

ISSN 2412-5318

международный научный электронный журнал



Бизнес-образование в экономике знаний

экономика знаний
корпоративные финансы
управление персоналом
управление качеством
ИТ в управлении
теория и практика маркетинга
технологии обучения
инновации в области образования

май 2016 N2[4]

СОДЕРЖАНИЕ

Барановская С. О. Особенности управления персоналом в розничной торговле или как сделать покупателя счастливым на примере сети магазинов Эльдорадо	4
Бобкова Н. Г. Эмоциональный интеллект как ключевая компетенция современного менеджера	7
Гласова Е. С. Проблемы и перспективы развития государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения в России	11
Горбунова И. В. Процессы англизации в эпоху развития языка интернета	13
Гулюк Н. В., Зарубина А. А. Способы повышения эффективности государственно-частного партнерства в РФ по опыту Великобритании	18
Дорожков Н. Д., Купчинская Ю. А. Развитие государственно-частного партнёрства в сфере туризма	21
Кубанов Р. А. Теоретико-практические механизмы достижения удовлетворенности заинтересованных сторон на основе теории социального партнерства в системе обеспечения качества высшего образования	24
Зарубина А. А. Управление проектом внедрения новой оценки экономического эффекта в ПАО «Иркутскэнерго»	30
Изотова Н. С. О некоторых вызовах лидеров нового поколения	34
Кабакова Ю. А. Виды и проблемы реализации бизнес-процессов в банковской деятельности	36
Кабакова Ю. А. Методы анализа бизнес-процессов	38
Казаков Р. И. Факторинг как банковский финансовый инструмент	40
Казаков Р. И. Применение проектного подхода при реализации проектов жилой недвижимости	44
Калачева А. Е. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий	46
Копылова Н. В. Роль аутентичных материалов в преподавании английского языка для делового общения взрослым слушателям начального уровня	49
Косарева П. В. Проблемы текучести персонала на предприятиях малого бизнеса	54
Егорова А. В., Польская А. И., Якушева С. В. Создание билингвального детского сада в городе Иркутске	57
Лахтер М. Д. Переход к экономике знаний с помощью информационных технологий	60
Матвеева Е. Д. Важность команды в управлении проектами	65
Матвеева Е. Д., Шершитский А. А. Реализация отдельных аспектов концессионных соглашений для проектов государственно-частного партнерства на примере концессионного проекта создания системы комплексной безопасности дорожного движения в Рязанской области	67
Песков Е. В. Бизнес процессы и бизнес архитектура в современном бизнесе	70
Пешкова А. А. Риск мошенничества при осуществлении факторинговых операций кредитной организацией	73
Сафонова С. Э., Чеховская С. А. Возникновение концессионных соглашений, применение, основные проблемы и сложности	80
Сафонова С. Э., Чеховская С. А. Секьюритизация: надежность и доходность ценных бумаг	84

Сивач О. Б. Предпосылки формирования социального института студенческого самоуправления в условиях модернизации общества	87
Скрипка Е. В. Внедрение системы сбалансированных показателей при формировании заработной платы в компании ООО «Байкальский мебельный комбинат».....	91
Скрипка Е. В. Влияние торгово-экономических отношений между США, Россией и Китаем на политику регулирования национальной валюты в данных странах.....	95
Сольский М. Б. Внедорожный туризм иркутского Прибайкалья	99
Труфанова Д. Н. Инновационные территориальные кластеры. Анализ возможности развития инновационного кластера в Иркутской области	102
Федоров А. А. Теоретические основы формирования управленческого учета в фармацевтической отрасли.....	106
Черных А. А. Корпоративное пенсионное обеспечение работников предприятия	115
Юдалевич Н. В. Информационный мусор как феномен современного общества	119
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	123

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ ИЛИ КАК СДЕЛАТЬ ПОКУПАТЕЛЯ СЧАСТЛИВЫМ НА ПРИМЕРЕ СЕТИ МАГАЗИНОВ ЭЛЬДОРАДО

© Барановская С. О., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Компания, занимающаяся розничной торговлей, ориентирована на конечного покупателя, заинтересована в том, чтобы он в результате взаимодействия с персоналом компании получил ощущение того, что он хочет вернуться в эту компанию еще раз и привести с собой друзей. Покупатель взаимодействует с линейным персоналом и по последнему определяет, придет он в эту компанию еще раз или нет. Персонал сделает покупателя счастливым тогда, когда система управления персоналом сделает линейных сотрудников счастливыми.

Ключевые слова: счастливый покупатель, счастливый сотрудник, розничная торговля, розница, прием сотрудников на работу, вводное обучение, адаптация, постоянное обучение, оценка и развитие, мотивация, корпоративная культура.

Розничная торговля на примере региональной франчайзинговой компании Эльдорадо — это продажа товаров конечному потребителю для личного пользования. Франчайзинговая сеть имеет 4 магазина, расположенных в малых городах. Специфика данного направления имеет следующие особенности: 80 % сотрудников компании Эльдорадо — это линейный персонал: продавцы, кассиры, грузчики, доставщики, технический персонал, специалисты сервисного обслуживания; фактический рабочий день линейных сотрудников в среднем составляет 10–12 часов; количество линейных сотрудников может меняться в течение года в зависимости от сезонности товаров; присутствуют рабочие смены; большинство таких сотрудников работает на виду у покупателей, линейные сотрудники, имеющие перечисленные выше должности, не обязаны иметь специального образования и опыта работы [2]. В связи с большим количеством особенностей в розничной торговле, управление персоналом в сети магазинов Эльдорадо так же их имеет. Рассмотрим особенности управления персоналом в розничной торговле на примере магазинов Эльдорадо по следующим направлениям: прием сотрудников на работу, вводное обучение, адаптация, постоянное обучение, оценка и развитие, мотивация, корпоративная культура.

