгодном сотрудничестве.

Интересной практикой оплаты социальных льгот является в некоторых компаниях, например в ОАО «Банк ВТБ», «социальных карт». «Социальная карта» представляет собой виртуальный счет сотрудника в социальном бюджете компании, на него начисляется определенный норматив, величина которого определяется занимаемой должностью. Данный норматив работник может тратить на актуальные для него социальные льготы, но не может получить наличными средствами. Кроме того, сумма «социальной карты» может распределяться между базовой и переменной частью, последняя из которых и будет представлена «отсроченными выплатами».

Но, несмотря на все предложения, необходимо помнить, что система мотивации должна быть реальной, потенциально выполнимой и, главное, нести в себе мотивирующий ресурс. Именно поэтому надо быть точно уверенным, что выбранная комбинация инструментов в системе мотивации необходима на конкретном этапе развития руководителя и компании, и что компания располагает достаточным бюджетом для ее реализации.

Список использованной литературы:

1. Теплова Т. Утром стулья – вечером деньги. Программы отсроченных выплат.// Справочник по управлению персоналом. 2006, №4. С.43-48.
2. Капитаны бизнеса // Справочник по управлению персоналом, 2006, №2. С.10-13.

3. Мишина Л. Один в поле – лидер. Карьера, 2008, №12. С.12-15
4. Карпычев А. Эффективный топ-менеджер.// Справочник по управлению персоналом. 2006, №2. С.10-13.
5. Бабошко Д.Ю. Управление бизнесом ради максимизации стоимости. // Российское предпринимательство 2009, №8. Вып.1. С.63-68.
6. Фомина О.Ю. Мотивация топ – менеджеров. //Банковское обозрение, 2009., № 9. С.67-69.
7. Мартиросян Л. Связываем устремления работников с целями компании, или секреты мотивации от доктора Рамперсада. // Кадровое дело, 2009, №8. С.76-81 .
8. Теплова Т. Утром стулья – вечером деньги. Программы отсроченных выплат.// Справочник по управлению персоналом. 2006. №4. С. 43-48.

ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИОРДАНИИ

Марашдех О. Б.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Горнодобывающая промышленность является одним из главных факторов экономического роста и социального развития в Иордании. Доля горнодобывающей промышленности составила в 2012 году 2.9% от ВВП, внося свой вклад в размере 182,4 млн. иорданских динаров в экономику страны; она же, в основном, способствовала и получению 248,3 млн. иорданских динаров экспортных поступлений [6]. Извлечение потенциальных выгод из интенсивного освоения ресурсов возможно лишь при условии долгосрочного, ответственного подхода к развитию горнодобывающей отрасли и управлению им и обеспечиваемыми отраслью доходами. Поэтому

важной и актуальной проблемой является исследование особенностей, определяющих развитие горнодобывающего комплекса в Иордании и выявление причин, сдерживающих его развитие в стране.

Горнодобывающая отрасль – одна из старейших отраслей промышленности Иордании. В 2012 г. было добыто 5,73 млн. т фосфоритов. Их доля в экспорте страны сокращается в связи с ростом значения других экспортных статей и более полной переработкой сырья внутри страны. Добыча ведется на рудниках в Хасе, Вади эль-Абьяде и Шидийе. В южной части Мертвого моря в Аль-Сафи методом выпаривания из морской воды добываются калийные соли. Объем производства в 2012 г. составил 1,85 млн.т поташа. В 2013-2015 годы объем производства сохраняется примерно на таком же уровне.

Также в последнее время горнодобывающая промышленность Иордании обратила свое внимание на разработку месторождений меди, которые недостаточно крупные, однако могут существенно усилить данную отрасль. В настоящее время также находится на рассмотрении вопрос о разработке месторождений сланцевых руд, причем планируется активное участие в этом зарубежных инвесторов, которые и явились инициаторами этого проекта.

На основе переработки фосфатов и поташа развита химическая промышленность. Это производство калийных, азотно-фосфорных удобрений, фосфорной кислоты, промышленного поташа, столовой соли. Крупнейшие компании, занимающиеся добычей и переработкой фосфатов и поташа: Компания иорданских фосфоритовых рудников (Jordan Phosphate Mines Co.), 65% акций которой находятся в собственности государства, и Арабская компания поташа (Arab Potash Co.), 53% капитала которой также принадлежит государству [6]. В 2012 г. Компанией иорданских фосфоритовых рудников было добыто 7 000 тыс. т. фосфоритов, Арабской компанией поташа – 2 450 тыс. т. поташа (рис. 1).

Важной особенностью, которая определяет развитие горнодобывающего комплекса в Иордании, является зависимость от внешних ресурсов в виде иностранных инвестиций, которая в целом определила социально-экономическое развитие Иордании с момента обретения страной независимости. Именно значительный приток средств из-за границы позволил небольшому и бедному природными ресурсами Королевству длительное время потреблять и инвестировать значительно больше, чем страна могла себе позволить. Поскольку значительная частая официальной помощи (преимущественно, из монархий Персидского залива) направлялась в государственный сектор, это и определило активную роль государства и соответствующие приоритеты в социально-экономическом развитии страны. Начиная с 1950-х годов и особенно после нефтяного бума 1973 года, государство много средств направляло на развитие инфраструктуры и государственного сектора, субсидировало базовые потребительские товары и услуги, а также старалось проводить политику импортозамещения, устанавливая высокие пошлины и квоты на ввоз многих категорий товаров из-за границы.

Другой особенностью, определяющей развитие горнодобывающего комплекса в Иордании, является ограничение участия государства в добыче и переработке фосфатов и поташа. В регионе Южного и Восточного Средиземноморья (ЮВС) во всех странах, кроме Иордании, государство занимает доминирующие позиции в добыче и переработке фосфатов и поташа (табл. 1).

В Иордании участие государства ограничено владением миноритарными пакетами акций в двух компаниях, на долю которых приходится большая часть производства фосфатов и калия (25,6% в компании «Jordan Phosphates Mines Co.» и 26% в компании «Arab Potash Company») [2]. Миноритарные доли участия – это все, что осталось у государства после проведения им крупной программы приватизации предприятий во всех отраслях экономики.

Таблица 1

Отставание переходных процессов в горнодобывающей отрасли в странах ЮВС

<i>Страна</i>	<i>Структура рынка</i>	<i>Рыночные институты</i>
Египет	Среднее	Значительное
Иордания	Среднее	Среднее
Марокко	Значительное	Среднее
Тунис	Среднее	Среднее

Источник: [2].

С целью обеспечения развития горнодобывающего комплекса, а также привлечения прямых иностранных инвестиций, в Иордании действуют свободные экономические зоны (далее – СЭЗ). На протяжении последних сорока лет Иордания получила значительный опыт в создании и развитии СЭЗ на своей территории. В условиях острого недостатка важнейших природных ресурсов и хронического отрицательного сальдо внешней торговли Королевство Иордания находится в состоянии перманентной зависимости от внешнего финансирования и вынуждено уделять значительное внимание поощрению иностранных инвестиций.

Формирование благоприятного инвестиционного климата в стране обеспечивается благодаря удобному географическому положению страны на пересечении Азии, Африки и Европы, дипломатической гибкости иорданского руководства, а также ряду внутренних экономических факторов, среди которых значительная роль принадлежит имеющимся высококвалифицированным кадрам и системе налоговых льгот, которые действуют на территориях СЭЗ.

Одна из самых первых свободных зон в ближневосточном регионе была создана в Иордании еще в 1973 году в Акабе, что вместе с удачным географическим расположением на берегу Красного моря повлияло на особое состояние этой

территории. Тем не менее, опыт функционирования этой первой маленькой СЭЗ не удовлетворил руководство государства, вследствие чего правительством Иордании была создана Корпорация свободных зон (в соответствии с Законом 1976 года № 39), которая является правительственной корпорацией с финансовой и административной независимостью, которой руководит Совет директоров во главе с министром финансов. Совет устанавливает общую политику и готовит планы и программы по созданию и развитию свободных зон, чтобы они могли реализовать цели и задачи государственного развития [3].

В целом, создание СЭЗ в Королевстве Иордания имело целью решение ряда задач для содействия экономическому развитию страны, среди которых следует отметить следующие:

- стимулирование развития местных компаний с иностранным капиталом и активизация экономики путем привлечения иностранного капитала;
- наращивание валютных запасов вследствие притока иностранного капитала;
- создание новых рабочих мест для частичного решения проблемы безработицы в стране и предотвращения оттока высококвалифицированных кадров за границу;
- применение зарубежных технологий в национальном производстве с целью насыщения внутреннего потребительского рынка и повышения конкурентоспособности иорданской продукции на мировом рынке;
- получение мирового опыта относительно управления экономикой и развития международного предпринимательства.

Благодаря благоприятным условиям развития в Иордании основано большое количество государственных и частных свободных зон, из-за которых товары проходят без взимания любых таможенных сборов. К проектам, которые

реализуются на территории таких зон, применяются следующие льготы [1]:

- освобождение от налогов на продажу сроком на 12 лет с момента начала реализации проекта;
- освобождение от налогов на зарплату иностранных работников;
- освобождение от таможенных сборов и налогов на продажу на товары, импортированные и экспортированные из свободных зон;
- освобождение от уплаты лицензионного сбора за недвижимость, построенную в свободных зонах;
- ежегодная 10%-ная скидка на аренду земли.

По последним данным в Иордании функционирует 5 государственных свободных зон и более 30 СЭЗ, которыми управляют частные компании [4]. Государственные свободные зоны предоставляют, главным образом, промышленно-коммерческие и складские услуги. Относительно частных свободных зон, то деятельность частных компаний в них охватывает разнообразные сферы, включая производство фосфатов и поташа.

Проведенное исследование позволило выявить ряд причин, сдерживающих развитие горнодобывающего комплекса в Иордании:

- зависимость от иностранных инвестиций. Важной особенностью, которая определяет развитие горнодобывающей промышленности Иордании является зависимость от внешних ресурсов в виде иностранных инвестиций;
- ограничение участия государства в добыче и переработке фосфатов и поташа;
- низкий уровень внутренних ресурсов и потребность во внешнем финансировании инвестиций. По мнению многих исследователей, Иордания длительное время была типичной «перераспределительной экономикой» [5]. Значительный приток иностранной валюты стимулировал импорт и дестимулировал внутреннее производство, а частные инвестиции

направлялись преимущественно в низко рискованные сферы экономики с быстрой отдачей, прежде всего, строительство и недвижимость, тогда как горнодобывающая промышленность находилась в начальном состоянии. В результате иорданские предприниматели были заинтересованы не столько в промышленном производстве, сколько в распределении выгод от регулирования импорта и внутренних цен;

- неразвитость рыночных институтов и инфраструктуры, в первую очередь, финансовых, инжиниринговых и консалтинговых. Отсутствие инфраструктуры сдерживает внедрение технологий и в целом реструктуризацию горнодобывающего комплекса.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что горнодобывающая промышленность Иордании нуждается в реструктуризации. Такая масштабная задача, требующая огромных инвестиций, может быть решена при помощи системных мер инновационной, инвестиционной, внешнеэкономической, фискальной и денежно-кредитной политики. Перелом в инерционном развитии горнодобывающего комплекса в Иордании возможен при условии политической воли к реструктуризации горнодобывающей промышленности – определяющей большинство тенденций долгосрочного социально-экономического развития Иордании.

Список использованной литературы:

1. Деловая Иордания. Спецвыпуск. Экономика и связи с Россией / [Г. Вачнадзе, А. Грибков, О. Мишина]. – М.: «ПОЛПРЕД Справочники», 2009. – 124 с.
2. Принципы деятельности в горнодобывающей отрасли. Документ Европейского банка реконструкции и развития, 2012.
3. Jordan economic zones [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.meed.com/supplements/2013/meed-guide-toeconomic-zones/jordan-economic-zones/3183327.article>

4. Jordan FreeZone Corporation [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://www.freezones.gov.jo/english/PubFreezones>
5. Saif I. Changing the Rules of the Game: Understanding the Reform Process in Jordan, Global Development Network, Amman, 2013. P. 3-4.
6. The Mineral industry of Jordan. U.S. Geological Survey, 2012.

**ПРОЦЕДУРА ПОДГОТОВКИ ОТЧЕТА
ПО САМООБСЛЕДОВАНИЮ УЧРЕЖДЕНИЙ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
В РАМКАХ ПРОЦЕДУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
АККРЕДИТАЦИИ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ**

Мизинцева М.Ф.

Профессор кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Заведующая отделом научной информации по экономике и управлению ВИНТИ РАН, Москва

Комарова Т.В.

Старший преподаватель кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Аккредитация (от лат. *accrere* – доверять) образовательного учреждения в Российской Федерации – процедура признания государственного статуса среднего или высшего образовательного учреждения и его вида (университет, академия, институт, колледж, техникум, училище) [1].

Аккредитационная экспертиза проводится на основе отчета о результатах самообследования деятельности по

реализации основных образовательных программ высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности). Выпускающие кафедры готовят отчет о результатах самообследования соответствующих направлений. Работа по созданию отчетов курируется Управлением образовательной политики или Учебно-методическим управлением образовательного учреждения ВПО Российской Федерации.

Целью проведения самообследования является определение степени соответствия уровня качества подготовки обучающихся и выпускников требованиям образовательных стандартов, а также проверка соблюдения требований к условиям обучения, кадровому, информационному и материально-техническому обеспечению образовательной деятельности. Самообследование проводится по заявленным к государственной аккредитации образовательным программам и завершается подготовкой, анализом и утверждением соответствующего отчёта.

Самообследование проводится в соответствии с Правилами проведения образовательными учреждениями или научными организациями самообследования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 26.01.2012 № 53.

Процедура самообследования включает в себя следующие этапы:

- 1) планирование и подготовку работ по самообследованию организации;
- 2) организацию и проведение самообследования в организации (в том числе в ее обособленных структурных подразделениях);
- 3) обобщение полученных результатов и на их основе формирование отчета о самообследовании организации;
- 4) рассмотрение и утверждение отчета о самообследовании на заседании ученого (педагогического, научно-технического) совета организации [2].

При осуществлении самообследования дается оценка содержания и качества подготовки обучающихся и выпускников по представленным для государственной аккредитации основным образовательным программам (ООП), а также проводится анализ динамики основных показателей ООП за последние 5 лет.

При проведении самообследования используются результаты ежегодных мониторингов качества образования, а также отчёты, полученные в результате регулярных мероприятий внутреннего аудита.

В первом разделе отчета по самообследованию размещаются общие сведения о направлении подготовки, структура подготовки, указывается, какие основные образовательные программы представлены на аккредитационную экспертизу, также указывается код направления, форма обучения, год начала реализации программы.

Во втором разделе рассматриваются организационно-правовое обеспечение учебной деятельности, перечисляются нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность образовательного учреждения, и порядок прохождения аккредитационной экспертизы.

В разделе третьем описывается контингент студентов, требования при приеме, описываются результаты довузовской подготовки и профориентационной работы, проводимой по каждому направлению подготовки, представленному на аккредитационную экспертизу.

В разделе четвертом в отчете размещается содержание и качество подготовки и проводится анализ содержания и качества подготовки через анализ основной образовательной программы и организации учебного процесса, а также уровня организации воспитательной работы. Также в четвертом разделе описывается учебно-методическое обеспечение реализуемой основной образовательной программы, которое проверяется на основе анализа учебно-методических комплексов по указанной образовательной программе. При этом прово-

дится проверка наличия и должного оформления учебно-методической документации по всем видам занятий дисциплин учебного плана по организации и проведению лабораторных и самостоятельных работ, лекций, курсовых работ (проектов) и анализ их соответствия перечню учебно-методической документации, указанному в учебном плане, рабочих учебных планах на каждый год обучения.

Важным показателем оценки качества итоговой подготовки выпускников является их востребованность. Раздел пятый отчета по самообследованию как раз посвящен этому вопросу. Здесь рассматриваются такие вопросы, как участие образовательного учреждения в процессе трудоустройства выпускников и организации прохождения практики на различных предприятиях.

Раздел шестой посвящен научно-исследовательской работе и описывает сведения об осуществлении фундаментальных и прикладных научных исследований штатными работниками выпускающих кафедр и среднегодовой объем финансирования научных исследований по каждой из отраслей наук. Также представляются сведения о наличии подтвержденных в установленном законодательством порядке результатов научных исследований выпускающих кафедр и проведении на их базе международных и (или) всероссийских научных и (или) научно-практических конференций в течение 5 лет, предшествующих аккредитации.

В разделе седьмом прописываются аспекты, посвященные воспитательной работе, описывается, как проводится воспитательная работа на соответствующем направлении подготовки. В процессе обучения выпускающая кафедра ведет воспитательную работу со студентами, направленную на:

- гражданское, патриотическое, духовно-нравственное воспитание;
- спортивно-оздоровительную работу, пропаганду здорового образа жизни;

– организацию психолого-консультационной и профилактической работы (адаптация первокурсников, проблемы молодой семьи, профилактика правонарушений, наркомании и ВИЧ-инфекции).

Раздел восьмой отчета по самообследованию посвящен системе управления качеством подготовки и её эффективность и включает в себя оценку уровня требований к организации учебного процесса через критерии качества учебных планов, качества профессорско-преподавательского состава, информационного обеспечения учебного процесса, материально-технического обеспечения учебного процесса, организации системы контроля знаний, научно-исследовательской работы, успеваемости студентов, выпуска и трудоустройства.

На основе проведенного самообследования эксперты делают выводы о соответствии исследованных показателей (структура и содержание учебных планов, рабочих программ по дисциплинам, обеспеченность учебниками и учебными пособиями, уровень квалификации профессорско-преподавательского состава, его педагогический и научный потенциал, материальная обеспеченность учебного процесса, уровень требований к итоговым государственным экзаменам и выпускным квалификационным работам, качество знаний обучающихся и выпускников) требованиям ГОС (ФГОС) и обеспечивают высокий уровень качества подготовки дипломированных специалистов. А также по результатам самообследования соответствующее направление подготовки рекомендуется к аккредитации.

Список использованной литературы:

1. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). - М.: Издательство ИКАР. Э. Г. Азимов, А. Н.Щукин. 2009. С 48
2. Правила проведения образовательными учреждениями или научными организациями самообследования, утвер-

жденного приказом Министерства образования и науки РФ от 26.01.2012 № 53.Пункт 3

3. Распоряжение Правительства РФ от 22.11.2012 N 2148-р «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие образования" на 2013 - 2020 годы»

4. Даутова О., Крылова О, Матина Г., Пивчук Е. Управление введением ФГОС основного общего образования. – СПб.: КАРО. – 2013.

5. Захарчук Л. Экономика образовательного учреждения. – М.: Форум. – 2011

6. Лачинов Ю. Экономика в школе, лицее, колледже, вузе и дома. – СПб.: Ленанд. – 2012. – 88с.

7. Наливайко Н.В., Панарин В.И., Паршиков В.И. Глобальные и региональные тенденции развития отечественного образования (социально-философский анализ). - Новосибирск, 2010. - 298 с.

8. Степанюк В.В. Административно-процессуальное право: словарь терминов и понятий. 2010.

9. Сыроваткина, Т. Н. Основы экономики образования: учебное пособие / Т. Н. Сыроваткина. — Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013.

10. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка / Д. Н. Ушаков. – М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1940. – Т. 4.

11. Шабунова А., Леонидова Г., Головчин М. Образование: региональные проблемы качества управления. – М.: ИСЭРТ РАН. – 2012.

12. Яндыбаева Н. Моделирование и прогнозирование аккредитационных показателей вуза. – М.: LAP Lambert Academic Publishing. - 2012 г.

13. Бутенко Ю.В. Государственная аккредитация в системе оценки качества вузов // Вестник ВолГУ Серия 6: Университетское образование. 2012. № 3. С. 55-61.

14. Ильинский И.М. Об эффективности мониторинга вузов // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 2. С. 3-9.

15. Калязин В.И. Правовое регулирование общественной аккредитации // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2014. № 3-4. С. 102-108.

16. Мотова Г.Н. Аккредитация: шаг вперед и два назад // Аккредитация в образовании. 2014. № 74. С. 10-15.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕГИОНА

Мизинцева М.Ф.

Профессор кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Заведующая отделом научной информации по экономике и управлению ВИНТИ РАН, Москва

Гербина Т.В.

Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), Москва

В настоящее время экономика остается механизмом развития региона, а достижение максимально высоких темпов экономического развития – основной целевой задачей. При этом конкурентоспособность региональной экономики проявляется, как способность реализовать основную целевую задачу – устойчивое социально-экономическое развитие региона с обеспечением высокого уровня жизни населения, отвечающих требованиям мировых стандартов.

Стратегия социально-экономического развития региона, направленная на поддержание региональных народнохозяйственных комплексов и выделение наиболее приоритетных из них, была и остается фундаментом принятия всех ре-

шений, принимаемых властью. Кроме того, экономическая ситуация в мире диктует необходимость осуществления продуманного комплекса мер и действий, позволяющих реализовать стратегию устойчивого развития российского общества, обеспечивать динамичное развитие социально-экономического потенциала страны и ее регионов.

Стратегическое управление развитием региона в современных политико-экономических условиях состоит в целенаправленной деятельности всех заинтересованных субъектов управления и хозяйствования под руководством органов власти и управления региона по достижению намеченных рубежей развития на основе эффективной адаптации к изменяющимся параметрам внешней среды.

Важным фактором стратегического управления развитием является технология его реализации. Стратегическое управление развитием зависит от географической, экономической, социальной и политической составляющих региона. Поскольку трансформация социально-экономической структуры региона в определенном направлении требует от региональных органов государственной власти и управления четкого видения перспективы развития и сдерживающих его факторов, постольку возрастает значение процедуры целеполагания и самого процесса формирования концепции развития регионов в современных условиях, характеризующихся высоким динамизмом развития и глобальностью финансово-экономических кризисов.

Суть стратегического управления социально-экономическим развитием региона состоит в том, что устойчивое социально-экономическое развитие региональной системы должно определяться рациональной организацией, повышением эффективности использования всех видов ресурсов.

Основой для успешной реализации стратегии социально-экономического развития региона должно являться стратегическое управление региональной конкурентоспособ-

ностью. Поскольку именно оно способно обеспечить динамическое развитие на инновационной основе, такой социально-экономической системы, как регион.

При этом, необходимо учитывать, что регион является сложной социоприродохозяйственной системой. Каждый регион заинтересован в увеличении удельного веса конкурентоспособности продукции фирм, предприятий и организаций различных форм собственности и, соответственно, в увеличении массы прибыли этих элементов региона.

Необходимость стратегического управления конкурентоспособностью региона обуславливается, прежде всего, быстрыми изменениями внешней среды, возникновением трудно предсказуемых экономических и финансовых ситуаций.

В условиях развивающегося финансово-экономического кризиса, регион как социально-экономическая система должен не только уметь эффективно использовать свой ресурсный потенциал, но и создавать условия для формирования новых конкурентных преимуществ и их носителями должны стать предприятия и организации, находящиеся на его территории.

Критериями оценки конкурентоспособности региона могут быть: положение на рынке, темпы развития, возможность расплачиваться за полученные заемные средства, потребительские свойства по отношению к цене товара и др. Возможны также различные методы оценки конкурентоспособности, построенные на основе статистических показателей, экспертных оценок, рангов. Самыми разработанными к настоящему времени являются методы оценки конкурентоспособности, применяемые на макроуровне, т. е. при межрегиональных сопоставлениях. Однако, несмотря на наглядность и стройность предоставленных сведений, никогда не стоит полностью полагаться на чисто наглядные сведения. Поэтому для всестороннего изучения конкурентоспособности региона всегда следует проводить факторный анализ.

Потенциал конкурентоспособности региона выражается в конкурентных преимуществах региона и обеспечивается рядом факторов: развитой инфраструктурой, инвестиционной привлекательностью, высокими доходами консолидированного бюджета и прочих макроэкономических индикаторов.

Общее понимание инновационной стратегии оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта сводится к тому, чтобы создать такую оценку, которая при компаративистском рассмотрении будет более точно отражать уровень социально-экономического развития региона.

Список использованной литературы:

1. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / под ред. Д.С. Львова, А.Г. Гранберга, А.П. Егоршина. – М., 2004. – С. 137–142.5
2. Головихин С.А. О новой концепции базовых свойств конкурентоспособности и региональном рейтинге конкурентоспособности // Социум и власть. 2013. № 2. С. 74–80.
3. Улицкая Н. Ю. Современный этап развития системы стратегического управления территориями в Российской Федерации. Менеджмент в России и за рубежом. 2015, N 3, с. 41-47
4. Бабкин А. В., Бухвальд Е. М. Проблемы стратегического планирования в региональном и муниципальном звене управления Российской Федерации. Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Сер. Экономические науки.. 2015, N 4, с. 25-37
5. Овакимян М. А., Буров А. В. Стратегия социально-экономического развития современного муниципального образования. Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление, 2015, N 4, с. 21-24.
6. Асланова С. Х., Топсахалова Ф. М.-Г. Стратегическое управление социально-экономическим развитием на регио-

нальном уровне // *Фундаментальные Исследования*. - 2015, N 2, ч. 11, с. 2389-2393

7. Громова Н. М., Тимофеева Р. А., Васильев С. В. К вопросу о стратегии социально-экономического развития региона // *Фундаментальные исследования*. - 2015, N 2, ч. 12, с. 2657-2661

ГЛОБАЛЬНАЯ ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКА И ПРОБЛЕМА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ

Могильный Н.К.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Глобальная сеть Интернет стала общемировой сетью интерактивного взаимодействия людей. Она используется не только для распространения информации, в том числе и рекламного характера, но и для осуществления самих деловых операций (покупки товаров и услуг, перемещения финансовых активов и пр.) Кроме этого, сеть Интернет невероятно ускорила процесс стирания границ между экономиками разных стран.

Электронная торговля, осуществляемая посредством сети Интернет, является важной составной частью процесса глобализации. Электронная коммерция развивается необычайно быстро, особенно в США, странах Европейского Союза и т.д. В мире виртуальной торговли все традиционные факторы, определяющие налоговую ответственность, такие как место продажи и место покупки, местонахождение бизнеса и его управленческого аппарата и другие трансформировались настолько, что крайне сложно определить налоговую ответственность бизнеса, существующего и осуществ-

ляющего операции в виртуальном пространстве по всему миру.

Таким образом, экономика становится глобальной, а бюджеты стран продолжают оставаться национальными, то есть складывается противоречие между глобальным характером экономики и локальным характером налогообложения.

Проблема выбора механизма регулирования электронной экономической деятельности и информационных отношений, формирующихся в процессе использования глобальной сети. Интернет является актуальной для всех участников информационного взаимодействия независимо от статуса, форм собственности, месторасположения, т.е. для всех потенциальных налогоплательщиков.

Решение проблемы налогообложения результатов экономической деятельности, осуществляемой с использованием сети Интернет, осложняется тем, что действующее налоговое законодательство всех стран ориентировано на регулирование традиционных правоотношений.

Использование современных электронных платежных систем, развитие телебанкинга, электронных расчетов приводит к тому, что растет скорость обращения денег. Отсюда возникает целый ряд проблем регулирования денежной массы и обращения. Особенно велико влияние массы электронных денег на инфляционные процессы и экономический рост. При появлении такого нового специфического вида денег, как электронные деньги возникает целый ряд вопросов о том, кто будет регулировать массу электронных денег, должны ли эмитенты электронных денег быть зарегистрированы, чтобы иметь статус банка. В США и странах Европейского Союза особо отмечено, что только банкам разрешено выпускать универсальные расчетные карты и что это право должно быть ограничено для других, чтобы защитить целостность розничной системы платежей и защитить потребителей от последствий возможных рисков.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЯ НАЛИЧИЯ «СТЕКЛЯННОГО ПОТОЛКА» ДЛЯ ЖЕНЩИН- МЕНЕДЖЕРОВ

Пахомов А.П.

*Доцент кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

Несмотря на многочисленные усилия законодательного характера, призванные способствовать процессу продвижения женщин на руководящие позиции, все же традиционные гендерные тенденции в менеджменте остаются сильными, и, кажется, сопротивляются изменениям. Кроме того, когда в период с 1960 по 1988 годы наблюдался сильный рост от 6% до 39% женщин на позициях менеджера, все же этот рост в основном наблюдался на нижних этажах менеджмента, и женщины остались заметно недопредставленными на более властных и высоких управленческих постах. В США только около 5% женщин обладают позициями в менеджменте, а при этом на топ уровне 1-2% [4, 5, 14, 15].

Это положение практически повсеместно. В Норвегии одинаковые возможности для мужчин и женщин считаются очень большой национальной ценностью. Правительство самым серьезным образом следит за соблюдением гендерного равенства на позициях менеджмента. Для улучшения гендерного равенства на рабочем месте используются специальные гендерные квоты. Но все же в Норвегии процент женщин на разных уровнях управления весьма схож с американским [2].

Рассмотрим теоретические объяснения для такого асимметричного гендерного представительства в менеджменте на высоком уровне.

Теория стереотипов. В соответствии с работой [12], основным и определяющим аспектом лидерства является то, как оно воспринимается. То есть лидером является человек, который воспринимается как лидер. Это может быть субъек-

тивная, перцептивная димензия лидерства, но она играет решающую роль. Можно предположить, что очень немногие будут сомневаться в том, что соответствие образу лидера является очень важным для его принятия и продвижения.

С точки зрения когнитивной психологии и теории прототипов) схемы конституируют общий тип когнитивной репрезентации [17]. Схема может потерять некоторые неспецифические атрибуты, а прототип репрезентирует отдельный пример, где все качества (в нашем случае лидера) закодированы в форме необходимых по умолчанию ценностей [7]. Стереотип является случаем схемы, в которой организовано общее, часто сильно стилизованное, восприятие людей, попадающих в такие ясно определяемые категории, как раса, возраст, пол и пр. Например, схема «рабочий» организует восприятие людей, которые выполняют такую специфическую работу как «строитель», «электрик», «механик» и пр.

В соответствии с данным выше определением схемы извлекают «смысловую» информацию и часто бывают мощной детерминантой интерпретации, организации и переработки информации. Новые подсхемы могут формироваться на основе постоянно меняющегося опыта и тем самым менять схемы. При этом результаты многих работ и по экспериментальной когнитивной психологии, и по социальной когниции очень часто показывают существование значительной инерции в процессах таких изменений, то есть схемы очень часто сопротивляются изменениям [1, 12, 17].

Исследования показывают, что в области менеджмента и лидерства очень устойчивые стереотипы накладываются на черты, ассоциирующиеся с категорией «успешный менеджер». Это справедливо и для выборки студентов [18, 19], и для выборки действующих менеджеров [3, 20]. В то же время стереотип «женщина» сильно отличается от зоны наложения стереотипов «мужчина» и «успешный менеджер» [6, 9]. Эти результаты важны для отношения к оценкам, основанным на побуждаемой схемой процессе переработки

информации, в которую включены категории «женщина» и «лидерство». К тому же результаты предполагают, что затруднен параллельный доступ к таким категориям как «лидерство» и «пол», что можно отнести к ограниченной способности переработки информации [22]. Такие эффекты будут создавать тенденцию к аггравации смещения в социальной перцепции и оценивании.

В работе [12] предполагается, что выраженность предубеждения из-за стереотипа восприятия в случае гендерных проблем в лидерстве может значительно сильнее проявляться тогда, когда речь идет о лидерстве на высоком уровне. В работе проводится различие между «прямым» и «непрямым» влиянием поведения лидера. Поведение прямого влияния, такое как контроль, оценивается обычно легко и, если оно устойчиво, может изменить существующие до этого схемы восприятия. Поведение непрямого влияния является весьма типичным на высших уровнях лидерства, и к нему относится, например, осуществление системы организационной культуры. Оно не так наблюдаемо, и оценивать его для пересмотра существующей схемы намного труднее. Таким образом, можно было бы ожидать, что восприятие и оценивание лидерства на высоком уровне, вероятно, управляются автоматическими и побуждаемыми схемой процессами переработки информации.

Более того, в работе [10] выявлен механизм «гомосоциальной репродукции», при действии которого люди, имеющие характеристики сходные с характеристиками людей высокого уровня власти в организации, имеют значительную вероятность войти в их круг.

Приведенные выше рассуждения имеют свое значение для женщин, стремящихся к высоким позициям в менеджменте. Вследствие диссонанса между стереотипами феминных черт и черт успешного лидерства можно ожидать, что женщины могут оказаться менее заметными, как кандидаты на лидерство высокого уровня. Следствием этого может быть

тот факт, что женщины обычно специально заявляют о себе, что они не просто квалифицированные работники, а лучше чем квалифицированные. То есть они ожидают, что предвзятый процесс отбора работает против кандидатов-женщин, и что критерии квалификации для женщин более жестки, чем для мужчин для получения лидерских позиций. Считается, что чем выше уровень лидерства, тем чаще это происходит. Это является сутью концепта «стеклянный потолок», то есть блокады пути к позициям верхних эшелонов власти в организации [14].

Теория нехватки опыта. В сильном контрасте с гипотезой о дискриминации из-за искаженного стереотипа, о которой шла речь выше, находится аргумент, согласно которому женщины обычно недостаточно долго находятся во власти для того, чтобы получить квалификацию, необходимую для достижения позиций на высоких уровнях лидерства. Если женщины представляют доказательства квалификации на основе документов об образовании и опыте работы, то отношение к мужчинам и женщинам будет одинаковым.

В соответствии с этой теорией в 500 компаниях было проведено исследование [11], и было найдено, что женщины и в самом деле с меньшей вероятностью становятся кандидатами в члены исполнительных комитетов, членами этих комитетов и членами советов директоров. Оказалось, что женщины-директора обладали опытом меньшим, чем коллеги мужского пола. Это обстоятельство было предложено объяснением непропорциональности между представительством мужчин и женщин в комитетах и советах. В других исследованиях приходят к выводу о том, что именно квалификация является объяснением гендерных различий в отборе на работу [8, 16].

Теория личности. Но можно сказать, что даже если опыт и формальная квалификация одинаковы у мужчин и женщин, все же личностные качества могут определять значительные различия по возможности осуществлять эффек-

тивный менеджмент и поведение лидерства. Тогда эти различия в личностных качествах у мужчин и женщин можно было бы рассматривать как объяснение наблюдаемых различий в лидерских позициях в профессиональной сфере, и не понадобилось бы вносить предположения о стереотипах с предвзятостью и схемах, ведущих к дискриминации женщин.

Лидерскими качествами предлагается считать «высокую напористость, ориентацию на достижение, доминирование, жесткость, способность принимать стратегические решения, устойчивость к давлению, способность принимать на себя риск, готовность принять непопулярную позицию» и т.д.

Список использованной литературы:

1. Anderson, F. R. (1990). *Cognitive psychology and its implications*. San Francisco: Freeman.
2. Bergens Tidende (1995, January 28). Glasstak stopper kvinner, p. 15.
3. Brenner, O. C., Tomkiewicz, J., & Chilstrom, J. T. (1989). The relationship between sex roles stereotypes and requisite management characteristics revisited. *Academy of Management Journal*, 32, 327-343.
4. Brown, C. K. (1979). Women and business management. *Signs*, 5, 266-268
5. Dipboye, R. L. (1987). Problems and progress of women in management. In K. S. Kozaria, M. H. Moskow, & L. P. Tanner (Eds.). *Working women: Past, present and future*. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs.
6. Dubno, P. (1985). Attitudes toward women executives: A longitudinal approach. *Academy of Management Journal*, 28, 235-239.
7. Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. New York: Random House.

8. Graves, L. M., & Powell, G. N. (1988). An investigation of sex discrimination in recruiters' evaluation of actual applicants. *Journal of Applied Psychology*, 74, 935-942.
9. Heilman, M. E. (1983). Sex bias in work settings: The lack of fit model. *Research in Organizational Behavior*, 5, 269-298.
10. Kanter, R. M. (1977). *Men and women in organizations*. New York: Basic Books.
11. Kesner, I. F. (1988). Directors' characteristics and committee membership: An investigation of type, occupation, tenure, and gender. *Academy of Management Journal*, 31, 66-84.
12. Lord, R. G., & Maher, K. J. (1991). *Leadership and information processing*. Boston: Unwin Hyman.
13. Maier, N. R. F. (1970). *Problem solving and creativity*. New York: Brooks/Cole.
14. Morrison, A. M., White, R. P., Van Velsor, V. E., & Center for Creative Leadership (1987). *Breaking the glass ceiling: Can women reach the top of America's largest corporations?* Reading, MA: Addison-Wesley.
15. Morrison, A. M., & Von Glinow, M. A. (1990). Women and minorities in management. *American Psychologist*, 45, 200-208.
16. Olian, J. D., Schwab, D. P., & Haberfeld, Y. (1988). The impact of applicant gender compared to qualifications on hiring recommendations: A meta-analysis of experimental studies. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 41, 180-195.
17. Perry, E. L., Davis-Blake, U. A., & Kulik, C. T. (1994). Explaining gender-based selection decisions: A synthesis of contextual and cognitive approaches. *Academy of Management Review*, 19, 786-820.
18. Powell, G. N., & Butterfield, D. A. (1979). The "food manager": Masculine or androgynous. *Academy of Management Journal*, 22, 395-403.

19. Rosenkrantz, P., Vogel, H., Bee, H., Broverman, I., & Broverman, D. M. (1968). Sex role stereotypes and self concepts in college students. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32, 287-295.

20. Schein, V. E. (1973). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57, 95-100.

21. Schien, V. E. (1975). Relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of Applied Psychology*, 50, 340-344.

22. Srull, T. K., & Wyer, R. S. (1989). Person memory and judgment. *Psychological Review*, 96, 58-83.

ГЕНДЕРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СОЦИОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА

Пахомов А.П.

*Доцент кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

Гендерные стереотипы несмотря ни на что все еще существуют, и по-прежнему ведутся дебаты о том, могут ли быть женщины лучшими менеджерами, чем мужчины. В настоящее время многие женщины достигли достаточно высокого уровня управления, но они по-прежнему сталкиваются с критикой и противодействием, и о них существует мнение, что они слишком феминны для эффективного лидерства. Различия в представленности во власти между мужчинами и женщинами создаются двумя фундаментальными механизмами, связанными с гендерными стереотипами и гендерными профессиями.

Вопреки традициям относительно прошлого времени, когда число образованных женщин было низко, в настоящее время на руководящих позициях женщины конкурируют с

мужчинами, а некоторые из женщин лучше как управленцы, чем некоторые мужчины. Современные женщины намного проще входят в профессии, чем это было тридцать лет назад. Например, в Великобритании больше женщин, чем мужчин обучаются на всяких курсах, и это означает, что они потенциально готовы войти в профессии. Можно предположить, что женщины добились своих прав, и неравенство на рабочем месте побеждено.

Но почти во всех организациях царит основанная на патриархальной культуре культура мужского шовинизма, в которой женщины считаются слишком слабыми для руководящей работы. Растущее феминистское движение в начале 21-го века является ясным индикатором того, что права женщин еще не завоеваны. В сконцентрированном в основном на гендерных проблемах Отчете ООН по Гуманитарному Развитию от 1995 года показано, что ни в одной стране в мире к женщинам не относятся как равным мужчинам. Там же показано, что очень много женщин среди безработных и среди живущих в абсолютной нищете. В Отчете показано, что низкий статус женщин становится очевидным в случаях насилия против женщин и узаконенного гендерного неравенства.

Результаты значительного числа работ подтверждают наличие хорошего потенциала у женщин для работы на руководящих позициях. Так в одной из работ с участием более 2000 менеджеров показано превосходство женщин в 15 из 20 областей деятельности. Эти результаты доказывают, что в некоторых профессиях женщины-менеджеры могут работать лучше. В этом исследовании получено, что для многих подчиненных пол начальника не важен, важен стиль управления, то есть можно считать, что во многих случаях менеджмента стиль, а не пол руководства определяет успех организации.

Тот факт, что больше женщин, чем мужчин в некоторых странах стремятся получить высшее образование (в особенности в тех странах, где в особенностях культуры утвер-

ждено повсеместное превосходство мужчин над женщинами) показывает, что у женщин скоро появятся возможности превзойти мужчин на важных руководящих постах. За последние 30 лет разрыв между мужчинами и женщинами по таким признакам как число обучающихся, уровень образованности и трудовой стаж предельно сузился. Однако, несмотря на то, что образованных женщин много, они еще отстают от мужчин в участии в таких областях деятельности как экономика и политика.

В немалом числе исследований показано, как хорошие женщины-менеджеры улучшают условия труда своим работникам и помогают получить своим организациям больше дохода. В большинстве развитых стран растет число женщин, занимающих позиции на уровне членов правительств. После получения по закону равных возможностей и незаконности гендерной дискриминации женщины-менеджеры имеют право на оплату труда одинаковую с оплатой коллег-мужчин. Это в определенной степени помогло способным женщинам достигать прогресса в продвижении по карьерной лестнице. В работах по лидерству показано, что в настоящее время у женщин возможности в менеджменте и лидерстве соответствуют возможностям мужчин, если женщины овладевают требуемыми умениями и знаниями.

В соответствии с результатами многих работ на рынке труда возможности мужчин и женщин равны. Этот результат был получен на основе анализа данных, предоставляемых СМИ. Речь идет о том, что организации, объявляющие о вакансиях на различные управленческие позиции, не демонстрируют дискриминации женщин, сообщая только о требуемых умениях и знаниях. В США и Европе у женщин есть возможности работать на руководящих позициях. Например, примерно 500 успешных компаний (среди которых Yahoo, Wellpoint, Xerox и Pepsi) управляются женщинами, деятельность которых на глобальном рынке оценивается как вы-

дающаяся. Это говорит о том, что женщины могут управлять лучше, чем мужчины, если им дается шанс.

Но число женщин на управленческих и лидерских позициях совсем незначительно в транснациональных корпорациях, и наблюдается значительный разрыв в оплате труда между женщинами и мужчинами при равных или сходных занимаемых позициях. Это происходит из-за веры в то, что женщины ни не могут быть равны мужчинам. Такая вера имеет право на жизнь, если забыть, что успешность на глобальном рынке такой компании как Pepsi, управляемой женщиной по имени Nooyi Indra является индикатором того, что женщины способны работать даже лучше мужчин.

Многочислены истории о том, что работающие женщины теряли свое рабочее место из-за беременности. Конечно, природа или биология мешает женщинам работать хорошо, когда они беременны или ухаживают за младенцами. На этом основании некоторые мужчины объявляют женщин неэффективными для руководящей работы. В ответ на такое распространенное мнение появляются работы, в которых утверждается, что суть менеджмента не в физическом присутствии руководителя, а в его умениях и знаниях в менеджменте. И поэтому следует забыть о мужском шовинизме, где считается, что женщины не годятся для эффективного руководства, потому что они могут внезапно уйти в материнство.

С принятием бросающих вызов гендерной дискриминации законов женщины стали бросать вызов мужчинам на традиционно мужских позициях, занимая руководящие посты в правительствах, финансах, «мозговых центрах» и других важных для общества областях деятельности. К этой конкуренции женщин с мужчинами подталкивают правительства. И во многих странах растет число женщин в политике и экономике. А успешные на руководящих постах женщины являются примером для остальных.

В некоторых работах говорится, что, несмотря на антигендерное законодательство, женщины сталкиваются с

различными проблемами, сходными с гендерной дискриминацией и неравенством на рабочем месте. Например, в Великобритании разрыв между зарплатой за полный рабочий день мужчин и женщин составляет примерно 20%, а за неполный – 40%. В США этот разрыв еще больше и достигает 28% за полный рабочий день. В США Бюро Занятости Женщин сообщает о том, что высокая квалификация женщин не уменьшает этот разрыв. Кроме того величина этого разрыва зависит еще и от расового фактора. Чернокожим женщинам и представительницам меньшинств приходится еще хуже, чем белым женщинам.

Что касается исполнительной власти, то в целом в США и Европе меньше женщин, чем мужчин занимают соответствующие посты в корпорациях. В большинстве случаев продвижение женщин по карьерной лестнице блокируется, и им остаются малозначимые места, несмотря на их квалификацию. Но общеизвестно, что в США и Европе имеющие высокую квалификацию и хороший опыт работы менеджеры получают привлекательную зарплату, несмотря на пол менеджера. Поэтому женщины стремятся получить возможность продемонстрировать свои способности к руководству. Например, в Саудовской Аравии статус женщин традиционно принижается мужчинами, но женщины стали числом доминировать среди студентов местных и международных университетов. Это говорит о том, что у женщин Саудовской Аравии наблюдается рост образованности и умений, и в скором времени следует ожидать переворот в маскулинной культуре страны, и женщины займут лидирующие позиции во многих организациях страны.