Обычно прием сотрудников на работу в розничной торговле — это непрерывный процесс, так как сотрудники, занимающие линейные должности, часто рассматривают работу в рознице, как «перевалочный пункт», так как для работы в рознице на вышеописанных должностях особый опыт не обязателен. Второй момент, который влияет на текучесть таких сотрудников, это то, что должности типа: продавцы, кассиры, грузчики, доставщики, технический персонал, специалисты сервисного обслуживания звучат непредставительно и являются низко оплачиваемыми. Стандартными требованиями при

выборе сотрудников для работы в розничные магазины являются: опрятный внешний вид, дикция, умение строить предложения, переносимость других людей на близком расстоянии, умение строить коммуникации [1]. Региональная сеть магазинов Эльдорадо понимает, что именно эти сотрудники являются основными представительными лицами компании — теми, кого покупатель видит чаще всего и именно по ним оценивает работу компании в целом. Для того, чтобы иметь положительную репутацию на рынке, компания учитывает вышеперечисленные особенности, то есть делает все для того, чтобы на должностях, по которым покупатель дает оценку компании, работали сотрудники постоянные, имеющие опыт и нужные навыки, знания, готовые помочь покупателю, например, в выборе товара или любой другой потребности, желающие сделать покупателя счастливым, имеющие четкую установку, что каждый покупатель, который выходит из магазина, должен выходить из него счастливым, с желанием вернуться в него и привести с собой друзей.

Региональная франчайзинговая сеть магазинов Эльдорадо реализует это на этапе приема сотрудников на работу следующим образом: сначала происходит составление списка критериев, отвечая на вопросы: «Какой результат должен производить сотрудник, находящийся на данной должности?», «Для того, чтобы сотрудник выдавал нужный результат, каким он должен быть, какими навыками обладать и что он должен уметь для этого?». После ответа на данные вопросы, по заданным критериям осуществляется поиск кандидатов, проверка их на наличие заданных критериев этапами отбора.

Этапы отбора строятся таким образом, чтобы в результате тот, кто проходит отбор, являлся подходящим под список заданных критериев сотрудником. Далее в компании задают вопрос, чему необходимо научить данного сотрудника, чтобы он был введен в должность и мог работать с

конечными покупателями — осуществляется обучение и оценка знаний и навыков данного сотрудника. Этот этап называется «Вводное обучение». По результатам такого обучения руководитель сотрудника заполняет специальный чек-лист, по которому делает вывод — можно допускать сотрудника к взаимодействию с покупателем или нет.

После вводного обучения происходит процесс, который называется адаптация. В магазинах Эльдорадо особенность данного процесса заключается в том, что на данном этапе сотрудник знакомится с политикой компании, политикой отдела, стандартными рабочими процедурами для должности, скриптами для осуществления взаимодействия с покупателями. На этом этапе сотрудник осваивает огромное количество информации, и его руководитель требует от него за короткий срок прочитать данную информацию, далее сотрудник ставит роспись, подтверждая то, что ознакомлен и готов следовать изученным стандартам. Обычно в компаниях, занимающихся розничной торговлей, реальность такова, что политики, стандарты, регламенты в розничной торговле, описанные офисными сотрудниками, ежедневно не выполняются. Такая ситуация происходит из-за того, что перечисленные документы были написаны и введены в эксплуатацию без участия линейного персонала.

Стандартные процедуры в региональной сети магазинов Эльдорадо являются рабочими, живыми, постоянно актуализируются, имеют удобный для чтения вид, примеры реальных ситуаций. Таким образом, описанные стандарты позволяют сотруднику ознакомившись с ними, работать по ним и в результате получается желаемое — счастливый покупатель, который хочет вернуться в магазин и привести с собой друзей. Для того, чтобы сделать стандартные рабочие процедуры такими, региональная франчайзинговая сеть магазинов Эльдорадо привлекла линейных сотрудников-экспертов, которые имеют положительные статистики, задавая им вопросы, ответы на которые были помещены в стандарты и регламенты. После того, как стандарты были созданы, руководство компании дало время сотрудникам на то, чтобы ознакомиться со стандартами и регламентами и выдать обратную связь — их предложения по изменениям. В результате создания таких стандартов, линейный персонал стал заинтересованным в том, чтобы работать в данной организации, так как он понимает, что каждый может влиять на рабочие процессы, условия работы, регламенты. Руководство компании убеждено в том, что сейчас линейные сотрудники имеют возможность выдавать свои предложения, пожелания, возражения руководителю и получать на них такие ответы, чтобы они в результате имели идею о том, что руководство слышит их. Когда

сотрудник знает, что руководитель слышит его, то он будет с удовольствием ходить на работу и знать, что здесь он важен, у него есть глобальная задача, на нем лежит большая ответственность, он — лицо компании.

Постоянное обучение — следующий этап управления персоналом в региональной франчайзинговой компании Эльдорадо. На этом этапе сотрудник компании имеет возможность систематически обучаться — обучение может быть как с привлечением тренера, так и самостоятельным, то есть при помощи систем обучения, состоящих из теоретического материала, видео уроков, вопросов, на которые необходимо ответить, кейсов, которые нужно решить. Привлечение тренера — это постоянные расходы, в связи с этим компания привлекает сторонних тренеров раз в год [4].