Для исследований в области менеджмента важно отметить, что женщин не недооценивают из-за их плохих способностей, а из-за того, что мужчинами воспринимают их неэффективными. Система образования не осуществляет дискриминацию женщин и не дает предпочтение мужчинам, когда стремится сформировать у них релевантные умения и

знания. Поэтому некоторые женщины осуществляют профессиональную деятельность лучше, чем мужчины. Например, в Великобритании в образовании женщины осуществляют профессиональную деятельность лучше, чем мужчины, и это говорит о том, что их биология не мешает им работать хорошо. Поэтому в некоторых работах утверждается, что женщинам надо давать равные шансы с мужчинами и назначать их на высокие позиции в профессии в соответствии с их заслугами, и делать это для создания конкурентной атмосферы между мужчинами и женщинами

Когда сформированная в 1995 году правительством США специальная комиссия устранила барьеры на пути достижения женщинами вершин по карьерной лестнице, то только 8% из общего числа в 46,5% женщин достигли высоких постов в менеджменте. Женщины подвергались дискриминации на рабочем месте, а мужчины предпочитались для продвижения. Однако, если продвижение происходит на основании профессиональных достоинств при оценке квалификации и работоспособности в корпорациях, число женщин занимающих руководящие позиции увеличилось бы значительно из-за их потенциала. В Европе ситуация аналогична. В 2001 году только 5% из 100 компаний включили в советы директоров только 20% женщин. Считается, что продвижение женщин на высокие руководящие посты в корпорациях – это способ формирования разнообразия. Веру в неэффективность женщин-менеджеров необходимо избегать и предоставить женщинам равные с мужчинами возможности

Следовательно, несмотря на то, что женщины с высоким профессионализмом могут быть способны изменить менеджмент в организации и увеличить прибыль организации, их карьера особенно в больших корпорациях и в политике часто бывает слишком коротка. Утверждается, что женщины способны изменить организацию и создать условия для равных возможностей в соответствии со своим опытом и квалификацией. Но женщинами в основном позволено занимать

позиции вроде специалиста по HR, что воспринимается как не имеющая ресурсов позиция, обладающая низким статусом и короткой карьерной лестницей, и меньшей зарплатой. Отсюда следует, что женщины подвергаются и вертикальной сегрегации (короткая карьерная лестница), и горизонтальной сегрегации (специфические непрестижные рабочие места).

В соответствии с результатами нескольких работ, женщины играют ключевую роль в семейных делах и потому они могли бы быть основой при формировании и развитии семейного бизнеса. В большинстве случаев они разумно решают проблемы членов семьи, будучи матерями, женами или сестрами, и потому их роль в семейном бизнесе окажется важнейшей. Но как было показано женщин в целом не видно в семейном бизнесе. Женщин практически не включают в списки награжденных за успехи в экономике, их статус как партнеров принижен. В большинстве развивающихся стран у женщин очень низкий статус в семье, уже не говоря о семейном бизнесе.

Женщины в менеджменте сталкиваются со многими вызовами. Поэтому женщины должны быть поддержаны мужчинами в их возможности занимать руководящие позиции. Например, даже после того, как в США гендерная дискриминация была признана незаконной, женщины все же сталкивались с неравенством в частном секторе. Это ситуация говорит о том, что если есть вера в неэффективность женщин-менеджеров, ее надо остерегаться для того, чтобы дать женщинам возможность руководить. В настоящее время женщины работают руководителями и являются лидерами в таких профессиях как преподавание, медицина и администрирование.

Пример Pepsi Company показывает, как высоко может быть оценена деятельность, потенциал женщины-СЕО. Речь идет о Nooyi Indra, чья деятельность как лидера компании, ее способности менеджера можно оценить положением Pepsi Company на глобальном рынке. То есть считается, что жен-

щины имеют равный потенциал с мужчинами и могут быть успешными руководителями, если им дать возможности

Женщины сталкиваются с барьерами мускулиной культуры. По традиции, считается, что женщины работают по дому, а мужчины за его пределами, а дом всегда управляется мужчинами. Эта культура воздействует на некоторых мужчин, которые верят, что если женщинам дать возможность управлять событиями, то ничего хорошего не получится. Но при том что женщины получают такое же образование и учатся лучше, ясно, что женщины могут работать на руководящих постах и работать даже лучше мужчин.

В настоящее время, когда у женщин уже нет сегрегации в получении образования, они стали конкурировать с мужчинами в университетах и колледжах. В большинстве стран Европы и Южной Азии женщины превосходят мужчин по академической успеваемости, особенно по таким считавшимся традиционно мужским предметам, как юриспруденция и администрирование в медицине. Это говорит о том, что женщины вполне смогут управлять организациями. Когда вертикальная и горизонтальная сегрегация на рабочем месте отсутствует, женщины вполне могут конкурировать с мужчинами на руководящих позициях.

Например, если работники в организации удовлетворены управлением, то они мотивированы лучше работать и приносить организации больший доход. Это значит, что используемые менеджером навыки, несмотря на принадлежность к определенному полу, являются наиболее важными для хорошего менеджмента. В этом случае при планировании замещения постов в руководстве женщины будут способны соперничать с мужчинами за руководящие позиции.

Женщины медленно занимают управленческие позиции в организации из-за стоящих перед ними барьеров. Например, мужчины не воспринимают женщин как своих руководителей или менеджеров из-за традиций и веры в то, что женщины не могут править мужчинами, а должны быть

управляемыми. Другим барьером является недостаток соответствующей подготовки, которая требуется для определенного поста. Некоторые организации не обеспечивают женщин равными возможностями для обучения, чем расхолаживают их соревноваться за руководящие позиции. Но некоторые компании уже начинают гарантировать женщинам возможность соревнования за руководящие посты.

Эти компании следуют концепции, согласно которой лидерами не рождаются, а становятся, и потому талантливые женщины могут быть возвращены, чтобы стать эффективными лидерами и менеджерами. Другим вызовом для женщин, работающих в маскулинных профессиях, является недостаток успешных моделей для подражания. Работники в организации или делающие политическую карьеру мотивированы в продвижении в основном своими руководителями или ролевой моделью. Однако на руководящих позициях представлено только ограниченное число женщин, что препятствует женщинам становиться руководителями.

Известно, что женщины работают лучше в таких областях деятельности как финансы, бухгалтерия и HR, если их мотивировать и они могут быть эффективными менеджерами в этих сферах. Показано также, что некоторые женщины талантливее мужчин даже в маскулинных профессиях, и если им создать условия, то они станут эффективными менеджерами.

Например, в Европе и Америке разрыв в зарплате между мужчинами и женщинами значителен, и женщинам платят намного меньше, несмотря на то, что они занимают позиции сходные с позициями мужчин. Женщины могут быть не способны справляться с обязанностями, связанными с большими физическими нагрузками, но так как менеджмент касается умений и знаний, то женщин можно считать равно талантливыми мужчинам. В настоящее время рынок труда улучшается для женщин, но эти улучшения происходят медленно и не для высоких позиций в управлении. В семейном

бизнесе женщины должны занимать высокие позиции, так как для них свойственна объединяющая деятельность, однако их роль в семейном бизнесе не значительна и они не руководящих позициях.

Гендерные проблемы для женщин-менеджеров существуют во многих странах. Но в отношении существования этих проблем в США наблюдается некоторое сомнение. Но когда речь идет о назначении женщин на руководящие позиции в многонациональных компаниях оно появляется и усиливается. Кроме того, есть вопросы о практике назначения американок-менеджеров на руководящие позиции в компании, работающие за рубежом.

Во многих азиатских культурах, культурах стран Латинской Америки, арабских странах и даже в Европе нахождение женщин в верхних эшелонах власти нетипично. Традиционность ролей в маскулинных обществах для женщин часто сопровождается минимальными возможностями в бизнесе. Это культурально обусловленная предвзятость поднимает вопрос об эффективности женщин-менеджеров в установлении успешных отношений при работе за рубежом. Часто задаваемый вопрос состоит в том, стоит ли посылать туда женщин-менеджеров для успешного ведения бизнеса с местными. Логично предположить, что если женщин не воспринимают как менеджеров в своей культуре, то и за рубежом их не станут воспринимать по-другому. Но это один из мифов, используемых для поддержки решений исключать женщин для назначения за рубеж.

Фактом является то обстоятельство, что в некоторых культурах к мужчинам и женщинам относятся по-разному. Например, в Саудовской Аравии наблюдается сегрегация женщин, необходимо носить паранджу и запрещается водить машину. Но факты говорят о том, что предрассудки в отношении иностранок на руководящих позициях могут быть преувеличены, и что отношение к местным женщинам вовсе

не является индикатором отношения к иностранным бизнес-леди.

Когда компания назначает кого-то на ответственный руководящий пост, то изначальное уважение к этому человеку является результатом уважения к компании. Когда женщина-менеджер получает соответствующую подготовку и сильную поддержку своей фирмы, она обычно уважается в соответствии с ее позицией в фирме и в соответствии с уважением к этой фирме. То есть сопротивление как к женщине или не материализуется, или оно становится значительно менее серьезным, чем ожидалось. Даже в тех культурах, где женщинам быть менеджерами не обычно, к иностранкам-менеджерам, по крайней мере, изначально, относятся с уважением из-за ее статуса и из-за того, что она является важным атрибутом представляемой ею фирмы.

В Японии, где японские женщины очень редко достигают руководящих позиций даже низкого уровня, представительницы американских фирм рассматриваются в первую очередь как представители США, во вторую как представительницы фирмы и только потом как женщины. Сходным образом в КНР они в первую очередь иностранки, а уж потом – женщины. Быть иностранкой – главное отличие, быть женщиной – второстепенное. Как было отмечено в одном исследовании, в КНР бизнес-леди с Запада рассматривается как «уважаемый человек», во время проведения переговоров проявляется готовность привлечь гостью к взаимодействию в бизнесе и демонстрируется растущее уважение в зависимости от демонстрируемых умений и не зависимо от пола переговорщика. При том что мировой рынок становится все более интернациональным и растет международная конкуренция, компаниям США требуются все больше их представителей, обладающих высоким уровнем профессионализма, и было бы близоруко ограничивать поиск талантов их полом.

Таким образом, хотя женщин дискриминируют на рабочих местах, на рынке труда происходят позитивные изме-

нения, и женщины занимают руководящие позиции в различных организациях. Женщин становится больше в политике и экономике, несмотря на культуральные барьеры. Значительное участие женщин в управлении облегчается политикой либерального феминизма. Женщины оказываются одинаково талантливыми и способными руководителями в больших организациях и правительствах. Однако их инициативность блокируется большим числом культуральных и социальных стереотипов.

МИЛТОН ФРИДМАН ПРОТИВ КСО

Пахомов А.П.

*Доцент кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

В 1970 году, когда идея корпоративной социальной ответственности вышла на траекторию роста и у нее появились влиятельные сторонники, авторитетнейший экономист Милтон Фридман опубликовал небольшое эссе, названное «Социальная ответственность бизнеса состоит в росте прибылей». Возможно, эта провокационная публикация была самым большим вкладом в историю этики бизнеса. Фридман показал, что большие публичные корпорации должны думать о деньгах, а этические проблемы, о которых так пекутся сторонники КСО, их волновать не должны. Его аргументы некоторых убедили, а некоторых – нет, но красноречивость и доходчивость аргументов Фридмана в сочетании с тем фактом, что эссе было опубликовано в таком авторитетном издании как *New York Times Magazine*, произвело сильное впечатление.

«Бизнес приходит к нам во всех формах и размерах, но когда говорят о социальной ответственности, то внимание часто фиксируется на больших корпорациях, потому что они

такие громадные (и потому потенциально способны делать так много хорошего) и сильные». Эссе Фридмана рассматривает эти проблемы. Вот его аргументы.

У бизнеса не может быть моральной ответственности большей, чем у гаечного ключа. Только у людей есть моральная ответственность, потому что у них есть сознание и направленность деятельности, и они такие единственные в мире. Люди могут управлять своими действиями, и это позволяет отличать то, что они хотят сделать, от того, что им следует делать. Потому только люди могут быть ответственны в этическом смысле слова. А что же бизнес?

Ничего более чем инструмент, нечто, приближающее к результату. Он может работать хорошо или плохо, но не имеет значения, что он не делает того, что он желает. Таким образом, нельзя проклинать или уважать бизнес, а проклинать или уважать можно только тех индивидов, кто использует бизнес для той или иной цели.

В соответствии с этим аргументом в городе Вобурн, штат Массачусетс не имеет смысла говорить, что у В. Р. Грейса есть корпоративная ответственность некоторого сорта за поддержание чистоты окружающей среды. У компании нет какой-либо ответственности. Она, как и гаечный ключ, является вещью из мира, которым пользуются люди и только. Надо ли обвинять гаечный ключ за его безответственность, если некто использует его для того, чтобы отвернуть гайки на колесных дисках и устроить катастрофу с утечкой ядовитых веществ? Видимо, надо осуждать человека, который безответственно использовал гаечный ключ, но проклинать гаечный ключ в этом случае – демонстрировать сумасшествие.

СЕО корпораций являются служащими у владельцев предприятий. Они находятся на контрактах и обязаны вести бизнес так, как пожелают владельцы, а не в соответствии с желаниями других людей из мира защитников социальных проблем. В этом смысле СЕО не отличаются от пекарей гамбургеров из МакДональдса: их тоже нанимают, и они соглас-

ны делать определенные вещи определенным способом. Если это им не понравится, они свободны покинуть предприятие, но то, что они не могут сделать так это извалять в грязи гамбургер потому, что их друзья навтыкают им за попытки антисанитарии в МакДональдсе.

Что же хотят владельцы корпорации? По Фридману типичным ответом на этот вопрос будет «самый высокий возврат на их инвестиции». Если вы покупаете акции владельца химиндустрии В.Р.Грейса, то вы посмотрите, какова цена акции на бирже, потому что цена (и надежда на то, что она будет расти) определяет первоочередной смысл покупки акции. И потому СЕО – а в конце концов владельцы – ограничены в оказании помощи в получении более высокой цены за акцию, а самый короткий путь к этой цели это - большие прибыли.

Что можно сказать насчет СЕО, которые решили посвятить время и ресурсы корпорации проекту социального благоденствия (например, снижению уровня слива грязных отходов даже за пределы установленных законом норм или найм на работу освобожденных матерых уголовников с целью упрощения их адаптации в общество)? Фридман заострил ответ на этот вопрос. Это презренный эгоизм, сказал он. Нет ничего проще, чем благородство за чужой счет. Фридман намекает, что это и про КСО. Это о СЕО корпораций, которым заняться КСО нравится, как идея получить похвалу за свой великий вклад в общество и это нравится им тем более, потому что это идет не из их зарплаты; это идет из возврата инвестиций стейкхолдеров. Наконец, сухой осадок из этой аргументации состоит в том, что КСО не только не рекомендуется, но и осуждается: в этическом отношении у лидеров корпорации есть возможности в их обязанностях отказаться от своего участия в инициативах по социальной ответственности.

Серьезной практической проблемой с тем, как СЕО корпораций видят решение социальных проблем, является

трудность для них быть уверенными в том, что их решения будут творить добро. По-видимому, СЕО корпораций должны быть хорошими СЕО для управления бизнесом с получением прибыли. Это конечно трудное умение, но овладения им не подразумевает автоматически наличие других талантов. Более того, признавая тот факт, что СЕО корпорации часто не имеют специальной подготовки по социальным и экологическим проблемам, появляется смысл опасаться, что пытаясь творить добро, они нанесут вред.

Есть пример обратного результата от цели деятельности, связанный с журналом Ньюсуик. СЕО журнала видимо желали служить интересам народа, когда 28 апреля 1975 года они отдали площади журнала обсуждению проблем надвигающейся угрозы катастрофы из-за глобального... похолодания. Это не слишком привлекательный предмет обсуждения; они, вероятно могли сделать больше для своего тиража, запуская рассказ (со многими картинками) о новой моде на купальники, но они создали и поддержали научную дискуссию о благополучии окружающей среды. Что касается поддержки дискуссии, то это СЕО удалось.

В настоящее время многие ученые верят в то, что именно глобальное потепление является реальной угрозой, и требуют от корпораций присоединения к правительствам в усилиях по снижению выброса углекислого газа. Им сейчас трудно делать ясны свои позиции об угрозе глобального потепления из-за того, что относительно недавно была большая дискуссия о глобальном похолодании, организованная журналом Ньюсуик.

Социальные проблемы не должны решаться корпорациями, потому что уже есть предназначенный для этого громадный институт – правительство. Если члены общества действительно беспокоятся об эмиссии углекислого газа, то они должны выразить свое беспокойство через выборы своих добровольных представителей, и те в свою очередь, выполняя свои функции, то есть разрабатывая законы для всех – в и

за пределами бизнеса – работать вместе за эти идеи. Правительство должно делать свою работу, которая должна эффективно регулировать, а те, которые в мире бизнеса, тоже должны делать свою работу, которая будет соответствовать этим законам и при этом приносить прибыль.

Такое разделение труда требует уточнения. Фридман верил в то, что свобода человека основана в значительной степени на жизни экономики. Наши фундаментальные права на нашу собственность и на счастье являются жизненно важными и выражаются в нашей трудовой активности. Однако такая ситуация сложна, потому что правдой также является то, что для нас при жизни вместе внутри общества должны существовать некоторые ограничения на действия индивидов. Никакое сообщество не может процветать, если каждый будет делать то, что ему заблагорассудится. Об этом здесь можно много рассуждать, но в целом заявление Фридмана о том, что хотя правительство (и другие институты) должно быть вовлечено в регулирование таких ограничений, оно не должно пытаться диктовать, что есть базисные ценности в сфере экономики, которые должны быть поняты в принципе, как бастион личной свободы и права на выбор.

В этом месте эссе Фридмана достигает высшей точки своей остроты. Говоря о КСО Фридман утверждает, что оно не только ошибочно, оно и опасно, потому что оно угрожает насилием над личной свободой. Более того, насилие неизбежно ведет к социализму, к концу свободного размещения ресурсов на рынке, потому что безумные политические силы возьмут под свой контроль советы директоров.

Движение к социализму, чего опасается Фридман, состоит из двух шагов:

1. Активисты защиты окружающей среды, лидеры в социальной проблематике и адвокаты общественных движений убеждают, по крайней мере, несколько желающих понравиться СЕО, в том, что их жизнь в работе имеет целью не заботу о свободе индивидов в широко открытом мире, а в слу-

жении всеобщему благополучию. Проблемы КСО становятся мейнстримом озабоченности и широкой публичной поддержки.

2. На пути, открытом активистами, появляется риск, состоящий в том, что правительство будет делать следующее: институты, изначально предназначенные для регулирования жизни бизнеса и гарантии свободы индивида, будут впадать в привычку навязывать разрушающие свободу правила. Под тяжестью этих навязанных законов работающие мужчины и женщины будут вынуждены отказываться от своих собственных проектов и маршировать в ритме продиктованных правительством проектов социального благоденствия. Например, принятие решений о найме в компании больше не будет связано с нахождением лучших людей для достижения своих целей; вместо этого компании будут думать об решении социальных проблем, определенных политиками и бюрократами.

Фридман цитирует как пример найм на работу уголовников. Очевидно, что для людей трудно выйдя из тюрьмы найти хорошую работу. Очевидно, что с точки зрения социальной проблематики предпочтительно, было бы предоставить им такую работу. Проблемы появятся, когда правительство решит, что социально значимые цели встраивания в жизнь уголовников более важны, чем защита свободы компаний в их желании нанимать на работу кого им надо. Когда это произойдет, то корпорациям будут навязаны квоты по найму, и те будут вынуждены работать с людьми, которых они не пожелали бы нанимать.

По этим навязанным правилам организации рабочих мест будут работать и остальные. К этому все они будут понуждаться агентами расследования и регуляторами поведения. С ростом их числа и расширением властных полномочий свобода будет скукоживаться. И наконец, свобода может быть разрушена, как сказал Фридман «железным кулаком бюрократии».

Трудно не заметить тот факт, что беспокойство Фридмана было окрашено еще и ситуацией «холодной войны», историческим моментом противостояния между двумя точками зрения на устройство трудовых отношений: индивидуальная свобода, как наивысшая ценность, с американской точки зрения, и упор на приоритет коллективизма и общего благополучия над личными экономическими проблемами и свободами, с советской точки зрения.

Сейчас реальность сильно отличается от реальности 70-х годов, но суть отрицания Фридманом КСО не изменяется. Когда наша способность делать что-то подавляется требованиями социальной ответственности, то мы сможем помогать другим (а возможно и не сможем), и не будет иметь значение, что мы при этом пожертвуем собой, потому что мы потеряем свободу делать то, что мы хотим. Эта потеря не просто беспокоит или фрустрирует: она опустошает наше достоинство, она приводит к коллапсу нашу способность «делать самих себя» и потому к уничтожает возможность быть кем-то, а вместо этого стать просто «некто».

Последний аргумент Фридмана против КСО в его различных формах состоит в том, что лучшим способом для большинства корпораций быть социально ответственными это - вносить свой вклад в общество, делая то, что у них лучше всего получается: отличаться в успехах в экономике. Когда корпорации добиваются прибыли, то деньги ведь просто не исчезают и не набиваются в карманы сверхжадных богачей (хотя бывает и такое); деньги возвращаются в экономику и в доходы каждого. Появляются рабочие места, и растет общая безопасность. С появлением выбора рабочих мест у рабочих растут шансы на выбор. То есть, чем успешнее работают корпорации, тем больше свободы для рабочих.

Более того, корпорации становятся успешными не по везению, это происходит из-за предоставления товаров и услуг потребителям по привлекательным ценам. Успех корпораций будет означать, что у потребителей все хорошо. Их ка-

чество жизни растет с улучшением товаров, и товары достигают совершенства и предлагаются в кратчайшее время, когда корпорации конкурируют между собой настолько свободно, насколько это возможно.

Что же о публичном благополучии в общем смысле слова, появлении парков, школ и т.д.? Корпорации сделают самое лучшее для всех, концентрируя свое внимание на подсчете чистой прибыли. Чем больше нанимается людей на работу, больше продаж и прибыли, тем больше налогов отчисляется правительству. А так как выбранное правительство является организацией хорошо оснащенной для того, чтобы делать благо для народа, то большинство компаний может помочь в деле процветания общего благосостояния и потому создать возможность для экспертов (или, по крайней мере, демократически избранных бюрократов) разумно распределить налоги.

Наконец, термин «рыночная ответственность», определяющий экономическую и социальную (и политическую) позиции, вытекающие из аргументации Фридмана. Этот термин не означает этическую ответственность на рынке настолько, насколько это делает специфический концепт этической ответственности, которая создает открытый рынок. Концепт имеет два аспекта: во-первых, идея КСО ошибочна и опасна; во-вторых, цель деятельности корпорации, состоящая в максимизации прибыли, сама по себе служит социальному благополучию и связана с ценностью свободы личности, что должно быть высшей ценностью в этике бизнеса.

Итак, сторонники КСО верят в то, что корпорации должны разделять тяжесть решения социальных проблем. Они поддерживают точку зрения, согласно которой у КСО есть чисто моральное основание. Более того, существует и операциональный смысл для такой ответственности: если бизнес будет продолжать загрязнять окружающую среду и вызывать стрессовые состояния у населения, то бизнес дол-

жен активно начать работать также и над разрешением этих проблем.

Сторонники рыночной ответственности – и противники модели КСО – утверждают, что у корпораций нет моральной ответственности по определению. Далее, говоря об этической ответственности СЕО корпораций, надо признавать, что ответственность у них перед стейкхолдерами. Более того, СЕО корпораций не являются экспертами в области решения социальных проблем, и уже существует институт, который является экспертом в этой области – правительство. Наконец, существует сильный аргумент, состоящий в том, что даже если цели корпорации включали бы в себя широкую социальную ответственность, то свободные индивиды и создающие прибыль корпорации – лучшее сочетание для достижения социальных и энвайронментальных целей.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В КРОССКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА КОКА-КОЛА ЭЙЧБИСИ ЕВРАЗИЯ)

Петроченко А. А.

Магистрант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Человек - это личность. В действительности он входит в состав огромного количества социальных институтов, один из них - трудовой коллектив. Развитие человеческого потенциала в современном предприятии является основой внутрифирменного управления людьми, и находит свое отражение в социальной и кадровой политике. Люди в первую очередь трудовая мораль, сочетание знаний, умений и навыков, образец высокой квалификации и стремления к достижению по-

ставленных целей. Человек — это без сомнения один из самых ценных активов организации. [1, с. 521-523]

В процессе использования рабочей силы происходит последующее развитие способностей человека. Руководство, набирающее персонал создает трудовой потенциал предприятия, определенную структуру коллектива. Каждый сотрудник обладает потенциалом и стремлением реализовать собственные возможности, интересы и нужды. С течением времени трудовой потенциал сотрудника и организации меняется. Этому способствует использование новых технологий, усовершенствованной техники, сокращение рабочих мест, повышение уровня условий труда и многие другие факторы.

Человеческие ресурсы - это многоплановое понятие, которое опосредовано целью развития общества, его уровнем развития производственных сил, экономическим положением страны, демографической ситуацией, уровнем занятости населения и другими характеристиками. [2, с.231]

Человеческие ресурсы в современных условиях становятся не только ведущей стороной социального и экономического развития страны в целом, но и основной ценностью любой компании.

В современном мире персонал является стратегическим ресурсом, при помощи которого в рамках международного бизнеса, компании на рынке становятся наиболее конкурентоспособными. В связи с тем, что в фирме имеется кросскультурное взаимодействие - это означает, что процесс мотивации будет еще более сложным. Кросскультурное взаимодействие представляет собой интенсивные коммуникации и совместную деятельность представителей различных национальных культур. [3, с.90] Проблемы, которые возникают в связи с мультинациональностью (этническими, культурными, национальными разнообразиями) персонала, рассматриваются в качестве многофакторных и весьма сложных. Важно сказать о том, что в кросскультурном менеджменте проблемы мотивации определяются не только культурным, но и инсти-

туциональным аспектами. Под культурным контекстом понимают конфигурацию целей, ценностей, поведенческих стереотипов, которые предопределяют действия персонала, относящегося к определенной культуре. Также культурный контекст занимается формированием поведенческой предсказуемости индивидуума. Необходимо сказать, что человек, который выступает в роли менеджера или коуча (консультанта или тренера, которые ориентированы на диагностику и решение организационных проблем) применяет свои собственные знания, связанные с вопросами по психологии, социологии, кадрового менеджмента для того, чтобы повысить эффективность руководства, а также для регулирования интенсивности труда. Но помимо данных направлений он также занимается регулированием настроений, эмоций, импульсов и интересов своих подчиненных. Для людей, которых называют управленцами «от бога», данных проблем не существует, так как они интуитивно начинают их разрешение. Любой менеджер будь он американский или же западноевропейский говорит о том, что необходимо управлять мотивацией сотрудников. Но, естественно, без понимания того, какие потребности движут персоналом, какие у него интересы или вариации получения удовольствия будет сложно представить данный процесс. В связи с этим, необходимо отметить, что основой процесса управления мотивацией является информационная функция, а также изучение личности сотрудников, их амбиции, семейные ситуации, но в западных странах сотрудники могут это расценить как посягательство на их личную жизнь. В связи с возникающей проблемой, в международных компаниях используется одно из наиболее эффективных мероприятий по управлению мотивацией – это ротационная программа, согласно которой, планируется система мероприятий для изменения кадровых позиций сотрудников в рамках единого иерархического уровня. На предприятии ведется постоянный мониторинг, за который отвечает линейный руководитель, наставник или же более опытные коллеги,

на основе этих данных и определяется результативность ротационной программы. То есть при открытии какой-либо вакансии, руководством сравниваются результаты и на основе этих результатов выносится решение о переводе сотрудника на какую-то должность.

Под мотивацией понимается активизация резервных способностей сотрудника. В кросскультурном менеджменте мотивация представляет собой активизацию профессиональных и коммуникативных навыков сотрудников, которая определяется синергетическим эффектом межкультурных взаимодействий. [3, с.91] В связи с этим, под процессом управления мотивацией в мультинациональном коллективе подразумевается позиционирование сотрудника в международной компании в соответствии с его интересами, а не только с потребностями транснациональной экспансии, формирование благоприятной и доверительной организационной среды, информирование сотрудника о стратегических намерениях организации (чаще всего филиала) и собственных карьерных перспективах. [4, с.13]

Очень часто менеджеры как российских компаний, так и зарубежных, считают, что основной движущей силой сотрудников, устраивающихся на работу, является заработная плата и возможность вертикально-карьерного роста, но это мнение ошибочно. Таковых причин великое множество, так сотрудники смотрят: на перспективы социализации, на возможность для реализации властных полномочий и для демонстрации собственных талантов и способностей, на формирование дружественных контактов, на обретение собственной значимости, на престижность компании и ее месторасположение, на возможность обучения и командирования, на вероятность для создания и продолжения династии. Работая в мультинациональном коллективе, появляется множество перспектив, например, таких, как контакты с представителями других культур, возможно изучение иностранного языка, есть шанс изучить стили руководства, методы управления,

организации производства на предприятии, которые лидируют в определенных отраслях.

Так, например, система мотивации в филиале «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» в Москве играет большую роль в повышении творческой и социальной активности персонала. Особое внимание уделяется вовлечению сотрудников в процесс управления компанией. С этой целью именно в период кризиса компания Coca-Cola внедрила систему, благодаря которой каждый сотрудник компании имел возможность предложить свои собственные идеи по улучшению тех или иных процессов и продуктов. В результате эти инновации аккумулируются и получают реальный шанс на внедрение, а сотрудник, естественно, вознаграждается за свое предложение.

Сначала сотрудники слабо реагировали на нововведение, но теперь эта система у всех на слуху. В рамках другой программы компания также выясняет, что именно сотрудники хотели бы улучшить в организации, а затем проводит встречи, на которых обсуждаются и выбираются предложения, которые представляются реальными для воплощения в жизнь. Затем разрабатываются пути их реализации.

Среди других мотивационных программ следует отметить программу медицинского страхования работников, которая функционирует уже много лет. Кроме того, один раз в месяц каждый работающий в компании имеет право бесплатно получить упаковку продукции Coca-Cola. Также компания уделяет особое внимание детям сотрудников, заботясь об их здоровье и отдыхе во время каникул. В частности, работники компании, имеющие детей в возрасте 7-14 лет, могут отправить их на отдых в летний лагерь. Большую часть расходов при этом оплачивается также компанией.

Кроме традиционных благодарностей и поздравлений от руководства компании, сотрудники, которые отмечают пяти- и десятилетие работы, получают серебряные и золотые награды весом в 5 и 10 граммов соответственно. Для сотруд-

ников, которые отмечают пятнадцатилетний юбилей работы в компании, разрабатываются особенные именные награды.

Сотрудники должны иметь мотивацию и проявлять энтузиазм, - поэтому Соса-Сола держит их в курсе всего, что происходит в Компании, и прислушивается к их мнениям. Для этого есть множество инструментов: корпоративное издание Компании, конкурсы новаторских идей, ящики для сбора предложений в офисах, колонки «Вопросы Генеральному директору» в региональных изданиях корпоративных журналов, Дни открытых дверей и «Круглые столы» с руководством и многое другое. Ежегодно проводимый в Компании опрос, имеющий целью выявить уровень заинтересованности персонала, дает возможность сотрудникам выразить свои мнения по широкому кругу вопросов. Внимательно учитываются их пожелания и разрабатываются планы действий в ответ на вопросы и предложения, выраженные сотрудниками.

Оплата труда сотрудников также носит конкурентоспособный характер. Компания старается поддерживать предлагаемые компенсации на уровне, соответствующем для сопоставимых компаний с высокими показателями эффективности.

Сотрудникам компании предоставляется ряд льгот, например, бесплатный проезд до места работы на комфортабельном автобусе компании, оплата расходов сотовой связи, предоставление льготных обедов, предоставление путевок одаренным детям сотрудников в летние лагеря, оплата обучения в музыкальных и спортивных школах. [5]

Таким образом, в Российском подразделении компании Соса-Сола оказывается большое внимание мотивации сотрудников, в целом система мотивации в компании многообразна, она строится не только на поощрении труда заработной платой, а также предоставляет дополнительные награды: повышения роли сотрудника в работе всей компании, допол-

нительное страхование сотрудников, льготы сотрудникам и так далее.

Несмотря на то, что мотивационная тематика считается проработанной, хочется сказать, что большинство руководителей не компетентны в данных проблемах. Хочется также сказать о том, что международный менеджмент является наиболее чувствительным к мотивационным проблемам, это связано с тем, что на мотивацию оказывает влияние базовая расстановка кадров, определяющая эффективность транснациональной экспансии. На основе этого одной из важнейших и сложных задач является программирование мотивационных процессов.

Важно сказать о том, что система мотивации не составляется на какой-то промежуток времени, ее корректировка происходит постоянно, в связи с этим меняются и приоритеты компании.

Список использованной литературы:

1. Егорова М. С. Проблемы управления человеческими ресурсами [Текст] / М. С. Егорова, Е. Е. Сальтевская, Е. А. Монахова // Молодой ученый. — 2015. — №8.
2. Управление человеческими ресурсами : учебник для бакалавров / под ред. И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014.
3. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А. Сравнительный менеджмент. - СПб.: Питер, 2008.
4. Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур. – М.: Дело, Академия народного хозяйства, 2008.
5. Карьера в Кока – кола. Режим доступа: <http://www.coca-colacompany.com/careers/why-work-at-the-coca-cola-company>. Дата обращения: 27.02.2016

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ

Попов Д.Д.

*Студент кафедры менеджмента экономического
факультета Российского университета дружбы народов,
Москва*

Яшина М.Г.

*Старший преподаватель, и.о. зав. сектора итальянского
языка экономического факультета Российского универси-
тета дружбы народов, Москва*

Княщук Т.В.

*Доцент кафедры менеджмента экономического
факультета Российского университета дружбы народов,
Москва*

На примере объекта нашего исследования в виде ООО «Вальвик» был проведен анализ определенных факторов, на основе которых была выявлена оценка удовлетворенности различными параметрами организации (см. таблицу).

ООО «Вальвик» занимается торговой деятельностью. В штате числятся 18 человек, из которых 12 мужчин и 6 женщин.

Чтобы понять, какие факторы организационного поведения нуждаются в совершенствовании и влияют на удовлетворенность или неудовлетворенность трудом в большей степени, нужно выяснить насколько сотрудники удовлетворены этими факторами. Был проведен опрос среди сотрудников ООО «Вальвик», чтобы определить степень удовлетворенности трудом. Цель - не только выделить степень удовлетворенности трудом и факторы на нее влияющие, но и получить представления сотрудников о

различных аспектах их профессиональной жизни в рамках организации, удовлетворенность качеством управления и проблем, с которыми они сталкиваются в своей повседневной производственной жизни, и затем предложить оптимальные пути решения повышения уровня удовлетворенности.

Таблица

Оценка удовлетворенности факторами труда

Фактор влияния	Удовлетворен	Вполне удовлетворен	Не знаю	Не вполне удовлетворен	Не удовлетворен	Общий балл
	2 балла	1 балл	0 баллов	- 1 балл	- 2 балла	
Параметры организации:	Количество ответивших человек					
Система мотивации, стимулирования труда, в том числе:						
- материальное стимулирование	1	1	1	10	5	-17
- нематериальное стимулирование	1	1	3	10	3	- 13
Организационные условия работы, в том числе:						
- технические условия (оптимальное оснащение рабочего места)	5	5	1	6	1	7
- морально-психологический климат	5	6	1	5	1	9

Экономическое положение дел в организации, в том числе:						
- уровень заработной платы	1	8	1	5	3	-1
- стабильность фирмы	4	9	1	3	1	12
Организационная культура, в том числе:						
- возможность карьерного роста	3	5	1	8	1	1
- возможность обучения, развития	1	1	3	8	5	-15
Стиль управления, в том числе:						
- обратная связь с руководством	1	12	2	2	1	10
- участия в принятии решений	1	12	2	2	1	10

Источник: Составлено авторами

По полученным данным исследования можно увидеть, что главными факторами неудовлетворенности трудом сотрудников являются неудовлетворительный уровень оплаты труда, система мотивации и стимулирования труда, а также очень явно видно то, что в организации по мнению сотрудников ограничена возможность развития и обучения. Поэтому *улучшение системы стимулирования и оплаты труда* является важным направлением в повышении удовлетворенности трудом. Но несмотря на удовлетворенность остальными факторами, про них тоже не

нужно забывать и своевременно осуществлять мероприятия по их стабилизации.

Выявив основные факторы неудовлетворенности трудом, можно проанализировать, какую значимость имели эти факторы для разных возрастных групп сотрудников. Наибольший показатель фактора неудовлетворенности трудом - уровень оплаты труда - был отмечен в возрастной группе 35-45 и 45-55 лет. Можно сказать, что с возрастом претензии к размеру заработной платы увеличиваются. Это может быть связано с увеличением расходов на обучение и воспитание детей и тем, что, как правило, в этом возрасте человек уже достигает определенных профессиональных навыков и успехов, требующих с его точки зрения достойной оплаты.

Фактор стимулирования и мотивации труда имеет примерно одинаковый ранг во всех возрастных группах, поэтому можно сделать вывод, что руководству целесообразно осуществлять мероприятия именно в этом направлении, то есть пересматривать или корректировать существующую систему мотивации.

Фактор возможности развития и обучения отмечен как неудовлетворительный в возрастной группе более молодых сотрудников (до 25 лет, 25-35 лет). Это вполне закономерно, так как именно в этот период у человека идет накопление профессионального стажа, и он хочет расти по карьерной лестнице: кроме того, в данном возрасте наблюдается высокая мотивация к обучению, что связано с наличием большей возможности получения дополнительного образования в силу наличия свободного времени, здоровья, интереса.

Также с оценкой «вполне удовлетворен» стоит отметить морально - психологический климат в коллективе; то, что он имеет достаточно высокую оценку у респондентов говорит о том, что сотрудники адаптировались в коллективе, им нравятся люди, работающие с ними в смене, они не конфликтуют и в целом ощущают себя частью коллектива.

Как показывают исследования трудовой деятельности, удовлетворенность трудом является одним из важнейших факторов повышения производительности и эффективности труда. Снижение удовлетворенности собственным трудом отрицательно влияет на эффективность работника, приводя к негативным последствиям в кадровом обеспечении: фактам текучести кадров, ухудшению трудовой и производственной дисциплины, прогулам и невыходам на работу, то есть фактам неэффективного организационного поведения.

С другой стороны, полностью удовлетворенный работник - это тоже не всегда хорошо, так как у такого работника отсутствует стремление к совершенствованию (профессиональному и личностному), снижается напряженность мотивационной энергии, ухудшается заинтересованность в результативности собственного труда. Таким образом, удовлетворенность трудом у работников должна быть не максимальной, а оптимальной.

На основе проведенного исследования могут быть разработаны основные направления повышения эффективности организационного поведения сотрудников. Повышение эффективности организационного поведения направлено в первую очередь на получение экономической результативности для организации. По средствам правильного совершенствования организационного поведения можно получить оптимальное для фирмы поведение ее сотрудников. Таким образом, основной задачей разработки мероприятий по увеличению эффективности организационного поведения является устранение выявленных в ходе исследования недостатков в системе управления организационным поведением, в частности устранение неудовлетворенности трудовой деятельности у сотрудников, а также выявление возможных путей совершенствования других аспектов трудовой деятельности сотрудников, нацеленных на оптимизацию трудового процесса в целом.

НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРАНСПОРТНО- ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Прищепа А.И.

Доцент Белорусского государственного экономического университета, г. Минск

Прищепа Л.И.

Доцент Частного института управления и предпринимательства, г. Минск

Республика Беларусь включена в глобальные образовательные процессы, которые определяют стратегию развития и укрепления национальной системы образования. Основной приоритет – ориентация на создание высоко образовательного и высококвалифицированного общества, в котором труд принимает все более интеллектуальные формы. Повышения уровня университетского образования является одним из базовых элементов подъема экономики страны. Качество высшего образования выступает важнейшим параметром значимости образовательной сферы в обществе. Понятие качества образования используется не только как экономико-управленческая категория с количественным измерением. Оно включает также и социально значимые аспекты и рассматривается как всеобъемлющая комплексная характеристика образовательной деятельности, ее результатов. Интегрированным результатом и важнейшим критерием качества высшего образования в современном понимании является развитость у выпускника способности применять сформированные компетенции для эффективного решения разнообразных социально-профессиональных и личностных задач в изменяющихся условиях. Ощущается определенный недостаток специалистов, имеющих не только опыт практической работы, но и владеющих фундаментальными теоретическими зна-

ниями в области логистики. Компетентные специалисты по транспортной логистике должны обладать знаниями из различных областей и знать общие взаимосвязи между различными функциональными областями бизнеса. Основными чертами и функциями высшего логистического образования в транспортной логистике XIX веке являются:

- приоритетность образования в транспортной логистике в развитых странах и его основная значимость для устойчивого развития экономики;

- формирование экономики знаний, интеграция образования, науки и транспортно-логистического бизнеса, углубление взаимодействия сферы образования с его потребителями;

- инновационный характер процесса образования, переход учреждений образования от ориентации на преподавание к ориентации на учение;

- придание высшему образованию исследовательской направленности, формирование образовательных программ на всех ступенях подготовки специалистов на основе научно-исследовательской деятельности учреждений высшего образования;

- обеспечение возможности гражданам непрерывного обучения в течение всей своей трудовой деятельности и жизни (long – life learning);

- подготовка в вузах не только элитных специалистов умственного труда, но и массовых специалистов, готовых успешно работать в различных сферах транспортно-логистической деятельности;

- информатизация образовательного процесса, развитие интерактивных форм обучения;

- повышение требований к качеству высшего образования на международном уровне, к проведению аккредитаций учреждений высшего образования, признанию квалификаций в области высшего образования; введение в высших

учебных заведениях систем управления качеством в образовательной и научной деятельности;

- интернационализация высшего образования (образование «без границ»), создание партнерских образовательных сетей на международных уровнях.

Перечисленные черты и функции в целом присущи системе высшего образования в сфере общей и транспортной логистики в Республике Беларусь, в которой функционируют 55 учреждений высшего образования. Из указанного количества учебных заведений в 18 вузах проводится подготовка студентов в области логистики (общего профиля, таможенной, складской, транспортной, финансовой). В них преподаются учебные дисциплины, связанные с транспортной логистикой.

В последнее десятилетие логистика претерпела изменения как в своей структуре, так и в бизнесе. Растут запросы компаний к уровню логистического сервиса и компетенциям специалистов. Если ранее логистические службы на крупных предприятиях ограничивались несколькими сотрудниками, то сегодня наметилась тенденция к выделению логистики в отдельное подразделение. В зависимости от функционала специалистов есть несколько направлений логистики – транспортная, сбытовая, закупочная, таможенная, складская и производственная. Последняя включает в себе в той или иной степени все предыдущие направления, а также маркетинг и науку. Наибольшим спросом в сфере логистики пользуются специалисты по закупкам, логисты по междугородным и международным перевозкам. Предъявляемые к соискателям требования включают в себя опыт работы в данной области и взаимодействия с поставщиками, знание одного или нескольких иностранных языков.

Сфера современной международной транспортной логистики развивается в Беларуси около 20 лет, поэтому квалифицированных сотрудников, обладающих опытом такой деятельности, крайне мало, что заставляет работодателей делать

ставку в основном на молодых специалистов. Если соискатель обладает высшим гуманитарным образованием, владеет азами экономики и готов к длительному профессиональному развитию, то он имеет основания планировать успешную карьеру в транспортно-логистической сфере. По некоторым расчетам, Беларуси необходимо около 700 логистов.

Главным решающим элементом в логистической системе компании является человек, личность, его профессиональные знания, навыки и умения, независимо от занимаемой должности. Исходя из этого, необходимо выделить основные направления и задачи кадровой политики в транспортных, транспортно-экспедиционных компаниях и транспортно-логистических центрах:

- обеспечение условий для повышения уровня профессиональной квалификации сотрудников, так как квалификация работника прямо влияет на степень его мотивации и отношение к своей работе;

- применение методов руководства, направленных на то, чтобы помочь сотруднику лучше выполнять свои должностные обязанности, а именно:

- устранение атмосферы боязни. Например, из-за страха получить выговор из-за задержки в подготовке договора, менеджер по продажам транспортных услуг может допустить ошибки в формулировании условий договора. Или из-за боязни отказа в заключении договора он обещает потенциальному клиенту поставку точно в срок, хотя в данной конкретной ситуации это может быть невыполнимо. Если же ошибки влекут за собой определенные санкции, то сотрудник предпримет меры для того, чтобы их скрыть или переложить ответственность на другого человека;

- минимизация барьеров по вертикали (проблемы коммуникации между руководителями и сотрудниками) и барьеров по горизонтали (проблемы коммуникации между сотрудниками функциональных подразделений);

- выдвижение требований постоянного совершенствования персонала и отказ от жесткого установления норм;
- ясное представление сотрудниками политики компании, согласование краткосрочных (долгосрочных) требований с долгосрочной стратегией.

Одним из условий распространения концепции транспортной логистики в Республике Беларусь, как основы построения бизнеса, является готовность национального предпринимателя к кардинальному изменению отношения к потребителю и партнерам по бизнесу. Однако, система вузовской подготовки на порядок отстает от требований современного бизнеса. Так, на сегодняшний день в вузах преподаются основы транспортно-логистических знаний вместо применения системы прохождения студентами программы стажировок и практик в транспортных, транспортно-экспедиционных и транспортно-логистических компаниях. В университетах аналогичной направленности Европы производственная практика занимает более половины времени, отведенного на образование в области транспортной логистики. Также необходимо совершенствовать методики преподавания логистических дисциплин, несмотря на то, что в системе бизнес-образования наблюдается недостаток квалифицированных преподавательских кадров. От этого во многом зависит повышение компетенции специалистов в транспортно-логистической сфере. Целесообразно выделить основные тенденции, от которых зависит подготовка специалистов: изменения транспортно-логистического рынка труда по сравнению с прошлым периодом; нововведения, проводимые работодателями в контексте нарастающих угроз и вызовов; изменения ожиданий сотрудников и кандидатов на вакансии в сфере логистики; наличие вакансий в транспортной логистике.

В условиях экономической глобализации, интернационализации хозяйственной жизни, новых бизнес-моделей и многообразия современного постиндустриального мира, во-

прос кадрового потенциала транспортно-логистического оператора выходит на первое место. Анализ деятельности профессионалов, занятых на выполнении логистических центрах Республики Беларусь, показал, что за невидимой гранью для новоиспеченного вузовского «дипломника» таится множество «подводных камней». Проблемы возникают не с уровнем вузовской подготовки, а прежде всего, со стилем работы, интеллектуальным развитием специалиста, пониманием своего места в транспорте и логистике, и соответственно, с различными подходами в оценке руководителем такого специалиста – начиная от простых балльных методов и методов ролевой гармонизации до социально-психологического тестирования.