В компании построена система самообучения, которая по мнению руководителя компании, является более эффективной, нежели привлечение стороннего тренера, так как в случае системы обучения самообучение проходит систематически. От уровня знаний, показанного сотрудником после самообучения (оценка сотрудника), зависит его окладная часть заработной платы.

Следующий этап управления персоналом — это оценка и развитие. Оценка сотрудника на линейных должностях в компании Эльдорадо производится на еженедельной основе, особенно если сотрудник имеет планы, которые ему необходимо выполнить. Оценка в данном случае осуществляется как самостоятельно сотрудником, так и его руководителем. Самостоятельная оценка — сотрудник анализирует свои показатели, наносит на график и говорит — растущая, стагнирующая или падающая у него статистика на этой неделе по отношению к предыдущему периоду. Такую оценку в компании осуществляет даже технический персонал, у него показателями являются: чистый пол в течение всего времени работы магазина, отсутствие пыли на торговом оборудовании и т.п. Для того, чтобы сотрудник мог оценить себя сам, компания показывает ему желаемый результат, к которому он должен прийти. Далее он выдает свой результат, сравнивает его с желаемым и видит, какие есть отклонения, далее его руководитель задает ему вопрос: «Что сделать, чтобы отклонений не было?». Если сотрудник отвечает на данный вопрос самостоятельно, то он понимает, что нужно сделать, согласен с этим и, скорее всего, будет делать что-то, чтобы изменить картину к лучшему. Когда руководитель говорит сотруднику, что тот сработал плохо, средне или хорошо, руководитель навязывает ему данные определения, а так же действия, что необходимо сделать, чтобы ситуацию исправить. В сети магазинов Эльдорадо убеждены, что когда сотруднику навязали, он, скорее всего, не будет разделять, понимать и выполнять это или

будет, если в коллективе присутствуют нездоровые коммуникации, когда руководитель «криком» заставляет сотрудников работать. В связи с этим, компания внедрила следующее правило: для того, чтобы руководитель мог добиваться от сотрудников того, чтобы они стремились к растущим статистикам, его система оплаты труда привязана к виду статистики, который выдает сотрудник — растущая, стагнирующая, отрицательная. Например, у сотрудника одним из показателей является «Счастливый покупатель» — двух обслуженных сотрудником за период покупателей обзванивает сотрудник, собирающий обратную связь, и задает вопросы, ответы на которые позволяют определить, помог ли продавец покупателю сделать выбор, которым покупатель удовлетворен. Если сотрудник получил в предыдущем периоде отрицательную обратную связь, а в этом — положительную, то он имеет растущую динамику по данному показателю и на его заработной плате это отразится [3].

В региональной франчайзинговой компании Эльдорадо сотрудник, прошедший все перечисленные этапы, является лицом компании, которое мотивировано на выдачу растущей статистики, знает, что должно получиться в результате, может проанализировать ситуацию (сравнить текущую ситуацию с ожидаемым результатом) и выявить отклонения, выдать ряд действий, на основании имеющихся регламентов и стандартов, которые необходимо совершить, чтобы исправить отклонения. Данный сотрудник имеет понимание, что он является важным звеном, так как выполняет глобальную задачу, его руководитель его слышит, а так же данный сотрудник имеет понимание, как повлиять на систему оплаты труда, чтобы его заработка плата могла расти. Региональная франчайзинговая сеть магазинов Эльдорадо начала внедрять перечисленные принципы работы с персоналом год назад. По проведенному опросу линейных сотрудников, 70 % из них заявляют о том, что им нравится работа в компании, и они хотят в ней работать и развиваться; они знают, как формируется их заработка плата и могут влиять на ее увеличение. Такое же количество сотрудников видят, что руководители слышат их и чувствуют ответственность за то, что являются официальными представителями компании. Данные сотрудники с удовольствием ходят на работу. В компании Эльдорадо уверены, что если из таких сотрудников состоит коллектив в розничной торговле, то внутри коллектива персонал чувствует себя счастливым. Когда внутри коллектива есть ощущение счастья, тогда сотрудники могут делать покупателей счастливыми — это самая важная задача розницы. В этом и заключается особенность в управлении персоналом в розничной торговле. Основная задача управления персоналом в рознице — сделать персонал счастливым, чтобы персонал

сделал покупателя счастливым. Получается, что на сегодняшний день в компании Эльдорадо 70 % линейных сотрудников являются счастливыми, а это значит, что 70 % покупателей компании являются счастливыми. Компания ведет дальнейшую работу над тем, чтобы сделать всех своих покупателей счастливыми. ■

1. Волков А.В. Особенности управления персоналом в розничной торговле / Волков А.В. [Электронный ресурс] // Все о ритейле: Интернет-портал — URL: <http://imspm.spb.ru/articles/271582.php> (дата обращения: 17.11.2015)

2. Гаран А. Эффективное управление персоналом в розничной торговле / Гаран А. [Электронный ресурс] // Деловой мир: Интернет-портал — URL: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=12848> (дата обращения: 25.11.2015)

3. Милованов Р. Специальная оценка условий труда / Милованов Р. [Электронный ресурс] // HR-Life.ru: Интернет-портал- URL: <http://www.hr-life.ru/hrm/main> (дата обращения: 25.11.2015)

4. Предприятия розничной торговли и менеджмент персонала [Электронный ресурс] // Торговля: планирование и организация: Интернет-портал- URL: <http://www.weblobby.ru/rozn11/> (дата обращения: 30.11.2015)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Волков А. В. Особенности управления персоналом в розничной торговле / Волков А. В. [Электронный ресурс] // Все о ритейле: Интернет-портал — URL: <http://imspm.spb.ru/articles/271582.php> (дата обращения: 17.11.2015)

Гаран А. Эффективное управление персоналом в розничной торговле / Гаран А. [Электронный ресурс] // Деловой мир: Интернет-портал — URL: <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=12848> (дата обращения: 25.11.2015)

Милованов Р. Специальная оценка условий труда / Милованов Р. [Электронный ресурс] // HR-Life.ru: Интернет-портал- URL: <http://www.hr-life.ru/hrm/main> (дата обращения: 25.11.2015)

Предприятия розничной торговли и менеджмент персонала [Электронный ресурс] // Торговля: планирование и организация: Интернет-портал- URL: <http://www.weblobby.ru/rozn11/> (дата обращения: 30.11.2015)

Human resource management in retail features or how to make customer happy

© Baranovskaya S., 2016

A retail company should be focused on the final customer. The result that a retail company is interested in is a final customer wishing to come back to the company one more time and take his friends with. Will a company get this result depends on the sales staff. Customer communicates with the sales staff and his decision to come back to this

company or not depends on the staff. Sales staff will make customer happy as soon as human resource management make the sales staff happy.

Keywords: happy customer, happy employee, retail, employee reception, introductory training, adaptation, systematic training, assessment, motivation, corporate culture.

УДК 005.32

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК КЛЮЧЕВАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

© Бобкова Н. Г., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматриваются представления об эмоциональном интеллекте, который становится все более важным в условиях экономики знаний. Современный менеджер должен быть лидером, который способен идентифицировать и эффективно управлять не только своими собственными эмоциями, но и эмоциями других людей, потому что эмоциональный интеллект оказывает положительное влияние на эффективность управления. Кроме того, в статье изложены основные подходы к пониманию эмоций. Проанализирован ряд важнейших теорий эмоций.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, эмоциональный менеджмент, теории эмоций.

В условиях экономики знаний меняются требования, предъявляемые к современному менеджеру. Одним из таких требований становится эмоциональное лидерство, под которым понимается искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. В противоположность рациональному управлению, эмоциональное руководство строится на использовании энергии эмоций для достижения целей компании.

Эмоции, как эволюционно более ранний механизм регуляции поведения, чем разум, оказывают существенное воздействие на поведение и здоровье человека. Они оказывают влияние на умение решать конфликты, справляться со стрессом, работоспособность, настроение и т. д. От умения управлять своим эмоциональным состоянием зависит и собственная мотивация, и эффективность профессиональной деятельности, и эффективность организации в целом. Именно поэтому в последнее время термин «эмоциональный интеллект» пользуется все большей популярностью.

Анализ научной литературы по теме исследования показал, что основа для исследования эмоционального интеллекта была заложена в 1988 году, когда физиолог Рувен Бар-ОН в своей докторской диссертации использовал понятие «коэффициент эмоциональности» [1]. Двумя годами позже Джон Майер и Питер Сэловей ввели в научный обиход термин «эмоциональный интеллект», опубликовав статью с одноименным названием [2]. Также следует отметить работы Даниэла Гоулмана [3, 4 и др.], который не только описал историю развития теорий эмоционального интеллекта, проанализировал современные представления о данном феномене, но и предложил свою собственную модель.

Несмотря на то, что в настоящее время существует большое количество определений эмоционального

интеллекта, все они могут быть сведены к способности воспринимать и эффективно использовать иррациональные сигналы внешней среды. Это способность осознавать как собственные, так и чужие эмоции, умение управлять ими, строить эффективные отношения с людьми.

Принято выделять четыре компоненты эмоционального интеллекта: самосознание, самоконтроль, социальная чуткость и управление отношениями. Если первые две компоненты направлены на работу с собственными эмоциями, то последние две компоненты критичны при взаимодействии с другими людьми. Так, например, одна из форм социальной чуткости — эмпатия — необходима для успешной деятельности компании, особенно в межкультурной среде.

Для менеджера важно не только сохранять эмоциональное спокойствие в непростых ситуациях, но и уметь использовать эмоции подчиненных для достижения целей компании. Не зря существуют такие понятия, как «эмоциональное заражение» или «эмоциональный подъем».

На эмоциональный интеллект оказывают влияние следующие факторы: темперамент, характер, воспитание, наличие аффективных нарушений, социальное окружение и др.

Эмоциональный интеллект состоит из следующих ментальных способностей: понимание эмоций, их осознанная регуляция, ассоциация в мышлении, различие и выражение эмоций. Чтобы эффективно управлять эмоциями, современному менеджеру необходимо иметь представление о существующих точках зрения на проблему эмоций. Наиболее пристально данная проблема изучается в рамках психологического знания, хотя и не ограничивается только им. Вопросами эмоций занимаются и философы, и физиологи, и социологи.

В настоящее время исследователи выделяют 16 направлений в понимании эмоций, насчитывают более 20 теорий и 100 различных определений эмоций, а также отмечают, что, начиная с 1960-х годов, число книг и статей, издаваемых ежегодно на тему эмоций, удваивается каждое десятилетие [5; 6].

Этимологически термин «эмоция» происходит от латинского *emoveo* — потрясаю, волную. В словаре «Психология» эмоции трактуются как «психическое отражение в форме непосредственного пристрастного переживания жизненного смысла явлений и ситуаций, обусловленного отношением их объективных свойств к потребностям субъекта» [7, с. 461].

Существует множество различных точек зрения на проблему эмоций, находящих свое отражение в соответствующих теориях.