Мировая и, в частности, Европейская логистическая школа еще в начале 80-годов прошлого века предложила критерии общих требований к знаниям, навыкам и умениям логистов операционного/контролирующего, старшего и стратегического уровней иерархии менеджмента персонала логистического оператора. Основной такой системы является не столько профессиональные навыки, а в большей степени, личностные качества и способности – умение ставить цели, лидерство, ориентация на результат, сбор и анализ информации, генерирование и накопление идей, навыки коммуникации, умение работать в команде, адаптивность к изменениям, личностное развитие, Европейская логистическая ассоциация и Европейский сертификационный комитет по логистике в 2012 году, предложили новую систему аттестации и квалификационным требованиям к логистам.

Новое, переработанное издание «Стандарты компетенций» отличается не только сбалансированной структурой требований к знаниям, навыкам и умениям логистов операционного, старшего и стратегического уровней иерархии менеджмента компаний, но и расширенной областью применения знаний и навыков по управлению цепями поставок (Supply Chain Management – SCM), что продиктовано бурным развитием концепции и технологий SCM в бизнесе.

Поскольку в сферу компетенции логистического менеджмента попадают материальные, финансовые и информационные потоки, затрагивающие различные аспекты (экономические, социальные, технические, технологические, организационные, правовые, научные, психологические, экологические) деятельности логистического оператора в Республике Беларусь, выработаны единые принципы оценки логистической компетентности (СТБ 2345-2013 «Логистическая деятельность. Требования к профессиональной компетентности персонала исполнителей логистических услуг и процедура сертификации»). Стандарт стал результатом труда целой группы экспертов, состоявших из специалистов научных, академических кругов и бизнес-сообщества. Основными задачами при разработке указанного стандарта ставились:

- выработка единых подходов при оценке компетентности персонала логистического оператора;
- независимая и объективная аттестация физических лиц на логистическую компетентность;
- единообразный уровень подготовки специалистов в области логистической деятельности;
- повышение уровня знаний в области логистики и эффективности логистической деятельности в республике;
- гармонизация принципов оценки компетентности персонала логистического оператора с Европейской логистической ассоциацией, Европейским сертификационным комитетом и Всемирным обществом инженеров-логистов.

Принятые в Республике Беларусь подходы при оценке компетентности специалистов в области логистики сопоставимы с требованиями в передовых странах мира в этой сфере. Они преследуют общепринятую в мире тенденцию обслуживать потребителей на конкурентно высоком уровне с минимальными общими издержками. В Республике Беларусь с 2010 года наметились тенденции, при которых рынок транспортно-экспедиционных и транспортных услуг падает, уменьшается объем перевозок, увеличивается процент им-

портозамещения, соответственно, изменяется структура кадрового рынка и работодатель стал перед новой проблемой – выбора лучшего из лучших. Например, конкурс на позицию специалиста по закупкам может длиться более 3-х месяцев и включать в себя от двух до пяти интервью и различные тестирования и ассесмент-центр, который проводит комплексную оценку персонала. В основе этого метода использование взаимодополняющих методик, ориентированных на оценку реальных качеств сотрудников, их психологических и профессиональных особенностей, соответствия требованиям должностных позиций, а также выявлению потенциальных возможностей специалистов.

Помимо количественных изменений рынок транспортной логистики Беларуси изменился и качественно. Соотношение между разными позициями внутри одной сферы, следующее – складской персонал (57% от общего числа позиций), транспортный персонал (19%), сбыт и мерчандайзер (13%), прочие служащие (юристы, аналитики, маркетологи – 11%).

В период становления логистической системы Республики Беларусь в связи с ростом количества выпускников вузов большинство компаний в области логистики сокращают расходы и в том числе на персонал. По данным интернет-порталов рекрутерской направленности, в среднем должностной оклад в логистике уменьшился на 7-10%.

Самыми востребованными позициями в логистике являются специалисты по управлению товарными запасами, специалисты по международным перевозкам, готовые оптимизировать схемы поставок. В логистических компаниях акцент делается на активное привлечение новых клиентов и удержание уже существующих. Большинство компаний всегда заинтересованы в привлечении грамотных специалистов по работе с клиентами, специалистов в сфере продаж логистических услуг. Спрос на управленческие позиции, также, по-прежнему остается низким.

Для обеспечения системного регулирования трудовых и связанных с ними отношений необходимо завершить кодификацию трудового законодательства, привести его в соответствие с установленными в Республике Беларусь стандартами в области логистической деятельности, в части терминологии, категории профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

В целях унификации Кодекса Республики Беларусь об образовании от 13 января 2011 года с требованиями международных логистических организаций (Всемирное общество инженеров-логистов, Европейской логистической ассоциации) предлагается подготовить нормативные правовые акты, регулирующие отношения между образовательным учреждением и работодателем, в том числе закрепить принципы социального и профессионального ассесорства в сфере логистики. Несомненно, перспективная значимость ассесорства в том, что оно представляет систему практикоориентированного обучения, при которой обучающиеся находятся под кураторством (патронажем) специалистов высшего звена реального сектора экономики (потенциального работодателя) на всем протяжении обучения, которые несут персональную ответственность за профессиональную подготовку обучающегося.

В краткосрочной перспективе, в том числе в рамках развития транспортно-логистической системы Республики Беларусь, необходимо законодательно закрепить ряд руководств и методических указаний, подготовленных международными организациями по упрощению процедур торговли и развитию логистики.

Таким образом, рассматривая перспективу развития транспортно-логистической системы Республики Беларусь и повышение компетенции специалистов в этой сфере, необходимо выделить основные требования, предъявляемые к системе высшего и профессионального образования в этой сфере: прежде всего переход к практикоориентированности, в

том числе в рамках социального и профессионального ассессорства в сфере транспортной логистики; создание системы, позволяющей обеспечить квалифицированными и высококвалифицированными кадрами транспортные, транспортно-экспедиционные предприятия, логистические центры, товаропроизводителей, складского ритейла на ближайшие 10-15 лет.

Список использованной литературы:

1. Манжай И.С. Логистика: конспект лекций / И.С. Манжай. – М.: Приор-издат, 2005. – 144 с.
2. Иванова М.Б. Логистика: учеб. Пособие / М.Б. Иванова. – М.: Изд-во РИОР, 2005. – 76 с.
3. Самолаев Ю.Н. Основы таможенной логистики: учеб. Пособие. – М.: Альфа-М, Инфра-М, 2008. – 304 с.
4. Ивуть Р.Б. «Мы не живем и никогда не будем жить в мире, свободном от рисков...», газета «Мир тяжелых моторов». – Минск, 29 января 2016. - С.3.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА ЕГИПТА

Селим М.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Хожемпо В.В.

Заведующий кафедрой менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Индустрия туризма занимает одно из важнейших мест в экономике Египта. Правительство этой страны считает туризм отраслью стратегического значения и ее развитие явля-

ется главным приоритетом при проведении экономических реформ. В туристической политике внедряют принципы сбалансированного развития в соответствии с концепцией устойчивого развития мирового сообщества "Повестка дня: XXI века".

Об этом свидетельствует увеличение инвестиций в инфраструктуру туризма, внедрение механизмов международного маркетинга, развитие новых курортов, внедрение усиленных действий безопасности, вложения значительных средств в подготовку туристических кадров.

Осуществление этих мероприятий в последние годы способствует повышению исключительной ценовой конкурентоспособности Египта на главных европейских туристических рынках. В то же время, денежно-кредитные и финансовые решения власти дали толчок к увеличению как национальных, так и зарубежных частных инвестиций в развитие туризма, не только улучшая качество национального турпродукта, но и привлекая всемирно известные гостиничные бренды в Египет [1].

Эффективная туристическая политика привела к значительному росту туристических потоков (таблица 1) и финансовых поступлений в туристическую отрасль Египта, хотя за период 2010-2014 гг. по туристическим показателям его опережали Турция, Иордания, Болгария и Ливан, и он был на равных позициях с Хорватией, ОАЭ, Марокко и Саудовской Аравией.

Таблица 1
Рост международных туристических потоков в Египте и других странах Ближнего Востока и Восточного Средиземноморья, 2010-2014 гг.,%

<i>Страна</i>	<i>2011/ 2010</i>	<i>2002/ 2011</i>	<i>2013/ 2012</i>	<i>2014/ 2013</i>	<i>2014/ 2010</i>
Египет	-14,8	12,6	17,1	42,0	58,8
Бахрейн	15,3	13,6	6,7	-	-

Иордания	3,6	9,8	1,4	3,7	87,4
Ливан	12,8	14,3	6,1	26,0	72,2
Ливия	-2,9	-20,1	5,2	-	-
Саудовская Аравия	2,3	11,5	-2,4	17,3	30,6
Сирия	-7,0	117,8	-2,9	43,9	183,3
ОАЭ	5,8	31,7	7,8	-	-
Алжир	4,1	9,6	18,0	5,8	42,5
Марокко	2,4	-0,9	10,7	15,5	29,7
Тунис	6,5	-6,0	1,0	17,3	18,6
Болгария	14,4	7,8	17,9	14,4	66,2
Хорватия	12,2	6,1	6,7	6,8	35,7
Кипр	0,4	-10,3	-4,8	2,0	-12,5
Греция	7,3	0,9	1,5	-	-
Израиль	-50,5	-27,9	23,4	41,6	-37,7
Турция	12,5	18,6	3,8	26,9	75,6

Активное развитие туристической отрасли страны в данный момент зависит не только от инвестиций, улучшения состояния инфраструктуры, международного маркетинга и туристической продукции, квалифицированных кадров или привлекательного снижения цен. На туризм Египта значительно влияет развитость сети воздушного сообщения как международного, так и местного значения [2].

Большое внимание уделяется безопасности авиаперевозок. Для создания открытого и конкурентоспособного туристического рынка правительство приняло ряд мер по либерализации воздушного транспорта, созданию частных авиалиний, а также развития конкурентоспособной египетской системы авиасообщения. Однако эти инициативы не были внедрены в полном объеме, не созданы прямые чартеры в международный аэропорт Каира, не произошло становление сильных частных авиалиний, что в итоге ограничивает рост

количества путешествий по стране и повышение занятости в этой сфере. В таблице 2 приведено пассажирское движение через важнейшие египетские аэропорты в 2014 г.

Таблица 2

Пассажирское движение через важнейшие египетские аэропорты, 2014 г.

Авиакомпания	Авиалинии	Международные		Внутренние	
		пассажиров	%	пассажиров	%
Иностранные	Всего	13112504	73,7	673218	12,3
	Рейсовые	5941940	33,4	-	-
	Чартерные	7170564	40,3	673218	12,3
ЕдурИАиг	Всего	3399823	19,1	3341387	60,8
	Рейсовые	3091966	17,4	2811780	51,2
	Чартерные	307857	1,7	529607	9,6
Другие египетские	Всего	1277981	7,2	1478007	26,9
	Рейсовые	13352	0,1	-	-
	Чартерные	1264629	7,1	1478007	26,9
Всего		17790308	100	5492612	100

В результате ухода с туристического рынка Египта в 2015 году граждан Великобритании и России страна теряет приблизительно 300 миллионов долларов в месяц. Причем, это только прямые финансовые потери. Непрямые потери еще даже не оценивались. Сейчас заканчивается второй месяц, сопровождающийся этими финансовыми потерями. Данные цифры наглядно показывают, насколько серьезный удар нанесла авиакатастрофа российского лайнера по туристической отрасли Египта и по экономике Египта в целом. Такие потери для Арабской Республики Египет крайне нежелательны. Египет предпринимает все необходимые меры для восстановления авиасообщения с Россией и Великобританией, чтобы туристический бизнес страны мог функционировать в прежнем объеме. [6,7]

Авиасообщение Египта с Россией и Великобританией было прервано в результате теракта с российским А-321, взорванным 31 октября террористами «Исламского государства» (ИГ). В связи с этим власти Египта принимают меры для усиления безопасности на территории страны, в частности в аэропортах. Контроль над процедурой предполетного досмотра пассажирских самолетов усилен, в том числе, с учётом рекомендаций, данных специалистами из России.

В числе мер, предложенных иностранными специалистами и компанией ControlRisks, значится работа с усовершенствованием оборудования, которое позволило бы обнаруживать в багаже взрывчатку и усилить качество видеонаблюдения.

Продолжают действовать ограничения в отношении частных авиалиний, особенно на главных внутренних и международных воздушных путях, используемых компания БдурриАиг (в недалеком прошлом монополист на рынке авиаперевозок Египта) и другие иностранные компании-перевозчики; низкая емкость, частота и разнообразие маршрутов, предлагаемых в настоящее время потребителям.[4]

Однако правительственные круги этой страны поддерживают ближневосточный процесс либерализации воздушного транспорта и продолжают развитие экономических отношений в регионе, подтверждением чего является рост доли иностранных инвестиций и туризма с Ближнего Востока и других арабских стран [5].

Авиатранспорт обеспечивал 80% всех международных туристических потоков в Египет в 2014. На Каирский аэропорт пришлось 46% всех пассажироперевозок и 46% рейсов, на аэропорт в Шарм-эль-Шейхе - соответственно 20 и 17%, на Хургаду - 19 и 16 %.

На втором месте сухопутные перевозки (табл. 3), которые пользуются наибольшим спросом среди ближневосточных и европейских туристов (12% всех международных туристических перевозок в 2014г.).

Морские перевозки составляли 8% всех туристоперевозок, этим видом транспорта пользуются североамериканские, азиатско-тихоокеанские и европейские туристы во время круизных путешествий.

Таблица 3

Международные туристические прибытия в Египет различными видами транспорта

Год	Транспорт			Всего
	воздушный	наземный	морской	
2009	3542	800	455	4797
2010	4190	733	583	5506
2011	3800	397	451	4648
2012	4280	475	437	5192
2013	4841	749	454	6044
2014	6490	1 004	609	8103

На рисунке 1 представлена динамика международных туристических прибытий в Египет различными видами транспорта

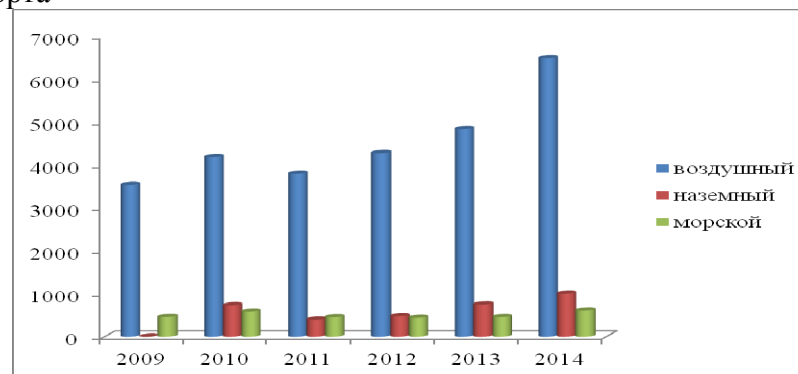


Рисунок 1. Динамика международных туристических прибытий в Египет различными видами транспорт

В Ближневосточном регионе наибольшую часть доходов от въездного туризма получают Саудовская Аравия, ОАЭ и Египет. Их доходы составляют около двух третей всех туристических поступлений в регионе [6].

В 2014 г. количество иностранных туристов в Египте достигло 8100000 человек (таблица 4), что по сравнению с 2013 г. на 42% больше. В Ближневосточном регионе на Египет приходится 23% всех международных туристических прибытий, а на мировом туристическом рынке - 1% всех туристических потоков.

Таблица 4.
Международные туристические прибытия и доходы Египта, стран Ближнего Востока и Восточного Средиземноморья, 2014 г.

Страна	Прибытие, млн. Чел.	%, 2014/2010	Прибыль, млн. евро	%, 2014/2010
Египет	8,100	58,8	6,125	41,0
Бахрейн	2,955	22,1	654	5,5
Иордания	2013	87,4	826	-23,1
Ливан	1,278	72,2	1,278	204,1
Ливия	142	-18,4	70	-33,3
Саудовская Аравия	8,600	30,6	6,542	91,4
Сирия	4,011	43,9	2,220	105,2
ОАЭ	5,871	50,3	1,593	49,9
Алжир	1,234	42,5	142	36,5
Марокко	5,501	29,7	3,921	92,3
Тунис	5,998	18,6	1,910	13,6
Болгария	4,630	66,2	2,168	101,9
Хорватия	7,912	35,7	6,973	109,1
Кипр	2,349	-12,5	2,096	8,2
Греция	13,969	6,7	12,872	39,6
Израиль	1,506	-37,7	2,383	-68,8
Турция	16,835	75,6	15,888	108,1

В течение 2010-2014 гг. международные туристические прибытия в Египет выросли на 10% - чем в десять раз больше, чем средний мировой рост за этот же период.

В 2014 г. Египет занял 14 место в регионе после Туниса по росту темпов спроса на туристический продукт. В течение 2013-2014 гг. прослежен рост темпов развития иностранного туризма благодаря эффективным международным маркетинговым компаниям.

Рост показателей международного туризма Египта отражено в увеличении средней продолжительности пребывания - от 8,8 ночи до 10,1 ночи в 2014 г.[7]

Вследствие роста международных туристических потоков прибыли от международного туризма увеличились на 15% и достигли 5,3млн долл. в 2014 г. Если к этому добавить туристические доходы от сопутствующих и дополнительных услуг, то эта сумма достигнет 12,8 млн долл. Это подтверждает, что туристическая отрасль обеспечивает значительные денежные потоки в экономику страны и является главным источником валютных поступлений. Туризм дает 11,5% ВВП, в нем занято 15% трудовых ресурсов.

Европа - это основной рынок иностранных потребителей туристического продукта Египта. Итальянцы составили 13% всех иностранных туристов, которые отдыхали в этой стране 2014г., На немцев приходилось 12%, русских - 10, англичан - 6, французов - 5%.

Египетское министерство туризма заявило о первоочередной стратегической важности привлечения посетителей из арабских стран и провело рекламный тур для соседей, сосредоточивая внимание на Египте как летнем направлении. Граждане Ливии и Саудовской Аравии вместе составляли 10% всех иностранных туристов в Египте. В течение 2013-2014 гг. на 35% выросла также доля американских туристов, что свидетельствует о восстановлении туристического рынка США [8].

Если проанализировать географию европейских туристических потоков в Египет, то можно отметить, что Египет не полностью использует свой большой туристический потенциал солнца, моря и культурного наследия для привлечения потребителей из Великобритании, России, Германии, стран Бенилюкса и Скандинавии.

В соответствии с ростом туристического спроса, с 2010 г. прослежено значительные инвестиционные поступления в отрасль туризма. В частности, емкость отелей и других средств размещения выросла на 45% за 2010-2014 гг. и общее количество мест составляло 136150 номеров. Кроме того, 102464 номеров строят.

Совершенствование инфраструктуры туризма (открытие новых отелей, туристических агентств, ресторанов и кафе, развитие сферы развлечений) происходило прежде всего в важнейших курортных регионах Египта, таких как побережье Синая, Красного моря и Матроух. Здесь на протяжении 2010-2014 гг. зафиксировано значительное повышение спроса, в Матроух - на 30%, на юге Синая - на 21, на побережье Красного моря - 12%. Южносинаяйский регион охватывает хорошо известные курорты Таба (рост спроса на 28%), Шарм-эль-Шейх (18%), Дахаб (17%).

С другой стороны, наряду с повышением популярности и развития новых прибрежных курортных территорий, в других регионах отмечены негативные тенденции уменьшения объемов иностранных туристов и снижение туристического спроса в период 2010-2014 гг. в Каире (-7%), Луксоре (16%), Асвана (-13,5%).

Более 96% всех иностранных туристов посещают Египет для отдыха, доля туристов, путешествующих с деловыми и другими профессиональными целями, незначительная [9].

Показатели 2014 г. свидетельствуют о неуклонном росте как количества посетителей, так и продолжительности их пребывания. В течение лишь первых четырех месяцев

2015г. в Египте отдыхали 2,9млн. иностранных туристов (им было предоставлено 27 млн.туродней). За такой же период 2014 г. зарегистрировано только 1,5млн. туристов и 9 млн. туродней.

Такой рост обусловлен улучшением экономической ситуации в Азии и Европе, совершенствованием воздушного сообщения с Египтом и мирной атмосферой в стране.

Египетское правительство планирует увеличить туристические потоки в 15 млн. иностранных посетителей в 2016г. Однако непредсказуемость авиакатастроф и терактов делает это долгосрочное планирование ненадежным.

Учитывая гармоничное сочетание уникального культурного наследия и благоприятных климатических и морских ресурсов, а также эффективную ценовую политику можно утверждать, что египетская отрасль туризма имеет высокую конкурентоспособность на мировом туристическом рынке, ее основные показатели будут расти, несмотря на спад, который вызван террористическими актами в 2015 г.

По показателям роста спроса (13%) на мировом рынке туризма Египет занимал 14-е место, а в Ближневосточном регионе - на втором месте после Туниса (показатели роста спроса - 15%, шестое место в мире).

Египет занимает 11-е место по количеству занятых в сфере туризма, опережая по этому показателю другие страны региона. В 2014г. на отрасль туризма приходилось 15% всего ВВП страны. Среди стран-соседей высокий показатель был только в Марокко и Тунисе. В 2014г. В египетскую отрасль туризма частным сектором и правительственными организациями вложено 2,7млрд. долл., их конкурентами ОАЭ – 5,4 млрддолл., Турцией – 2,9 млрд долл.

Туризм имеет важное экономическое и социальное влияние на национальные экономики стран Ближнего Востока и Восточного Средиземноморья. Египетские экономисты прогнозируют, что за следующие десять лет следует ожидать снижения темпов роста туристических показателей, и в 2016

г. Египет будет только на 44-м месте по показателям туристического спроса, на 53-м по показателям доли туризма в ВВП, на 39-м по показателями инвестирования в туризм, на 12-м по показателям общей занятости в индустрии туризма [10].

Это означает, что в странах не только с Ближнего Востока и Восточного Средиземноморья, а также из Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона будет происходить рост всех туристических показателей, которые фиксируются статистикой международного туризма.

По оценкам экспертов, ожидают роста доходов от туризма с 16 млрд долл. в 2015 году. до 30,3 долл. в 2025 [5].

Если 2015г. в области туризма страны было занято 13% всего населения, или 3,3млн. рабочих мест, то к 2025 г. прогнозируют создание 4,1млн. рабочих мест (количество занятых в туризме возрастет на 0,3%) .

До 2025 г.в Египте ожидают рост туристического спроса на 6%. Среди его региональных конкурентов только Марокко, Тунис и Греция будут иметь высокие показатели роста туристической отрасли (соответственно, 14, 13 и 12%). Кроме того, ожидают рост объема ВВП в области туризма от 15% в 2015 гг. до 16% в 2025, что свидетельствует о важности этого сектора в египетской экономике. Прогнозируют, что объем инвестиций в частные и общественные объекты туризма и рекреации в стране вырастет с 2,6 млрд. долл. в 2015 году.до 5,1 млрд. долл. в 2025 и достигнет уровня инвестирования в туризм Греции, Саудовской Аравии, Турции и ОАЭ [4].