Ряд исследователей (К. Стампф, В. Вундт, Л. М. Веккер и др.) рассматривают эмоции как феномен, как непосредственное отношение к явлениям, которое принципиально отличается от интеллектуального оценивания. Теории в рамках данного подхода можно назвать феноменологическими, так как они указывают на принципиальное отличие эмоций, в первую очередь, на феноменологическом уровне. Например, Л. М. Веккер отмечает, что эмоции, в отличие от мышления, не опосредованы, т. е. не включают в себя символически-речевые операнды и реальные операции [8, с. 367-448].

Другие исследователи (Эмде, Хэрмон, Генсбауэр, Ч. Дарвин, П. К. Анохин, Я. Рейковский и др.) к проблеме эмоций подходят с биологической (эволюционной) точки зрения, рассматривая их как врожденные реакции на определенные стимулы. Тем самым исследователи подчеркивают первичность эмоций по отношению к когнитивному процессу. Например, в биологической теории П. К. Анохина под эмоцией понимается интеграция и согласование всех функций организма с целью достижения биологически полезных результатов и удовлетворения потребностей [9, с. 172-177].

В рамках бихевиоризма (Д. Уотсон, Б. Ф. Скиннер, Д. Роттер, А. Бандура) под эмоциями понимается специфический вид реакции (реакция внутренних органов). Согласно Д. Уотсону эта реакция может проявляться в форме страха, гнева или любви. Похожая точка зрения на эмоции была и у Бехтерева. Он рассматривал их как мимико-соматический тонус и мимико-соматические рефлексы [10, с. 24-25].

Ряд психологов (Мейер, Дж. Мандлер, Даффи и др.) вообще предлагают отказаться от использования термина «эмоция» или заменить его на более осозаемые термины, такие как «активация» или «возбуждение» [11; 12]. Также высказывается предположения, что невозможно

дать эмоциям точное научное определение [13, с. 51-52].

В рамках психофизиологического подхода (У. Джемс, С. Томпkins, К. Ланге, К. Изард, Т. А. Доброхотова, Н. Н. Брагина, М. М. Хананашвили и др.) механизм эмоций интерпретируется с позиций физиологических процессов. Эмоция, переживаемая человеком, вызывает физиологические изменения в его организме, поэтому эмоцию можно определить как активное состояние системы специализированных мозговых структур, которое побуждает изменить поведение в направлении минимизации или максимизации этого состояния [14; 15; 16].

Еще одним подходом к проблеме эмоций стал измерительный подход (В. Вундт, Г. Спенсер, Д. Линдсли, Е. Даффи и др.). Одним из первых исследователей, считавших эмоции частью сознания, которая может быть измерена, стал Г. Спенсер. Для оценки эмоций Вундт предложил использовать следующие измерения: удовольствие-неудовольствие, расслабление-напряжение и спокойствие-возбуждение. Позже эти критерии были использованы в исследованиях, проводимых Вудвортом и Шлосбергом [17, с. 46-49].

С позиций психодинамического подхода (Р. Холт, Д. Рапапорт, З. Фрейд, Г. Клейн) аффекты рассматривались как мотивационные переменные. Однако взгляды ученых на зависимость между мотивацией, поведением и эмоциями неоднозначны. Так, одни авторы считают эмоции и мотивы двумя взаимосвязанными процессами. Другие полагают, что эмоции принимают активное участие в деятельности субъекта, но при этом не отождествлены с мотивацией [18, с. 41-46]. Изучение эмоций досады, злости, гнева, ярости и страха привело к появлению фрустрационных теорий.

В когнитивном подходе исследователи мышление и сознание рассматривали в качестве первопричины или компонента эмоции. Можно выделить два больших класса теорий: теории «Я» (А. Комбс, К. Роджерс) и теории, которые рассматривают познание как причину и компонент эмоции (С. Шехтер, М. Арнольд). В теориях «Я» чем больше познание связано с образом «Я», тем в большей степени задействованы эмоции. Для второй группы теорий характерно рассмотрение человека как рационального существа. В социально-когнитивном подходе (Р. Плутчик) эмоции рассматриваются как средства адаптации, которые необходимы для выживания живых организмов. Когнитивно-аффективный подход (С. Томпkins, М. Сингер) предполагает, что эмоцию интереса порождает новизна окружающей среды [19, с. 41-59]. Теорию Л. Фестингера [20] также можно отнести к когнитивным теориям (эмоции рассматриваются как результат когнитивного диссонанса), также как и теорию Дж. Келли [21] (эмоции считаются особыми переходными

состояниями системы личностных конструктов), также как и информационную теорию П. В. Симонова (эмоции как оценка вероятности удовлетворения актуальной потребности человека) [22].

Если в биологических теориях игнорируется влияние культуры на эмоциональные переживания индивидуума, то в рамках социально-культурного подхода (Дж. Аверилл, К. Оутли и др.) эмоции рассматриваются как переходящие социальные роли. Общество определяет нормативы для регулирования эмоций. Так, например, на свадьбе следует быть счастливым, проявлять эмоции радости, а на похоронах — грустным, выражая скорбь и соболезнования [23, с. 85-87].

При перечислении различных подходов к решению проблемы эмоций невозможно не отметить вклад отечественных психологов, которые под эмоциями понимают особую форму отношения к явлениям и предметам действительности, подчеркивая аспект отношения (П. М. Якобсон, В. Н. Мясищев), переживания (С. Л. Рубинштейн, Г. Ш. Шингаров) и отражения (В. К. Вилюнас, Я. М. Веккер, Г. А. Фортунатов). Так, в рамках деятельностного подхода эмоции рассматриваются мотивирующие факторы деятельности, в рамках культурно-исторического подхода — как высшие психические функции [24; 25; 26; 27].

Современные теории, объединенные функционалистским подходом, основаны на идее о том, что основной функцией эмоций является побуждение к действию, направленному на достижение личных целей (Барретт и Кампос, Изард и др.). В рамках данного подхода психологи исследуют характеристики и функции эмоций, которые рассматриваются как центральный аспект всей человеческой активности: когнитивных процессов, социального поведения и даже физического здоровья. Они играют важную роль в появлении самосознания. Кроме этого, этот подход указывает на то, что для успешной адаптации к физическому и социальному миру и для успешной трудовой деятельности человек должен установить контроль над своими эмоциями и научиться культурно обусловленным правилам их выражения [28, с. 92-94].

Таким образом, проведенный анализ выявил множество различных точек зрения на проблему эмоций. В рамках феноменологического подхода эмоции рассматриваются как специфический феномен, отличный от интеллектуального оценивания. С эволюционной точки зрения эмоции — это врожденные реакции на определенные стимулы. В бихевиоризме эмоциям отводится второстепенная роль, они рассматриваются как заученные ассоциации и условные рефлексы. В рамках психофизиологического подхода исследователи пытались определить характер

процесса активации, который соответствует различным типам эмоций. С появлением измерительного подхода эмоции стали рассматриваться как измеримая часть сознания. Существенный вклад в решение проблемы эмоций внесли исследователи в рамках психодинамического подхода, заложившего фундамент для изучения взаимосвязи между эмоциями, мотивацией и поведением. Комбинация когнитивной оценки с определенным уровнем возбуждения стала отличительным признаком когнитивных теорий эмоций. Кроме того, необходимо отметить вклад отечественных ученых, которые, работая в рамках деятельностного подхода, отмечали мотивирующую, контролирующую и регулирующую функции эмоций.

Подводя итоги, хочется отметить, что для успешной деятельности современному менеджеру необходимо понимать и эффективно управлять, как собственными, так и чужими эмоциями. Несмотря на то, что проблема эмоций имеет давнюю историю в области философии, и что было проведено огромное количество исследований, среди ученых никогда не было единого мнения относительно природы эмоций, их динамики, классификации и т. д.

Существует многообразие подходов с различными крайними позициями: от предложения полностью исключить термин «эмоции», заменив различные эмоциональные состояния термином «активация», до теорий, в которых из ограниченного количества основных эмоций могут выводиться практическое неограниченное количество их возможных комбинаций. ■

1. Bar-On R. (1988). The development of a concept of psychological well-being. Unpublished doctoral dissertation, Rhodes University, South Africa.

2. Salovey P. & Mayer J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185-211.

3. Goleman D. (2000). Emotional intelligence: Issues in paradigm building. In D. Goleman, & C. Cherniss (eds.), *The Emotionally Intelligent Workplace: How to Select for, Measure, and Improve Emotional Intelligence in Individuals, Groups, and Organizations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

4. Goleman D. (2000b). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, March-April.

5. Вилюнас В. К. Основные проблемы психологической теории эмоций / В. К. Вилюнас // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. — с. 3-28.

6. Орехова О. А. Цветовая диагностика эмоций ребенка. — СПб.: «Речь», 2006. — 112 с. — (Практикум по психодиагностике).

7. Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Политиздат, 1990. — 494 с.

8. Веккер Л. М. Психика и реальность: Единая теория

психических процессов / Л. М. Веккер. – М., 1998. – 685 с.

9. Анохин П. К. Эмоции / П. К. Анохин // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – с. 172-177. Там же.

10. Там же.

11. Изард К. А. Психология эмоций / К. А. Изард; Пер. с англ. – Спб: Издательство «Питер», 2000. – 464 с.: ил. (Серия «Мастера психологии»).

12. Левченко Е. В. Когнитивные стратегии описания сущности эмоций / Е. В. Левченко, А. Ю. Бергфельд // Ананьевские чтения-99: Тезисы научно-практической конференции. - СПб., 1999. – с. 51-52.

13. Фестингер Л. Введение в теорию диссонанса // Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. – СПб.: Ювента, 1999. – с. 15-52.

14. Изард К. А. Психология эмоций / К. А. Изард; Пер. с англ. – Спб: Издательство «Питер», 2000. – 464 с.: ил. (Серия «Мастера психологии»).

15. Лафренье П. Эмоциональное развитие детей и подростков / П. Лафренье. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК 2004. – 256 с. (Проект «Психологическая энциклопедия»).

16. Изард К. А. Психология эмоций / К. А. Изард; Пер. с англ. – Спб: Издательство «Питер», 2000. – 464 с.: ил. (Серия «Мастера психологии»).

17. Там же.

18. Там же.

19. Фестингер Л. Введение в теорию диссонанса // Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. – СПб.: Ювента, 1999. – с. 15-52.

20. Келли Дж. А. Теория личности: Психология личностных конструктов / Дж. А. Келли; пер. с англ. – СПб: Речь, 2000. – 249 с.

21. Симонов П. В. Информационная теория эмоций / П. В. Симонов // Хрестоматия по психологии: Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов / Сост. В. В. Мироненко; Под ред. А. В. Петровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Просвещение, 1987. – с. 232-238.

22. Лафренье П. Эмоциональное развитие детей и подростков / П. Лафренье. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК 2004. – 256 с. (Проект «Психологическая энциклопедия»).

23. Вилюнас В. К. Основные проблемы психологической теории эмоций / В. К. Вилюнас // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – с. 3-28.