Долгосрочная туристическая стратегия Египта направлена на создание необходимых условий для роста количества иностранных туристов, на увеличение средней продолжительности их пребывания в стране и объема валютных поступлений.

Правительство активно способствует росту общественных и частных инвестиций в объекты туристической ин-

фраструктуры, особое внимание уделяет модернизации аэропортов.

Другими важными мерами развития национального сектора туризма Египта является активная рекламная деятельность на международном туристическом рынке, содействие иностранным и местным частным инвестициям в туризм, подготовка и повышение квалификации туристических кадров, обеспечения безопасности туристов и развитие туристических регионов.

Эффективная денежно-кредитная, финансовая политика, развитие сети воздушного сообщения имеет значительное положительное влияние на индустрию путешествий и туризма Египта. В этих условиях египетское правительство планирует достичь цели - 15 млн. иностранных туристов в 2016 году.

Список использованной литературы:

1. Старкин С.В. Направления внешней политики Египта: региональный аспект // Журнал ВАК Историческая и социально-образовательная мысль Выпуск № 6 / 2012
2. Мохова и Новый режим в Египте: возможна ли смена внешней политики II Независимая газета. 2012 1 октября
3. Berman I Tightening the Economic Noose - Cutxng Iran's Nuclear Ambitions // Midde East Ouanerty. Summer 2011.
4. Muter Bann A The Kinetics of Confrontation U The Journal of Intemabonal Security Affairs Spnng 2010
5. SardAly A An Ambivalent Ajr.ance - the Future of U.S - Egyptian Rotations Analysis Paper January 2010 № 9
6. Cordesman Anthony H. The Iraq War: Strategy. Tactics and Military Lessons London. 2011.
7. Schenker D Egypt's Enduring Chalenges U Pohcy Focus Aprt 2011.
8. ПрохороваО.В. Перспективыразвитиярегиональноготуризма // Молодойученый. - 2014. - №7.1.- С.29-33.

9. Саламова Н. Инфраструктура туризма в регионах России РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2012. - №1.

10. EiiamE Egypt new government, old challenges и Defense Security Analysis 2012 №28 Voi 2

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Смирнов А.В.

Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Промышленные кластеры представляют собой одну из наиболее эффективных форм организации производства в условиях рыночной экономики. Наиболее принципиальным отличием кластерной организации производства от более ранних форм: холдингов, финансово-промышленных групп и т.п. является экономическое использование социально-географических факторов. Один из идеологов данного подхода Майкл Портер [3] показал наличие так называемого «парадокса места» (paradox of location) суть которого состоит в том, что невзирая ни на какие архисовременные коммуникационные технологии, развитие идет наиболее успешно, только если участники процесса объединены географической близостью в «кластеры, являющиеся сообществами носителей знаний» (clusters are knowledge communities). Портер пишет: «Знания, отношения и мотивация с трудом передаются на расстояние. Значение имеет то, что происходит внутри компании, а кластерный эффект состоит в том, что вне компании, вокруг нее, создается среда, способствующая ее успешному развитию. Эффект этот имеет несколько проявлений. Во-первых, возникают специфические только для кла-

стеров конкурентные отношения, во-вторых, более точно, чем где бы то ни было еще, определяются скорость и место приложения инноваций и, в-третьих, кластер стимулирует создание новых бизнесов» [3; 28].

В настоящее время общепризнана точка зрения, что регионы, на территории которых складываются кластеры, становятся лидерами экономики того или иного государства. Именно эти регионы начинают определять конкурентоспособность национальной экономики. А те географические точки, где нет кластеров, отходят на второй план и зачастую переживают сильнейшие социальные кризисы.

В Российской Федерации кластерная организация производства, как относительно новый инструмент территориального развития промышленности, сформулирована и регулируется Федеральным законом «О промышленной политике в Российской Федерации» от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ. [1]

Для запуска государственной поддержки промышленных кластеров Минпромторг России разработал требования к промышленным кластерам, а также условия и специальные меры стимулирования их деятельности в сфере промышленности [2].

Несмотря на то, что законодательное определение промышленных кластеров было сформулировано только в 2014 г. в рамках Федерального закона, в настоящий момент по оценкам субъектов Российской Федерации действуют и создаются более 90 промышленных кластеров. [4] В соответствии с заявками в настоящее время в кластерах готовы совместно работать 2130 предприятий, с численностью работников 1043449 человек. Наибольшее число занятых в кластерной организации в Москве и Московской области (169762 человека), далее следуют республика Татарстан (138086 человек) и Архангельская область (714730 человек).

Большинство из них находятся в начальной стадии становления, что вполне объяснимо учитывая, что сам инст-

румент кластеризации в России официально существует менее 2-х лет.

Перспективы развития кластерной организации несомненно связаны с уровнем государственной поддержки. В настоящее время государственная поддержка кластеров в РФ осуществляется через центр кластерного развития в рамках программы Минэкономразвития России по поддержке малого и среднего предпринимательства. Другим направлением поддержки является включение кластера в перечень пилотных инновационных территориальных кластеров.

В настоящее время примерно треть (34%) кластеров имеют господдержку через центр кластерного развития (ЦКР). Пятая часть (21%) может рассчитывать на господдержку, так как включены в перечень пилотных инновационных территориальных кластеров и почти половина (45%) пока не имеет никакой государственной поддержки.

Поскольку инструмент кластеризации для российской экономики является новым, а его внедрение происходит на фоне непрекращающегося мирового экономического кризиса, построение любых типов кластеров без государственной поддержки является мало перспективным. Необходимо изыскивать средства и разрабатывать дополнительные меры по полному охвату государственной поддержкой существующих и вновь образуемых кластеров.

Несомненный интерес представляет анализ регистрируемых кластеров по их производственной направленности. Анализ структуры распределения кластеров по технологически-производственным показал, что большинство кластеров (32 кластера) связаны так или иначе с машиностроением (включая оборонные кластеры). На втором месте кластеры медицинского и фармацевтического направления (16 кластеров). Кластеры сельскохозяйственного направления и производства пищевых продуктов занимают третье место (11 кластеров), что на самом деле неожиданно, учитывая, что Россия страна с обширными сельскохозяйственными угодьями и вы-

соким потенциалом производства сельскохозяйственной и пищевой промышленности. Следующими идут кластеры, связанные с электроникой (8 кластеров), за ними кластеры, связанные с информационно-коммуникационными технологиями и разработкой новых материалов (по 6 кластеров). Закрывают этот ряд кластеры, связанные с ядерными технологиями (4 кластера), туристские кластеры (3 кластера) и совсем неожиданно существование всего одного кластера, связанного с добычей и переработкой нефти и газа.

Проведенный анализ дает возможность более предметно осознать существующие сегодня проблемы во внедрении нового для России способа экономической организации, являющегося сегодня наиболее передовым организационным инструментом мировой экономики. Ликвидация выявленных недостатков и организационных пробелов в законодательной базе, организационной и финансовой политики по отношению к кластерному экономическому инструменту с учетом мирового опыта и отечественных реалий позволит добиться новых успехов в экономическом развитии регионов и страны в целом.

Россия – крупнейшая лесная держава мира. На ее долю приходится четверть мирового лесного покрова, леса занимают почти половину территории страны, являются экологическим каркасом территорий, условием экологической безопасности страны и планеты в целом. Российские леса являются ключевым фактором сохранения благоприятной среды жизни людей, социально-экономического развития страны.

Лесной сектор России потенциально способен стать одним из основных секторов экономики страны [5; 166-172]. Многие функции лесов, включая поглощение углерода, поддержание водного баланса и биоразнообразия территорий, представляют собой потенциальные источники дохода от лесного сектора.

В то же время по уровню использования этого природного богатства страны Россия значительно уступает многим промышленно развитым странам мира. Недостаточный технический и технологический уровень производства ведет к неконкурентоспособности отечественных товаров из древесины на рынках. Недостаточная инновационная и инвестиционная активность в лесном секторе препятствует развитию глубокой переработки лесных ресурсов на территории России, увеличению внутреннего валового продукта лесного сектора. Внедрение кластерных инструментов организации производства, может стать одним из наиболее перспективных направлений развития лесного сектора.

Лесопромышленный комплекс, являясь основой для многих отраслей промышленности и сельского хозяйства, потенциально предполагает построение большого количества разнообразных промышленных и инновационных региональных кластеров. Проведенный анализ промышленных связей и кооперации в лесном комплексе Российской Федерации позволил выделить основные сегменты товарных групп лесопромышленной продукции и определить основные направления специализации лесопромышленных кластеров.

С точки зрения специализации можно выделить три основных типа кластеров, формирующихся в лесопромышленном комплексе:

- со специализацией в первичной лесопереработке;
- со специализацией целлюлозно-бумажном производстве;
- со специализацией в производстве продуктов из древесины.

Очевидно, что не исключены и различные комбинации данных типов кластеров, а также полная интеграция вышеперечисленных типов кластеров.

Каждый из типов кластеров определяет собственный отраслевой охват.

Для кластеров в области лесозаготовки и первичной переработки характерно наличие: лесозаготовки, производст-

ва круглых лесоматериалов; распиловки и строгания древесины.

Для кластеров в области строительных материалов и изделий из дерева характерно наличие таких производств, как: производство шпона, фанеры, плит, панелей; производство деревянных строительных конструкций и столярных изделий; производство деревянной тары и прочих изделий из древесины; производство деревянных домов и мебели

Для кластеров в области целлюлозно-бумажного производства обязательно присутствие производства целлюлозы, древесной массы, бумаги и картона. Кроме того, возможно наличие производства изделий из бумаги и картона.

Для определения потенциальных регионов формирования лесопромышленных кластеров были приняты два основных критерия:

- отношение доли занятых в лесопромышленном комплексе в субъекте РФ к доле занятых в ЛПК РФ;
- отношение производительности труда в лесопромышленном комплексе субъекта к производительности труда в лесопромышленном комплексе России в целом.

На основании этих двух параметров был проанализирован каждый продуктовый сегмент по всем субъектам Российской Федерации, и затем отобраны 20 наиболее перспективных регионов развития лесопромышленных комплексов с точки зрения использования кластерного подхода.

Дальнейший выбор ключевых кластеров был основан на анализе факторов, обуславливающих развитие лесопромышленных кластеров. Группы таких факторов: доступ к сырью и система поставщиков, доступность инфраструктуры, доступность финансирования, качество человеческих ресурсов, развитие технологий и инноваций, доступ к рынку, текущий уровень развития компаний.

Результатом проведенного анализа стало выделение 6 ключевых территорий, для формирования лесопромышленных кластеров – Архангельская, Вологодская, Томская облас-

ти, Республика Коми, Ханты-Мансийский Автономный округ, Дальневосточный кластер.

Архангельская область. На данном этапе в ЛПК Архангельской области занято 18,5 тыс. человек, при совокупной выручке комплекса в 75 млрд. рублей.

Пилотный инновационный территориальный лесопромышленный кластер «ПоморИнноваЛес», расположенный в Архангельской области, помимо якорного участника – Архангельского ЦБК, включает в себя также лесозаготовительные предприятия, предприятия по производству пиломатериалов, фанеры, деревянных домов, биотоплива. В структуру кластера входят учреждения высшего и среднего профессионального образования, научные организации, транспортные, энергетические и сервисные компании.

Доля кластера в лесопромышленном комплексе Архангельской области в соответствии с программой развития кластера в 2020 году составит: в производстве пиломатериалов – 35 %, в производстве целлюлозы товарной - 45 %, в производстве картона – 55 %, в производстве древесных гранул – 70 %, в производстве гофроупаковки, фанеры клееной и тетрадей ученических – 100 %.

Объем инвестиций в развитие кластера на период до 2020 года составит 15,6 млрд. руб., будет создано 1200 высокопроизводительных рабочих мест, совокупный эффект от реализации мероприятий программы составит – 16,7 млрд. руб.

Вологодская область. В соответствии со стратегией развития лесного кластера Вологодской области определены точки размещения для фанерных, плитных производств и целлюлозного комбината, проведено зонирование территории и определен свободный объем расчетной лесосеки. В рамках реализации Стратегии развития лесного кластера Правительство Вологодской области совместно с компанией ООО «Свеза-Лес» подписали соглашение о намерениях строительства целлюлозного завода. Плановая производственная мощ-

ность предприятия – 1,2 млн. тонн целлюлозы в год, плановый объем инвестиций – 100 млрд. руб., плановая потребность в балансовой древесине – 5 млн. куб. м.

В рамках реализации программы развития особой экономической зоны «Суда» планируется создание завода воздухоразделения, лесопильного завода, пеллетного производства, завода деревянного домостроения, предприятия промышленного железнодорожного транспорта, плитного производства, производства фибро-панелей, предприятия по производству клееного мебельного щита. Общий плановый объем инвестиций в указанные проекты составит 13,95 млрд. руб.

Также на территории Вологодской области функционирует кластер деревянного домостроения и деревообработки, объединяющий в себе 22 организации, обеспечивающие развитие кластера по направлениям производственной, образовательной, научной деятельности, а также деятельности, направленной на создание соответствующей инфраструктуры.

Республика Коми (Специализация в области целлюлозно-бумажного производства). В деятельности лесопромышленного кластера Республики Коми занято 12,1 тыс. человек, а предприятиями-участниками деятельности кластера выпускается лесобумажной продукции на сумму 58 млрд. руб. в год. В единую цепочку создания стоимости продукции лесопромышленного комплекса республики входят предприятия осуществляющие заготовку древесины, производство пиломатериалов, производство плитной продукции и фанеры, производство объектов деревянного домостроения, производство продукции целлюлозно-бумажной промышленности, учреждения высшего и среднего профессионального образования, научные центры, организации, предоставляющие вспомогательные и сервисные услуги.

Основными направлениями развития лесопромышленного кластера Республики Коми являются: модернизация

производственных мощностей ряда предприятий, создание комплексных производств по глубокой переработке лесохимических продуктов, создание научно-образовательного полигона по биоэнергетике, создание и развитие инжинирингового центра, организация образовательных программ для инженерно-технических кадров, формирование программы научных исследований.

Ханты-Мансийский Автономный Округ (Специализация в области первичной переработки). В состав лесопромышленного кластера Ханты-Мансийского автономного округа входят 20 организаций, среди которых промышленные предприятия, учреждения высшего и среднего профессионального образования, 40 % из них относятся к субъектам малого и среднего бизнеса. Организациями, входящими в лесопромышленный кластер, осуществляется 80 % от общих объемов заготовки древесины, 100 % производства пиломатериалов, древесно-стружечных и древесноволокнистых плит, 50 % производства деревянных домов.

В рамках концепции (программы) развития кластера на период до 2030 года предусмотрена модернизация ряда промышленных предприятий, освоение выпуска новых видов продукции, развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров, развитие инновационного потенциала кластера, включая сектор исследований.

Отдельно необходимо сказать о Дальневосточном кластере, в которые могут войти территории Приморского и Хабаровского края.

Эти регионы могут рассматриваться как потенциально единый кластер в силу следующих причин:

- а) близости зон лесозаготовок;
- б) регионы используют одни и те же ж/д, автомобильные дороги и порты для транспортировки древесины на внешние рынки Китая, Японии и Южной Кореи;

в) кроме того, регионы имеют схожую глубину переработки древесины и специализируются как кластер в области первичной переработки.

Кластерный подход на Дальнем Востоке позволит создать производства по выпуску новых видов продукции, не производящихся в настоящее время на Дальнем Востоке, таких как фанера, плитная продукция, продукция деревянного домостроения, и увеличить объемы производства на действующих предприятиях.

В настоящее время в Минпромторг России поданы 3 заявки на включение в перечень промышленных кластеров от Архангельской, Вологодской областей и Республики Коми. Ханты-Мансийский автономный округ и Томская область готовят заявки на включение в перечень промышленных кластеров.

Успешное развитие лесопромышленных кластеров и их инфраструктуры наряду с мерами государственной поддержки и совершенствования лесного законодательства окажет существенное влияние на стабильное развитие лесопромышленного комплекса России.

Кластерный подход, таким образом, позволит перейти на новый уровень стратегического планирования в развитии лесопромышленного комплекса, а также комплексно решать проблемы кадрового обеспечения и финансовой поддержки реализуемых в отрасли проектов.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон «О промышленной политике в Российской Федерации» от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ. "РГ" - Федеральный выпуск №6572

2. Постановление Правительства Российской Федерации № 779 от 31 июля 2015 г. «О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров»/
[http:](http://)

//minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Postanovlenie.pdf

3. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2000.

4. <http://clusters.monocore.ru/>

5. Гусов А.З., Смирнов А.В. Ресурсное обеспечение устойчивого развития предприятий лесопромышленного комплекса России в условиях инновационной экономики. // Путь-проводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сб. науч. трудов. Вып. 27 – М.: Российская Академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2015 С. 166-172.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО АСПЕКТА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ В АВИАПРОМЫШЛЕННОСТИ

Цорионова А.А.

Студент кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Полгар Д.

Студент кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

В данной статье были рассмотрены такие авиакомпании как “Cargolux Airlines” и “Chine Cargo Airlines”. Целью нашего исследования является анализ роли социального аспекта в управлении персоналом. В управлении персоналом необходимо учитывать множество факторов. В условиях финансово-экономического кризиса в мире и возросшей социальной напряженности в обществе, как никогда важными становятся такие мотивирующие факторы, как наличие стабильной работы и работодатель, соблюдающий свои обязательства перед сотрудниками. Акценты многих людей в по-

иске работы сместились с финансового аспекта (поиск максимально выгодного предложения по зарплате) на позицию и авторитет работодателя на рынке труда, перспективы компании и ее способность работать в сложных экономических ситуациях.

В качестве примера можно привести такую крупную авиакомпанию как «ТРАНСАЭРО». После банкротства авиакомпании «ТРАНСАЭРО» на рынок труда высвободилось приблизительно 10 640 специалистов (согласно официальным данным годового отчета авиакомпании за 2014 год). Банкротство такой крупной компании привело к наплыву специалистов. Авиакомпания «Аэрофлот-Российские авиалинии» приняла на работу 6 000 сотрудников на вакансии для трудоустройства летного, кабинного, инженерно-технического и руководящего состава Трансаэро. Оставшиеся специалисты должны были рассматривать уже другие отрасли. По данным кадрового агентства «Авиаперсонал» в связи с упадком спроса на специалистов на авиационном рынке труда и в экономике в целом количество вакансий для летного состава в свободном доступе уменьшилось более чем на 40% по сравнению с прошлым годом. Поэтому ситуация вызывает опасения потери для российского рынка части летного персонала и ухода из отрасли части специалистов обеспечивающего персонала.

По итогам опроса работодателей авиатранспортной отрасли, проведенного компанией «Авиаперсонал» в конце 2014 года, самыми дефицитными должностями были названы: авиатехники категорий В1 и В2, инженеры по техническому обслуживанию иностранной техники, КВС А319/320 и вторые пилоты Boeing. В связи с оттоком высококвалифицированных специалистов за границу дефицит летного состава после выхода рынка авиаперевозок из кризиса снова будет расти.

Опытные и квалифицированные пилоты уезжают преимущественно в страны Юго-Восточной Азии, где наблюда-

ется небывалый рост авиационного рынка (как линейной, так и бизнес-авиации). Так, например, авиационные власти Китая официально заявили, что к 2030 году стране потребуется более 0,5 млн. пилотов, причем внутри страны нет достаточного количества учебных заведений, готовых покрыть данный спрос³⁷.

В России на 2015 год был запланирован выпуск 700 пилотов при прогнозной потребности в 1 800 специалистов. Предыдущие 2013 и 2014 годы демонстрировали впервые за последние 10 лет профицит летного состава. Однако, мировая отрасль по-прежнему испытывает нехватку квалифицированных летных кадров. По данным компании Boeing, до 2031 года России и странам СНГ понадобится дополнительное количество пилотов. Уже сейчас можно сделать прогноз, что после выхода отрасли из кризиса дефицит летного состава возрастет в разы в связи с миграцией квалифицированных пилотов за границу и потребность в выпускниках летных учебных заведений возобновится.

В учебных заведениях гражданской авиации в настоящее время обучается около 23 тысяч студентов и курсантов по 32 направлениям подготовки и специальностям. Особое внимание должно быть уделено трудоустройству пилотов. По данным Росавиации на начало сентября 2014 года из 1 098 выпускников 2012 и 2013 года было трудоустроено 780 (71%). Из 462 выпускников 2014 года, выпущенных на 18 сентября 2014 г., на начало 2015 года было трудоустроено 224 человека (48,5%), из них наибольшее число трудоустроено в Аэрофлот и Трансаэро, 40 и 33 человека соответственно.

Начиная с марта 2014 года, наметилось повышение спроса на вакансии со стороны кабинного экипажа, который достигал максимальных значений в июле 2014 года (в 1,4

³⁷ Синицкий, А. Небесный ритейл [Электронный ресурс] / А. Синицкий, А.Хазбиев // Эксперт. – 2014. – 28 мая. – Режим доступа: <http://www.aex.ru/fdocs/1/2014/5/28/10343/>

раза), в декабре 2014 года (в 1,9 раз) и в апреле 2015 года (в 2,1 раза) и продолжает расти.

Несмотря на данный факт, зарплаты летного состава в России продолжают оставаться одними из самых низких в авиационном мире, например, средняя заработная плата КВС иностранных типов воздушных судов составляет (расчет по курсу 72 рубля за доллар)³⁸:

- в Китае – 19 505 долларов США;
- в Европе – от 4 000 до 12 000 евро (в зависимости от бизнес-модели авиакомпании и месячного налета);
- в России – 5 099 долларов США;
- в США – от 11 000 до 20 000 долларов США (в зависимости от бизнес-модели авиакомпании и месячного налета).

Если в Китае средняя заработная плата КВС составляет 19 505 долларов США, а средняя заработная плата КВС российских авиакомпаний – 5 099 долларов США, это значит, что доход российского пилота составляет всего 26,1% от дохода китайского пилота. У опытных бортпроводников американских авиакомпаний средняя заработная плата составляет 3 600 долларов США, в России – 1 500 долларов США.

Внутри отрасли зарплаты летного состава также существенно разнятся и зависят от должности, типа авиационной техники и авиакомпании. Например, при прочих равных условиях средняя заработная плата КВС в России может отличаться в 2 – 2,5 раза в зависимости от типа ВС. Кроме того, стоит отметить, что сотрудники летных служб имеют расширенный социальный пакет, а также дополнительные льготы и выплаты, которые могут включать санаторно-курортное лечение, льготные служебные авиабилеты, дополнительное медицинское страхование, премии по итогам года, а также вы-

³⁸ Козловский, С. Налет на прибыль. Как посредники лишают авиакомпании значительной части выручки [Электронный ресурс] / С. Козловский // Lenta.ru. – 2015. – 6 авг. Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2015/08/06/gds/>

платы по северному коэффициенту (в зависимости от места проживания сотрудника).