24. Выготский Л. С. Психология развития человека / Л. С. Выготский. – М.: Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2006. – 1136 с., ил. – (Библиотека всемирной психологии).

25. Выготский Л. С. Учение об эмоциях / Л. С. Выготский // Собр. соч., т.6. – М., 1984. – с. 160-284.

26. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев. – М.: МГУ, 1971. – 38с.

27. Лафренье П. Эмоциональное развитие детей и подростков / П. Лафренье. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК 2004. – 256 с. (Проект «Психологическая энциклопедия»).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Анохин П. К. Эмоции / П. К. Анохин // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – с. 172-177.

Веккер Л.М. Психика и реальность: Единая теория психических процессов / Л. М. Веккер. – М.,

1998. – 685 с.

Вилюнас В. К. Основные проблемы психологической теории эмоций / В. К. Вилюнас // Психология эмоций. Тексты / Под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – с. 3-28.

Выготский Л. С. Психология развития человека / Л. С. Выготский. – М.: Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2006. – 1136 с., ил. – (Библиотека всемирной психологии).

Выготский Л. С. Учение об эмоциях / Л. С. Выготский // Собр. соч., т.6. – М., 1984. – с. 160-284.

Изард К. А. Психология эмоций / К. А. Изард; Пер. с англ. – Спб: Издательство «Питер», 2000. – 464 с.: ил. (Серия «Мастера психологии»).

Келли Дж. А. Теория личности: Психология личностных конструктов / Дж. А. Келли; пер. с англ. – СПб: Речь, 2000. – 249 с.

Лафренье П. Эмоциональное развитие детей и подростков / П. Лафренье. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК 2004. – 256 с. (Проект «Психологическая энциклопедия»).

Левченко Е. В. Когнитивные стратегии описания сущности эмоций / Е. В. Левченко, А. Ю. Бергфельд // Ананьевские чтения-99: Тезисы научно-практической конференции. - СПб., 1999. – с. 51-52.

Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев. – М.: МГУ, 1971. – 38с.

Орехова О. А. Цветовая диагностика эмоций ребенка. – СПб.: «Речь», 2006. – 112 с. – (Практикум по психодиагностике).

Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.

Симонов П. В. Информационная теория эмоций / П. В. Симонов // Хрестоматия по психологии: Учеб. Пособие для студентов пед. ин-тов / Сост. В. В. Мироненко; Под ред. А. В. Петровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Просвещение, 1987. – с. 232-238.

Фестингер Л. Введение в теорию диссонанса // Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. – СПб.: Ювента, 1999. – с. 15-52.

Bar-On R. (1988). The development of a concept of psychological well-being. Unpublished doctoral dissertation, Rhodes University, South Africa.

Goleman D. (2000). Emotional intelligence: Issues in paradigm building. In D. Goleman, & C. Cherniss (eds.), *The Emotionally Intelligent Workplace: How to Select for, Measure, and Improve Emotional Intelligence in Individuals, Groups, and Organizations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Goleman D. (2000b). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, March-April.

Salovey P. & Mayer J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185-211.

Emotional Intelligence as a Core Competence of a Modern Manager

© Bobkova N., 2016

The aim of the article is to present the insights of emotional intelligence that is becoming much more important in a knowledge-based economy. A modern manager must be

a leader who is able to identify and effectively manage not only his / her own emotions, but also the emotions of other people, because emotional intelligence positively influences managerial effectiveness. Furthermore, in the article the basic approaches to explaining emotions have been outlined. A number of important theories of emotion have been reviewed.

Keywords: emotional intelligence, emotional management, theories of emotion.

УДК 338.26

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ

© Гласова Е. С., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье рассматривается история государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения в России и зарубежных странах, проблемы и перспективы развития ГЧП данной сферы в будущем.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, здравоохранение, медицина, Россия.

В современной России социальная сфера, в том числе здравоохранение, испытывает нехватку финансирования со стороны государства. Одним из решений данной проблемы является привлечения частного капитала — государственно-частное партнерство. Во многих экономически развитых странах давно действуют проекты в области медицины на основе ГЧП, однако в России данный метод стал применяться относительно недавно — около 20 лет назад.

Если говорить об историческом опыте внедрения ГЧП в других странах, то одним из безусловных лидеров сферы здравоохранения является Великобритания. Только за период с 1990 по 2002 годы в Соединенном Королевстве с помощью частного бизнеса было построено 100 больниц [1]. Одним из самых известных примеров взаимодействия государства и бизнеса в области медицины является центр для больных онкологией «Christie Clinic», расположенный в Манчестере. Компания «HCA International» инвестировала в проект более 14 миллионов фунтов стерлингов, в результате чего было построено новое здание с современным оборудованием, а доход клиники от обслуживания клиентов за год возрос на 14 % [2].

Стоит также упомянуть Швецию, в которой государственно-частное партнерство реализуется с 1991 года. С момента осуществления первого проекта в здравоохранении стоимость медицинского обслуживания сократилась почти в 2 раза [3]. Одним из самых ярких примеров инвестиций частного бизнеса является Каролинский университетский госпиталь, планируемая территория которого составит 330

тысяч квадратных метров. Согласно договору с правительством Стокгольма, компания «Swedish Hospital Partners» построит и будет обслуживать госпиталь до 2040 года. Строительство проекта оценивается в 2,2 миллиарда долларов [4].