Важно отметить, что уровень заработных плат в отрасли отличается по гендерному признаку: заработная плата мужчин выше, потому что среди представителей самых высокооплачиваемых профессий в авиации доля мужчин заметно выше – топ-менеджмент, пилоты, диспетчеры, инженеры. Женские специальности чаще присутствуют в нижней (с меньшей оплатой) части зарплатной сетки – менеджеры, стюардессы, бухгалтера, секретари.

Cargolux Airlines — крупнейшая европейская грузовая авиакомпания, выполняющая регулярные грузовые рейсы на воздушных судах семейства Boeing 747. В парке авиакомпании девять Boeing 747-8F и 11 Boeing 747-400F (включая воздушное судно, выполняющее рейсы Cargolux Italia). Базовый аэропорт — Международный аэропорт Люксембург-Финдел. Маршрутная сеть авиакомпании охватывает около 90 направлений по всему миру.

В Cargolux Airlines создана эффективная система охраны труда. В компании проводится аттестация рабочих мест по условиям труда и сертификация работ по охране труда. В 2014 году оформлены результаты аттестации 1 063 рабочих мест, включая рабочие места членов экипажей воздушных судов SSJ-100, что составляет 22,5 % от всех рабочих мест (4 720) в Cargolux Airlines.

На протяжении 2014-2015 гг. продолжалась работа, направленная на улучшение условий и охраны труда работников предприятия, сохранение жизни и здоровья в процессе их трудовой деятельности. Сотрудники компании организованно проходят медицинские осмотры. В 2015 году 276 работников наземных подразделений и 50 работников ДПП прошли медицинский осмотр (обследование) - лиц с подоз-

рением на профессиональное заболевание в указанном центре не выявлено³⁹.

Очевидно, возросшая «сознательность» персонала Cargolux Airlines, их возросшая приверженность бизнесу, продиктованная страхом остаться без работы, позволяет компаниям выставлять более высокие требования к своему персоналу (например, повышать планы продаж, несмотря на всеобщий спад покупательской активности, увеличивать переменную составляющую оклада и т. д.).

Нынешняя ситуация — всего лишь еще один этап в истории Cargolux Airlines, и, конечно, авиакомпания подходит к решению возникающих задач в работе с персоналом с учетом необходимости быть гибкими в принятии решений и поиске вариантов. Очевидно, что процессы принятия решений ускорились, и нагрузка на руководящий состав и рядовых сотрудников значительно возросла. Руководство стало уделять еще больше внимания коммуникации с сотрудниками, вовлечению всех уровней персонала в участие в приоритетных проектах.

Сейчас важнее всего для компании Cargolux Airlines не забывать о человеческих и социальных факторах, а также возможных морально-этических последствиях принимаемых управленческих решений. Важнейшую роль играет своевременное и правдивое информирование персонала о происходящих процессах и изменениях в компании, о тех задачах, которые возлагаются на сотрудников в новых реалиях. Недостаток информации порождает слухи, волнения, конфликтные ситуации и, как следствие, негативно сказывается на мотивации людей и эффективности работы компании⁴⁰.

³⁹ Веселова, Е.В. Изменение роли мировых авиационных альянсов на международном рынке авиаперевозок и перспективы для российских авиакомпаний / Е.В. Веселова // Казанская наука. — 2015. — № 6. — С.62–68.

⁴⁰ Ryanair – Facts and Figures [Электронный ресурс]. – 2014, 9 Jan. – Ре-

В итоге необходимо отметить, что кадровая политика Cargolux Airlines направлена на реализацию концепции стратегического развития компании, целью которого является трансформация в глобального сетевого перевозчика с лидирующими позициями по качеству сервиса, использованию инноваций и объему внутренних и международных перевозок, а также достижение конкурентного преимущества в области наличия квалифицированных кадров.

Цель кадровой политики Cargolux Airlines — формирование особой, присущей нашей компании эффективной системы взаимоотношений как одной из основных составляющих конкурентных преимуществ Аэрофлота, достижение экономической эффективности по всем направлениям работы с персоналом на основе всестороннего учета факторов, влияющих на мотивацию работника к наиболее полному раскрытию своего потенциала.

Исследуемая авиакомпания основана в 1998 году, авиакомпания China Cargo Airlines (ССА) находится в Шанхае, одном из наиболее развитых крупнейших городов Китая, расположенном в долине реки Янцзы. В настоящее время авиакомпания ССА обслуживает 14 маршрутов грузовых авиаперевозок за счет эксплуатации фюзеляжной части самолетов авиакомпании China Eastern Airlines. За счет сетей авиакомпании China Eastern Airlines, авиакомпания ССА расширила свою сеть до более чем 200 пунктов назначения, предоставляя услуги грузовых авиаперевозок клиентам по всему миру. Авиакомпания China Cargo Airlines (ССА), является дочерней компанией авиакомпании China Eastern Airlines, Ltd., которая официально вступила в альянс SkyTeam Cargo в 2013 году в рамках выставки AirCargoEurope.

Китайские авиакомпании являются отражением организационно-управленческой модели, которая присуща механизмам системы современной рыночной экономики, и, ско-

жим доступа: <http://www.ryanair.com/en/news/facts-and-figures>

рее, нуждаются в традиционной китайской модели межличностных взаимоотношений и устремлениям «большого котла», соответствующим в социалистической плановой экономике.

Взаимодействие традиционных и западных методов разделяется теми, кто является учениками западной школы менеджмента и приобрел в глазах народа «иностранный окраску». Членами данной группы являются некоторые высшие управленцы, представители специальностей, связанных с высокой технологичной деятельностью, менеджеры, трудящиеся в офисах современных фирм. Они эмоционально отвергают от себя китайские традиции управления персоналом (от ценностных установок, способов общения, образа жизни до материальных активов) и, наоборот, приветствуют традиции кадровой политики западных стран, их критерии общения и образ жизни.

Особое внимание China Cargo Airlines уделяет подготовительным процедурам: разъяснение сотруднику: что делать, как делать и каковы критерии успеха; предоставить работнику обратную связь в отношении достигнутых им результатов, его деловых качеств; прийти вместе с сотрудником к соглашению по поводу планов деятельности и развития, а также его карьерных возможностей. Представляется крайне важным грамотно подходить и к выбору оценочных методов.

Среди разнообразия оценочных методик необходимо подобрать те, которые будут экономически целесообразны, несложны в применении, однако наряду с этим, обеспечивать достоверный результат. Помимо традиционных методов оценки персонала китайских сотрудников (интервью, тесты, биографические методы) рекомендуется применять и прогрессивные зарубежные технологии (метод управления по целям, ассессмент-центр, 360-градусная аттестация и др.)

Новый трудовой кодекс, действующий в Китае с 2008 года, хорошо защищает персонал. Это один из самых жестких национальных трудовых кодексов среди тех, с которыми

я знаком. К примеру, у работодателя совсем не много возможностей уволить или оштрафовать сотрудника – только если тот прямо нарушил должностную инструкцию.

Новый кодекс обязал работодателя обеспечить пожизненный найм сотрудников, проработавших на предприятии более десяти лет. Однако компании постарались обойти это требование. По неофициальным данным, около 70% компаний еще до вступления закона в силу договорились с сотрудниками о формальном увольнении с одновременным принятием на работу по временному трудовому договору; в январе 2008 года их зачислили обратно в штат, обнулив стаж работы в компании.

Список использованной литературы:

1. Сеницкий, А. Небесный ритейл [Электронный ресурс] / А. Сеницкий, А.Хазбиев // Эксперт. – 2014. – 28 мая. – Режим доступа: <http://www.aex.ru/fdocs/1/2014/5/28/10343/>
2. Козловский, С. Налет на прибыль. Как посредники лишают авиакомпании значительной части выручки [Электронный ресурс] / С. Козловский // Lenta.ru. – 2015. – 6 авг. Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2015/08/06/gds/>
3. Веселова, Е.В. Изменение роли мировых авиационных альянсов на международном рынке авиаперевозок и перспективы для российских авиакомпаний / Е.В. Веселова // Казанская наука. – 2015. – № 6. – С.62–68.
4. Ryanair – Facts and Figures [Электронный ресурс]. – 2014, 9 Jan. – Режим доступа: <http://www.ryanair.com/en/news/facts-and-figures>

ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНО- ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Черкасов А.В.

*Генерал-майор, доцент, кандидат военных наук, профессор
Военного университета МО РФ, Москва*

«Пренебрежение воспитанием есть гибель людей, семей, государств и всего мира» [2;131]

Я.А. Коменский

«Человек есть по существу своему живой, личный дух..., духовность способ бытия человека» [1;51]

И.А. Ильин

Процесс глобализации сопровождается радикальными изменениями во всех сферах человеческой жизни и деятельности. Человечество сегодня находится в эпицентре непрерывно ускоряющихся радикальных преобразований, темпы которых опережают темпы его реагирования на них. Это хорошо описал более 40 лет назад Элвин Тоффлер в труде «Футуршок» [6].

Эти утверждения касаются сферы смыслообразований, экономики, политики, технологий, военного дела, государственного и военного строительства, духовно-нравственных ценностей и норм, традиций и обычаев народов, одним словом *всего образа жизни человека и человечества*. Наша мысль, наше видение, осмысление, анализ и оценка повседневной действительности, обстановки и ситуации вокруг нас постоянно отстают от событий, происходящих в мире, в стране, в обществе и внутри каждого из нас.

К сожалению, и высшая школа России тоже не успевает осмыслить эти изменения. Многие ученые и педагоги строят свою деятельность полностью игнорируя происходящие вокруг изменения, в том числе и сам факт глобализации, и привносимые ею в нашу жизнь очень острые и болезненные явления, особенно в социально-психологической и духовно-нравственной сфере.

Подобное положение очень опасно. Нельзя в принципе говорить ни о каких проблемах социально-ориентированного управления, если не видеть, что глобализация объективный процесс, не осознавать какие вызовы она несет и не понимать, как их следует учитывать при разработке теории социально-ориентированного управления и подготовке специалистов в этой области.

Процесс глобализации рукотворный и управляется он людьми, преследующими сугубо корыстные цели, главная из которых получение максимальной возможной прибыли любой ценой, без малейшей заботы о благе других людей. Именно здесь идеи и системы социально-ориентированного управления вступают в противоречия с идеями и практикой глобализации.

Сущность и содержание понятия «социально-ориентированное управление» предполагает создание такой системы управления, постановку и реализацию таких целей, получение таких результатов, которые удовлетворяют не только материальные, физиологические, но и духовно-нравственные потребности человека, народа, общества. Система социально-ориентированного управления должна обеспечивать и постоянно поддерживать такой уровень удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, который будет создавать здоровый социально-психологический и духовно-нравственный климат в семье, в коллективе, корпорации, ведомстве, в обществе, и обеспечит установление между людьми отношений не по принципу «человек человеку волк», а на основе традиционных россий-

ских духовно-нравственных принципов, норм и требований товарищеского сотрудничества и соработничества, взаимовыручки, взаимопомощи, взаимоуважения, бескорыстия, справедливости, честности, скромности, милосердия, сострадания, трудолюбия, бережного отношения ко всему окружающему миру, как живому, так и неживому.

В противоположность этому подходу процессы глобализации полностью игнорируют духовно-нравственную сферу. Ежедневно мы наблюдаем, как вся деятельность идеологов и лидеров глобализации направлена на создание общества потребления, на удовлетворение исключительно физиологических и биологических потребностей человека, в т. ч. ненормальных и извращенных. Сознание и подсознание современных людей осознанно и целенаправленно наполняют бездуховностью, безнравственностью и пошлостью на уровне желудка и всем остальным, что ниже пояса, пробуждают в людях стремление удовлетворить свои желания любой ценой. Окружающее современного человека информационное пространство навязывает ему только то, что приносит прибыль, духовности и нравственности в нем нет места. Мы видим, как в процессе глобализации последовательно и беспощадно уничтожаются традиционные духовные и нравственные ценности, исторические, национальные традиции и смыслы существования народов, государств и цивилизаций. К сожалению, всё это не учитывается при подготовке выпускников высшей школы и, как следствие они оказываются не в состоянии противостоять вызовам времени.

Автор рискует утверждать, что главный вызов глобализации, это возможная потеря человеком (подобные примеры мы все чаще наблюдаем), огромной массой людей своей человеческой сущности, человеческих свойств и качеств, «расчеловечивание» человека, превращение человека в бездуховное и безнравственное человекообразное биологическое существо, живущее стремлением к максимальному удовлетворению своих биологических потребностей любой ценой.

Тем, кто осудит меня за подобную категоричность, отвечу словами известного оптинского старца, *«не переживайте, что о Вас думают другие, а беспокойтесь о том, что Вы думаете о других»*, и напомним Евангельскую истину: *«не судите и не судимы будете»*.

Педагогическое сообщество обязано всё это видеть, осознать и учитывать при организации и в ходе учебно-воспитательного процесса. Вспомним, что говорил Президент В.В. Путин на встрече с представителями общественности по вопросам патриотического воспитания молодежи 12 сентября 2012 года: *«духовные, нравственные ценности, ценностные коды – это сфера жёсткой конкуренции, ...объект открытого информационного противоборства, ...*

И это никакие не фобии, ...так оно и есть на самом деле...Попытки влиять на мировоззрение целых народов, стремление подчинить их своей воле, навязать свою систему ценностей и понятий - это абсолютная реальность, ...с которой сталкиваются многие страны, в том числе и наша страна» [7].

Кто владеет информацией, тот владеет миром, этот давно известный постулат превратился в закон прямого и непосредственного действия. Глобальные информационные империи сегодня намного мощнее и влиятельнее, чем некоторые независимые государства, члены ООН и экономически, и политически. Современные «меновщики», захватившие глобальные СМИ, сознательно формируют и навязывают людям против их желания и воли все новые и новые, часто просто бредовые материальные потребности, разлагающие и калечащие физическое и духовное здоровье человека, особенно молодого. Надо понимать, что любое информационное воздействие осуществляется с целью заставить человека думать и действовать в необходимом направлении и необходимым образом. Довольно легко можно проследить, как в интересах такого воздействия используются современные достижения науки и техники, разрабатываются и применя-

ются новые сценарии, легенды, способы целенаправленного воздействия на психику и поведение населения отдельных стран и всего мирового сообщества исключительно в интересах лидеров западного мира.

Часто подобные утверждения вызывают возмущение отечественных либералов и правозащитников. Автору приходилось слышать обвинения в подозрительности и «беспочвенной клевете» на носителей передовых демократических идеалов, к которым сегодня «мировой гегемон №1» пытается силой привести всё человечество. И совсем нетерпимым для них являются утверждения, что наши американские «стратегические партнеры» планировали раньше, планируют и сегодня самые дикие, аморальные, бесчеловечные способы и приёмы ведения войны.

Адресую им следующую информацию для размышления. Недавно в США были рассекречены многие документы за 1948 год, в т.ч. Министерства обороны и ЦРУ. В частности, была рассекречена часть «Новой концепции боевых действий», подписанная 16 декабря 1948 года, которая имела такой высокий гриф секретности, что о ней не знали большинство самых осведомленных должностных лиц США. Этой работой руководило сверхсекретное подразделение, которое называлось «Управление проектом специальных вооружений вооружённых сил». Вначале им руководил им генерал Лесли Гроувз, до этого возглавлявший проект создания атомной бомбы «Манхэттен», а затем генерал Алден Уайт. Напомню, что шёл 1948 год, военные трибуналы судили военных преступников нацистской Германии и императорской Японии, а в США в это время утверждают программы, выдержки из которых автор цитирует дословно.

Концепция предусматривала создание оружия для радиоактивного заражения (цитата) *«населённых пунктов или других важных районов на длительный период времени»*; изготовление снарядов, которые наряду с обычными взрывчатыми веществами начинались *«небольшой добавкой ра-*

диоактивных материалов». Эти снаряды должны были по замыслу авторов концепции «одновременно обеспечивать физическое разрушение объектов и радиоактивное заражение».

Название следующего вида оружия не рассекречено, но оно предназначалось для (цитата) *«заражения вероятных районов эвакуации войск вероятного противника»*, а районы эвакуации, как известно даже не военным людям, всегда *находятся в тылу*. Особое внимание концепция уделяла созданию (цитата) *«разрушительного оружия для нападения на отдельных лиц и небольшие группы людей, от которого не существовало терапевтических средств»*.

Цитирую далее и прошу Вас, пожалуйста вдумайтесь, как цинично и обыденно звучат эти слова и какой страшный смысл заложен в это обыденное звучание: *«Этот класс военного снаряжения (так это страшное оружие называется в концепции) предполагается для использования секретными агентами или диверсионными группами против небольших групп или отдельных важных персон, например, во время встреч военных или гражданских лидеров»*. При этом особо подчёркивается, что одно из основных требований к этому оружию это *невозможность идентификации его происхождения и (!) отсутствие явных признаков применения*. Оно должно быть легко транспортабельным и *не должно привлекать внимание после применения*. Оно должно быть высоко токсичным, но *факт его применения и угрозу жизни людей невозможно установить без специального оборудования*, т.е. пораженный объект, а это, напомню, человек, не должен чувствовать угрозу своей жизни.

Таким образом, господа обвинители военных профессионалов в чрезмерной подозрительности, Вы можете видеть, что при необходимости по американской морали, все способы убийства людей, даже самые варварские и бесчеловечные - это просто способы ведения боевых действий и Вам не о чем беспокоится. Подробный материал по этому

вопросу можно найти в «Независимом военном обозрении» №36 (541) от 19-25 октября 2007 года.

31.12.2015 г. Президент России В.В. Путин подписал Указ № 683 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации".

Согласно п. 78. «Стратегии...» к традиционным российским духовно-нравственным ценностям отнесены: *приоритет духовного над материальным, семья, созидательный труд, служение Отечеству, нормы морали, преемственность истории нашей Родины и т.д.* Очень важно, что помимо утверждения приоритета духовного над материальным, «Стратегия...» указывает на необходимость внедрения принципов духовно-нравственного развития в систему образования, в молодежную и национальную политику [8].

Это требование «Стратегии...» глубоко закономерно. Для того чтобы противостоять вызовам глобализации система высшего образования должна готовить специалистов с учетом не только особенностей современного развития, но и исторических особенностей становления российской государственности и быть глубоко связана с историей, культурой, религией народов России, их духовно-нравственными, трудовыми и боевыми традициями.

Здесь мы вновь обращаемся к духовно-нравственной составляющей учебно-воспитательного процесса. Вопреки привычным и воспринимаемым как аксиома, утверждениям о первичности материи и вторичности духа, первичности экономических и вторичности духовно-нравственных процессов, сегодня все больше ученых считают, что это не так. К сожалению, до сей поры значительная часть профессорско-преподавательского состава не имеет глубоких знаний, а главное, желания, разобраться, вникнуть и понять суть таких феноменов как душа и дух человека, духовность и нравственность.

Посмотрите на прекрасный мир вокруг нас, посмотрите на эту красоту и гармонию, на поля, леса и горы, на ре-

ки, озера, моря и океаны, посмотрите на заходы и рассветы, послушайте журчание родника, пение жаворонка, скворца, других птиц, услышите шепот растущей травы, вдохните запах цветов, почувствуйте вкус ягоды, спелого яблока. Полюбуйтесь, как резвятся котята, щенки, белки, как пищат птенцы и как стремительно чертят небо листочки. Оглянитесь вокруг, вслушайтесь, всмотритесь. Все это нам дано бесплатно, от Бога. Посмотрите, сколько вокруг нас прекрасных живых существ. И только человек, Вы вдумайтесь, *только человек* (!) уничтожает, и губит все живое вокруг себя, естественную среду своего обитания – и называет это развитием, движением вперед, прогрессом. Поэтому выше автор и утверждал, что сегодня главную угрозу международной безопасности и национальной безопасности России, как и любой другой страны представляет человек. Вернее, человеческое существо, бездуховное, безнравственное, живущее стремлением к удовлетворению своих физиологических и биологических потребностей.

Мы привычно констатируем, как говорилось выше, что современные информационные империи мощнее экономически и влиятельнее политически, чем многих государств мира. А что дальше? Мы отчетливо видим, что их усилия направлены на глобальные изменения в области духа, сознания, нравственности, на уничтожение религии, как таковой, на разрушение самоидентичности народов, на ликвидацию суверенных государств, а в целом на изменение сущности человека и человеческой цивилизации. Мы это видим, а какие делаем выводы? А выводы печальные. Мир интенсивно готовится к широкомасштабной войне будущего, но её начальный этап - «консциентальная» война - уже идет. Понятие *conscientia* (лат.) – означает «сознание», «совесть». Соответственно - консциентальная война – это война на поражение, реформатирование сознания и духовно-нравственных качеств человека, его совести и морали.

Суть подобных усилий были определены более двух тысяч лет назад. Китайский мыслитель Сунь Цзы: «наилучшее — вынудить государство противника покориться в целом, на втором месте — разгромить это государство; ...сто раз сразиться и сто раз победить — это не лучшее из лучших; лучшее из лучших — покорить войско противника, не сражаясь...». Это хорошо понимают и наши «стратегические партнеры», которые ведут целенаправленную и широкомасштабную кампанию против традиционных российских духовно-нравственных ценностей, против традиционных религий России и в первую очередь против православия.

Широко известны слова Збигнева Бжезинского, который заявил, что после разрушения Советского Союза и краха коммунизма настала очередь православия и Русской Православной Церкви. Те, кто мечтает о разрушении России хорошо понимают, что православие и Русская Православная Церковь играли и играют исключительную роль в развитии и сохранении российской государственности, самоидентичности русского народа и других народов России. Понимают они и роль традиционного ислама России.

Важно понимать это и тем, кто любит Россию и желает ее возрождения после того, как она усилиями «младореформаторов» была ослаблена и низведена до уровня слабо-развитой страны. Сегодня повсеместно применяются понятия: конкурентноспособность, конкурентные преимущества, инновации, модернизация и т.д. Но совсем не слышно понятий: духовность, совесть, честь, стыд, справедливость, порядочность, нравственность, милосердие, трудолюбие и т.п.

Первейшая задача педагогического сообщества России – возрождение духовности, укрепление традиционных духовно-нравственных устоев, которые для России являются государствообразующими. Задача архиважная, но трудно-выполнимая. Почему? А потому, что как только мы начнем глубоко и непредвзято рассматривать традиции, историю и культуру народов России, историю её государственного

строительства, проблемы духовности, морали и нравственности, мы неизбежно придем к православию, исламу, буддизму, иудаизму. Мы придем в старообрядческую общину, в православный храм, в синагогу, в мечеть, в пагоду, выйдем на понятия дух, душа, духовность.

Дело в том, что понятия мораль, нравственность, духовность несут в себе качественное определение человека и духовность в этом ряду, безусловно, высшее понятие. Нравственность всегда обусловлена духовностью человека, а духовность определяется его Верой, причём это может быть и атеизм (атеистическая вера, т.е. вера в то, что Бога нет). Таким образом понятие духовность человека ведет нас к вере, к Библии, Торе, Евангелию, Корану, учению Будды, к 10 заповедям Моисея, к трактатам о высоких человеческих качествах, к понятиям совесть, стыд, патриотизм, гражданственность, а также к 9 Заповедям Блаженства, данным в Нагорной проповеди Иисуса Христа. А многие из нас к этому абсолютно не готовы. Сама постановка подобных проблем у многих педагогов вызывает отторжение, возмущение, обвинения в не научности и т.д.

Тысячи лет люди пытаются ответить на вопросы, что же такое душа, дух, духовность, нравственность, дают множество определений, а полного понимания нет. Это великая тайна. Приблизительный ответ есть у представителей религий, которые признают Единого Бога, таких как, христианство, ислам. Полный ответ есть только у Бога, который создал наши души, но пока нам не дано его знать. Пока мы только интуитивно чувствуем и понимаем, что кроме тела у нас и в нас есть ещё и что-то непостижимое, непонятное нам самим.

На вопрос, что есть человеческий дух, духовность, душа человека можно дать множество ответов, которые будут убедительны и верны. И каждый человек дает такой ответ сам, он сам ищет свой Дух и свою Духовность, сомневается, проверяет и перепроверяет найденное, вновь сомнева-

ется, и вновь ищет. Как подчёркивают некоторые учёные, духовность, как и Вера, имеет иррациональный характер и находится на границе, за которой влияние материального мира минимально или совсем отсутствует. Это тончайшая нить, связывающая человека с его собственным Духом, одухотворяющая его чувства, мысли, желания, поведение, поступки и дела.

Человеческая духовность не просто неосознанна, а неизбежно бессознательна, *«человек вообще является человеком тогда и постольку, когда и поскольку он как духовное существо выходит за пределы своего телесного и душевного бытия»*, утверждал австрийский психиатр и философ Виктор Эмиль Франкл (1905–1997). В работе «Человек в поисках смысла», он пишет, что духовное в человеке *«это то, что может противостоять всему социальному, телесному и даже психическому в человеке»* [5;134] Духовность означает отрицание животной природы в человеке. Согласно Библии и Корана, душа человека, в отличие от душ животных сотворена принципиально иным способом. В Книге Бытие говорится: *«И создал Господь человека из праха земного, и вдунул в лице его дыхание жизни, и стал человек душою живою»* (Библия. Бытие. 2:7). О том же говорит Коран: *«...вдохнул в него от Духа Своего»* (Коран, 25:29).

Высшее проявление духовности – Совесть. Человек, не имеющий совести страшен. Недаром Гитлер, обращаясь к солдатам вермахта, говорил им: *«Я освобождаю Вас от хищных совести»* и, освобождённые, от человеческой сути, они творили жестокости и насилие, которые не может совершить ни один зверь, ни одно животное, а человек без совести совершает и после этого спокойно ест, пьёт, веселится и устал, от всего этого крепко спит. Духовность означает наличие у человека высоких внутренних мотивов, определяющих его поведение и жизнедеятельность: желание служить Богу, людям, народу, обществу, своему Отечеству, любовь к труду и творчеству, любовь к природе живой и неживой (она вся

живая, т.к. участвует в жизни, обеспечивает её) и т.д. Антуан де Сент-Экзюпери как-то воскликнул: *«На свете есть только одна проблема, одна единственная: вернуть людям духовных смысл, духовные заботы. Невозможно больше жить холодильниками, политикой, балаганами и кроссвордами...»* [4;130].

Всего вышесказанного достаточно для вывода, что духовно-нравственная составляющая есть важнейшая часть содержательной сущности высшей школы России, что она является важнейшей целевой установкой всех видов обучения и воспитания студентов. Духовно-нравственная составляющая учебно-воспитательного процесса любого вуза необходима:

- чтобы, научив в военном вузе человека великолепно стрелять, мы не подготовили из него профессионального убийцу, которому безразлично, в кого стрелять, лишь бы хорошо платили;

- чтобы, получив в юридическом вузе великолепное правовое образование, его обладатель не являл собой образец бездушного формалиста, действующего по народной поговорке *«закон, что дышло, куда повернул, туда и вышло»*, чтобы приговор судьи и добросовестность адвоката не зависели от денежной суммы, «полученной не официально»;

- чтобы, закончивший с отличием Высшую школу экономики не превратился в очередного бессовестного, бездушного стяжателя, единственная цель которого получение прибыли любой ценой, готового ради этого перешагнуть через трупы;

- чтобы специалист, получивший в МГУ блестящее историческое образование, великолепный знаток дат и фактов, не оказался беспринципным манипулятором примерами, датами, документами в угоду личным корыстным интересам;

- чтобы выращенный нами в техническом вузе великолепный специалист не отказался защищать своё Отечество и не превратился в наемного ремесленника, которому всё рав-

но где, что, кому и зачем делать, главное – размер денежного вознаграждения и т.д.

Отсюда следует, что ни один вид обучения и воспитания в любом вузе не может осуществляться в ущерб традиционным духовно-нравственным нормам и принципам народов России. Система подготовки любых специалистов, все её составные части должны быть духовно-нравственно возвышенны, и способны решать главную задачу: подготовить и воспитать настоящего гражданина, высокопрофессионального и умелого специалиста, с высокими духовно-нравственными качествами, готового служить Отечеству и защищать его.

Вспомним слова великого А. Эйнштейна: *«Важнейшее из человеческих усилий – стремление к нравственности. От него зависит наша внутренняя устойчивость и само наше существование. Только нравственность в наших поступках придает красоту и достоинство нашей жизни. Сделать ее живой силой и помочь ясно осознать ее значение – главная задача образования»* [3;456].

В завершение хотел бы подчеркнуть, что в человеческом мире нет ничего неограниченного. Ограничены сама земная жизнь человека и его возможности. Ограничению подлежит и свобода личности, свобода СМИ и информации. Речь идет не о политических ограничениях, а о естественном духовно-нравственном самоограничении человека, воспитанного как человек. Все поведение и деятельность человека должны иметь духовно-нравственное наполнение, иначе под сомнение ставится его человеческая сущность. По убеждению автора, *единственным условием выживания человечества является духовность.*

Список использованной литературы:

1. Ильин И. А. Афоризмы религиозного опыта. Исследование. – Париж, 1953. М., 1993. – С. 51.

2. Коменский Я.А. Всеобщий совет об исправлении дел человеческих. // Педагогическое наследие/ сост. В.М. Кларин, А.Н. Джуринский. – М., 1989. – С. 131.
3. Назаров В. Н. Разум сердца. Политиздат. - М., 1989. – С. 456.
4. Педагогическое сообщество России. – М., 2002. – С. 130.
5. Франкл В. Э. Человек в поисках смысла. – М., 1990. – С. 134.
6. <http://www.diary.ru/~dnevmetly/p143614877.htm?oam>
7. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/16470>
8. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201512310038?index=0&rangeSize=1>

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАН

Чавыкина М.А.

*Аспирант кафедры менеджмента экономического факультета
Российского университета дружбы народов, Москва*

Человек, его способности и качества, с помощью которых он преобразует окружающий мир традиционно занимали центральное место в экономических и социальных науках. Промышленный переворот и ускоренное развитие материально-технической базы на некоторый срок переместило акцент на развитие физического капитала для обеспечения экономического роста. Как следствие, способности человека долгое время рассматривались и оценивались как количественный фактор экономического развития страны. В течение развития общества изменялась роль качеств и способностей населения в экономической системе.

Основные навыки, необходимые для осуществления трудовой деятельности приобретаются человеком в процессе

обучения. Связь между образованием и экономическим развитием была выявлена в начале индустриальной эпохи. В свое время на этой взаимосвязи акцентировали внимание такие экономисты как У. Петти, А. Смит, А. Маршалл, Дж. С. Милль и др. А. Смит отмечал, что богатство каждого народа определяется в первую очередь искусством, умением и сообразительностью, с какими в общем применяется его труд [3].

Последовательное изучение взаимосвязи между образованием и экономическим развитием выразилось в появлении в середине XX века обоснованной научной теории человеческого капитала и экономики образования как отрасли научного знания. Формирование теории произошло как ответ на развитие экономики, формирование постиндустриального и информационного общества, в которых значительно возросла роль квалифицированных специалистов.

Формирование теории человеческого капитала происходило от индивидуального уровня к национальному. Теория индивидуального человеческого капитала была сформулирована нобелевскими лауреатами по экономике Теодором Шульцем и Гэри Беккером. Образование рассматривается как главная составляющая человеческого капитала, поскольку закладывает основу для профессиональной деятельности. Теория человеческого капитала переориентировала экономику от количественного использования трудовых ресурсов на вопросы формирования качественно новой рабочей силы, обладающей необходимыми знаниями и навыками для профессиональной деятельности, обеспечивающей развитие экономики и общества.

Т. Шульц считал решающим экономическим фактором человеческий капитал, относя к нему в первую очередь возможности населения страны получать образование, развивать способности и приобретать опыт.

В своих работах «Вложения в человеческий капитал: роль образования и научных исследований» (1971) и «Инвестиции в людей: экономика качества населения» (1981) Т.

Шульц отмечал, что уровень образования населения предопределяет его способность использовать информацию и технологию для экономического развития. Так же он уделял отдельное внимание образованию женщин и молодежи. Функциями высшего образования считалось обучение, выявление талантов и научная работа. Работы Шульца оказали значительное влияние на увеличение расходов на образование со стороны международных организаций (Всемирного банка и МВФ). Инвестиции в образование повышают не только уровень производительности труда, но и экономическую ценность его времени.

В монографии Г. Беккера «Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ главным образом в области образования» (1964 г.) описывается базовая модель теории человеческого капитала. По Г. Беккеру, человеческий капитал - это совокупность врожденных способностей и приобретенных знаний, навыков и мотиваций, эффективное использование которых способствует увеличению дохода и иных благ[4]. В работе доказана экономическая целесообразность и необходимость крупных государственных и частных инвестиций в человеческий фактор, в частности в образование. Крупные вложения в подготовку студентов (будущих специалистов и рабочих), а также в социальные программы, которые направлены на сохранение, поддержку и расширение воспроизводства кадров, приравниваются к крупным инвестициям в создание или приобретение нового оборудования и технологий. В долгосрочной перспективе такие вложения принесут прибыль сравнимую с доходами от других инвестиций.

В становление общей теории развития и человеческого капитала внес лауреат Нобелевской премии, выходец из России Саймон (Семен) Кузнец, который первым ввел в экономическую теорию и практику понятие ВВП [1].

Международный опыт свидетельствует о том, что инвестиции в человеческий капитал и, в частности, в образова-

ние в течение жизни способствуют существенным отдам для экономики и общества, экономическому росту страны. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по результатам исследований пришла к выводу, что если для жителей определенной страны среднестатистический срок обучения будет увеличен на год, то ВВП данного государства возрастет на 3-6%. Артур Мэддисон выявил, что увеличение ассигнований на образование на 1% ведет к увеличению валового внутреннего продукта страны на 0,35%.

Осознавая важность образования населения для развития страны, многие страны стали активно направлять средства на развитие человеческого капитала. Таким образом, к началу XXI века в целом по странам мира на человеческий капитал приходилось 66 % национального богатства (таблица 1), а в странах ЕС, США, Китае – более 75 % национального богатства.

Таблица 1

Оценка человеческого капитала в ряде стран мира в конце XX века

Страны	Общий объем, трлн. Долл.	Человеческий капитал, в % к:		
		национальному богатству	мировому итогу	уровню США
Мировой итог	365	66	100	384
Страны «семерки» и ЕС	215	78	59	226
Из них				
США	95	77	26	100
Страны ОПЕК	45	47	12	47
Страны СНГ	40	50	11	42
в том числе Россия	30	50	8	32

Прочие страны	65	65	18	68
В том числе				
Китай	25	77	7	26
Бразилия	9	74	2	9
Индонезия	9	75	2	9
Мексика	8	77	2	8
Индия	7	58	2	7
Пакистан	4	80	1	4

Источник: Нестеров Л., Аширова Г. Национальное богатство и человеческий капитал [Электронный ресурс] // Вопросы экономики. 2003. № 2. URL: http://www.vopreco.ru/rus/archive.files/n2_2003.html#an1

Образование влияет на социальное развитие населения страны. Оно расширяет кругозор, способствует материальному благополучию и здоровому образу жизни. Полученные знания в процессе образования помогают реализации человека в социуме, посредством освоения норм морали и нравственности, этикета, определение места и роли человека. Однако, увеличение образовательного уровня населения порождает ряд проблем. Например, с увеличением доли высокообразованных людей, сокращается доля граждан страны, согласных выполнять неквалифицированную работу. Несмотря на это, очевидно, что социально-экономическое развитие все больше будет зависеть не только от финансирования в сферу науки и образования, но и от наличия специальных образовательных стратегий и целевых программ.

Список использованной литературы:

1. Корчагин Ю. Человеческий капитал - интенсивный социально-экономический фактор развития личности, экономики, общества и государственности [Электронный ресурс], 2011. URL: <https://www.hse.ru/data/2012/03/12/1266189252/Doklad.doc>

2. Нестеров Л., Аширова Г. Национальное богатство и человеческий капитал [Электронный ресурс] // Вопросы экономики, 2003. – № 2. URL: http://www.vopreco.ru/rus/archive.files/n2_2003.html#an1

3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – Кн.1. – М.: Ось, 1997.

4. Becker G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education, third Edition. University Of Chicago Press , 1994. – 412 p.

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕНЕДЖЕРОВ В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ян К.

Студент кафедры менеджмента экономического факультета Российского университета дружбы народов, Москва

Проблемы становления и развития социально-ориентированного управления для современных компаний рассматривались в работах многих российских и зарубежных ученых экономистов таких, как Д. Девятловского, М. Поздняковой [1], Э. Короткова, О. Александровой, С. Антонова [2], А. Шлихтер [4]. Во всех научных исследованиях социально-ориентированное управление рассматривалось как комплекс стратегических подходов, процедур и программ, которые являются интегрированными в процессы принятия управленческих решений менеджерами компании на всех уровнях крупных компаний и отражают их ответственность за результаты и будущие последствия ее деятельности.

В рамках выше изложенного, целью статьи становится изучение зарубежных моделей развития социально-ориентированного управления в компаниях и обоснование предложения относительно повышения эффективности рабо-

ты в данном направлении современных менеджеров российских компаний.

В своем становлении и развитии социально-ориентированное управление компаний практически в каждом регионе, а также континенте, имеет свои отличия и является важнейшим инструментом социально-экономического развития отдельной территории, на которой работает данное предприятие. Такая разница ощутима и на уровне стран. Это свидетельствует о том, что практика реализации такого вида управления и его модели в одной стране не может быть актуальной в любой другой: в одной - она еще не настолько сформирована, в другой - наоборот, уже чрезвычайно развита. Взаимоотношения между компанией и ее поставщиками на этических принципах считаются приоритетной темой в скандинавских странах, где распространяется деятельность организаций по вопросам этической торговли. Впрочем, для России эта практика еще не получила актуальности, поскольку важным остается вопрос социальной ответственности самих компаний. Не совершенно и законодательство страны, которое не позволяет стимулировать развитие данного направления. Учитывая такую имеющуюся разницу в развитии моделей социально-ориентированного управления, важно понимать их различия и характеристики, присущие той или иной стране или региону в целом.

Для того, чтобы определить модель развития социальной ответственности менеджеров, важно оценить такие аспекты различий (их называют горизонтальными), как: историческая основа, национальные и культурные особенности, экономическое и социальное развитие страны, практика и развитие государственной политики, приоритеты в области корпоративной социальной ответственности. По этой типологии ранее было принято выделять три модели социально-ориентированного управления: американская; европейская, в которую входят британская и скандинавская модели; японская или азиатская.

На формирование различных моделей повлияло географическое размещение страны, ее социально-экономическое и экологическое развитие, которые, в свою очередь, определяют те или иные характеристики указанных видов. Например, различные модели имеют определенные различия в таких аспектах, как: промышленные отношения, образование, корпоративное управление и финансовая сфера, межкорпоративные отношения, государственное регулирование и стимулирование развития корпоративной социальной ответственности в стране.

Следует определить основные пять критериев, по которым осуществляется разграничение моделей, а именно: финансовая система, внутренняя структура; промышленные отношения; система образования и тренингов; межкорпоративные отношения. В качестве примера представлена таблица 1, которая характеризует основные отличия между американской и европейской моделями по выделенным критериям.

Таблица 1.

Отличие между американской и европейской моделями реализации социально-ориентированного управления на примере двух стран

<i>Критерий</i>	<i>Германия (европейская модель)</i>	<i>США (американская модель)</i>	<i>Влияние на развитие социально- ориентированного управления</i>
Финансовая система	Зависит от разветвленной сети и репутации	Зависит от открытости и доступности информации	Открытость, прозрачность компании, доступность информации, организационная структура

Внутренняя структура	Принятие решений, которые основываются на консенсусе; топ-менеджер, акционер, основные поставщики и клиенты	Способность топ-менеджера самостоятельно принимать решение	Отношения и диалог со стейкхолдерами, сеть поставщиков
Промышленные отношения	Коллективные соглашения между профсоюзами и руководством компаний	Рыночные отношения между сотрудником (индивидуально) и работодателем	Социальный диалог, взаимоотношения с сотрудниками
Система образования и тренингов	Контролируют профсоюзы и ассоциации работодателей; специфические навыки для отдельных отраслей промышленности	Формальные институты проводят тренинги, что дает возможность приобрести нужные общие навыки	Взаимоотношения с сотрудниками с точки зрения обучения и разнообразных тренингов
Межкорпоративные отношения	Поддержка форм контрактов и технологических трансфертов	Стандартные рыночные отношения и возможность заключать контракты	Честные управленческие практики

При описании данных моделей используется такое определение как «стейкхолдеры» – это все заинтересованные лица (крупные компании, некоммерческие организации, органы государственной власти, муниципалитеты, топ-менеджмент компании), задействованные в развитии социально-ориентированного управления, но при этом каждый может получить свою выгоду (общественное признание, PR, социальный эффект и пр.).

Конечно, если говорить о благотворительных пожертвованиях, то они редко влияют на бизнес, это просто то, что положено делать в рамках социально-ориентированного управления. Совершенно другой подход – это стратегия привлечения общественности (кстати, этот термин в новом международном стандарте по социальной ответственности ISO 26000 связывается с новым названием - «привлечение и развитие общественности») [5], поскольку она должна быть тщательно структурирована и сфокусирована для достижения долгосрочной прибыли для бизнеса. А коммерческие инициативы обеспечат сразу конкурентное преимущество для компании. Относительно бизнес-практик в развитии социально-ориентированного управления, именно Лондонская модель бенчмаркинга помогает структурировать эти практики коммерческой инициативы в общинах и ежедневную деятельность компании. Одна из причин популярности модели – это то, что она является преимущественно инструментом управления и помогает оценить полную стоимость затрат компании, в том числе финансовые, ресурсные и т.п., а также пользу для общества с позиции государства (в частности, скольким людям в обществе это понадобилось) и для компании в целом.

Благодаря такой модели, многие компании смогли оценить свои инвестиции в общество. Например, компания «Бритиш Телеком» в рамках своей программы партнерства с общинами выделила прямые финансовые инвестиции в размере 15 млн. фунтов в год, куда было добавлено еще 12 миллионов косвенных затрат (деньги, которые тратятся на наставничество, экспертные услуги). То есть, общий объем вложенных инвестиций компании составил вместо 15 млн. фунтов стерлингов 27 млн., и было определено, что около 12 организаций общественного сектора получили пользу от программ компании.

Подводя итоги рассмотренных выше моделей развития социально-ориентированного управления важно отме-

тить роль международного стандарта ISO 26000 [5], который был принят в 2010 году. Такой стандарт консолидировал опыт в данной сфере и определил принципы, которые положены в основу социальной ответственности менеджеров различных уровней, а также способы интеграции социально ответственного поведения в стратегии, практики и процессы деятельности соответствующей компании. Данный стандарт является добровольным, он не содержит никаких требований и не рассматривается как стандарт, подлежащий обязательной сертификации.

Большинство европейских стран внедряют национальные политики (стратегии, программы) по корпоративной социальной ответственности, что свидетельствует о повышении осведомленности и постепенном развитии социально-ориентированного управления, его роли для устойчивого развития как страны в целом, так и эффективного функционирования компании в соответствующем регионе.

Как свидетельствует опыт таких стран, как Англия, США, Японии, Дания, Норвегия, Нидерланды, Австрия для социально-экономического развития чрезвычайно важным становится вопрос о поддержке государством социально ответственных инициатив бизнеса. Именно социальная ответственность компаний тесно связана с достижением их бизнес-целей и является частью стратегии создания дополнительной инвестиционной привлекательности. Все это, в свою очередь, отражается на экономике, конкурентоспособности, репутации и инвестиционной привлекательности страны. Проанализировав модели развития социально-ориентированного управления (американская, европейская) можно сделать вывод о том, что в России необходимо пересматривать политику в данной сфере. Так, в условиях развития российской экономики для совершенствования данного процесса необходимо на государственном уровне широко использовать такой инструмент как стимулирование и поощрение корпоративной социальной ответственности через изме-

нения законодательной базы [3]. В основу совершенствования таких законов должны быть положены отдельные элементы европейской модели развития социально-ориентированного управления, а именно: улучшение партнерства между правительством, бизнесом и стейкхолдерами определенного региона с целью привлечения дополнительных финансовых средств на социальное обслуживание населения. И отдельные элементы американской системы, относительно предоставления налоговых льгот для компаний, которые способны участвовать в рамках выполнения государственных программ социального обслуживания населения того региона, где работает данная компания, а с применением Лондонской модели бенчмаркинга можно оценить результативность социально-ориентированного управления топ-менеджмента ряда компаний. Естественно, такие предложения относительно повышения эффективности работы в данном направлении современных менеджеров российских компаний носят теоретический характер и предусматривают последующую их доработку с формированием новой концепции.

Список использованной литературы:

1. Девятловский Д.Н., Позднякова М. О. Корпоративная социальная ответственность в России: проблемы малого бизнеса. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4975> (дата обращения: 24.02.2016)
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков, О. Н. Александрова, С. А. Антонов [и др.] ; под ред. Э. М. Короткова. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 445 с.
3. Федеральный закон «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации» (в ред. от 21.07.2014 № 256-ФЗ)

4. Шлихтер А.А. Направления и механизмы взаимодействия социально-ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США. — М.: ИМЭМО РАН. 2010.- 104 с.

5. ISO 26000-guidance standard on social responsibility. URL: <http://www.iso.org/iso/news.htm?refid=Ref1366> (дата обращения: 26.02.2016)

Научное издание

**СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Издание подготовлено в авторской редакции

Технический редактор *Н.А. Ясько*
Дизайн обложки *М.В. Рогова*

Подписано в печать 11.03.2016 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 15,81. Тираж 100 экз. Заказ 306.

Российский университет дружбы народов
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Типография РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3, тел. 952-04-41

Для заметок

Для заметок