В России государственно-частное партнерство является только развивающейся сферой, однако в некоторых регионах уже есть примеры успешного внедрения проектов в области медицины. Например, Санкт-Петербург стал основоположником привлечения частного бизнеса в здравоохранение, и на его опыт уже опираются другие регионы. В городе работают 12 центров общей врачебной практики «Полис. Участковые врачи», созданные на основе принципов ГЧП; построена Детская клиническая больница; готовятся к реализации такие проекты как строительство поликлиники «Славянка», лечебно-реабилитационный центр, перинатальный центр на базе роддома № 17 [5].

В Иркутской области также реализуется несколько проектов на основе государственно-частного партнерства. Благодаря договору между правительством Иркутской области, страховой группой «СОГАЗ» и компанией «Б.Браун Авитум Руссланд» было открыто 3 диализных центра [6]. Также с 2010 года осуществляет медицинские услуги передвижной консультационно-диагностический центр «Академик Федор Углов»; более 6 лет на принципах саморегулирования работает «Национальная стоматологическая организация» [7].

Однако развитие государственно-частного партнерства в России в сфере здравоохранения сдерживает ряд факторов. Во-первых, неразвитая

законодательная база. Данная проблема касается не только медицины, но и всех сфер ГЧП в целом. Только с 1 января 2016 года вступил в силу закон о государственно-частном партнерстве, направленный на регулирование данной сферы и защиту прав публичных и частных партнеров [8]. До введения данного закона взаимодействие между бизнесом и государством регулировало правительство регионов, что значительно замедляло процесс.

Другой проблемой является недостаточная мотивация инвесторов. Бизнесмены опасаются высоких рисков, а с окупаемостью больших проектов могут возникнуть проблемы. Инвесторам необходимы гарантии. Рискует в свою очередь и государство, привлекая публичные организации. Без строгого контроля есть вероятность потерять как инвестора, так и ожидаемые финансовые вложения.

Также в данной отрасли наблюдается нехватка квалифицированных кадров. Для управления взаимоотношениями между инвестором и государственной организацией необходимы профессионалы своего дела — менеджеры, а в медицинских учреждениях управляющими зачастую являются врачи без экономического образования, для которых управление бизнес-процессами становится серьезной проблемой.

Тем не менее, несмотря на ряд сдерживающих факторов, перспективы развития государственно-частного партнерства в сфере медицины в России есть. Согласно отчету руководителя группы «Экобезопасность» Романа Константина, рост коммерческой медицины составляет 30-35% в год [9].

4 февраля 2015 года Министерство здравоохранения Российской Федерации утвердило приказ «Об утверждении комплекса мер, направленных на развитие государственно-частного партнерства в здравоохранении на 2015-2016 годы» [10]. Наибольшее внимание в данном акте уделяется совершенствованию законодательной базы взаимоотношений между бизнесом и государством. Также планируется контролировать ГЧП в каждом отдельном регионе и по итогам года составлять рейтинг российских субъектов по развитию здравоохранения на основе инвестиций бизнеса. Государство понимает значимость финансовых вложений в социальной сфере и планирует сделать все возможное для совершенствования государственно-частного партнерства в нашей стране. ■

1. Анализ ГЧП в системе здравоохранения Великобритании [Электронный ресурс] // Концессии и инфраструктурные инвестиции: Экспертный журнал – URL: <http://www.investinfra.ru/mirovoy-oypt/35-analiz-gchp-v-sisteme-zdravooohraneniya-velikobritanii.html> (дата обращения: 17.03.2016).

2. Государственно-частное партнерство в Великобритании [Электронный ресурс] // Частная медицина: Интернет-портал - URL: <http://www.anoufriev.ru/index.php?id=1050> (дата обращения: 17.03.2016).

3. Медицина на боксире ГЧП [Электронный ресурс] // Политическая Россия: Общественно-политический интернет-журнал - URL: <http://politrussia.com/society/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-745/> (дата обращения: 18.03.2016).

4. Крупнейший госпиталь будет построен в рамках ГЧП [Электронный ресурс] // Концессии и инфраструктурные инвестиции: Экспертный журнал – URL: <http://www.investinfra.ru/mirovoy-oypt/9-shvedskij-gchp-novaya-karolinska-v-solne.html> (дата обращения: 18.03.2016).

5. В петербургском бюджете нашлись деньги на строительство детских клиник в 2015 году [Электронный ресурс] // Доктор Питер: Интернет-портал - URL: <http://doctorpiter.ru/articles/10291/> (дата обращения: 19.03.2016).

6. Центр амбулаторного гемодиализа открылся в Иркутске [Электронный ресурс] // Irk.ru: Интернет-портал - URL: <http://www.irk.ru/news/20121206/hemodialysis/> (дата обращения: 19.03.2016).

7. В крупных городах Приангарья частная медицина успешно теснит государственную [Электронный ресурс] // Государственно-частное партнерство в России: Интернет-портал - URL: <http://www.pppinrussia.ru/main/novosti/news/closeup/4272> (дата обращения: 19.03.2016).

8. Федеральный закон Российской Федерации от 13 июля 2015 г. N 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Российская газета: электронная газета - URL: <http://rg.ru/2015/07/17/g4pdok.html> (дата обращения: 19.03.2016).

9. ГЧП в здравоохранении: потенциал сохраняется [Электронный ресурс] // Саморегулируемая организация «Ассоциация частных клиник Санкт-Петербурга»: Интернет-портал - URL: <http://acsspb.ru/index.php/2010-03-16-09-18-34/2161-gchp-v-zdravookhraneni-potentsial-sokhranyaetsya> (дата обращения: 19.03.2016).

10. Кругликова М. Минздрав утвердил комплекс мер по развитию государственно-частного партнерства [Электронный ресурс] // Vademecum: деловой журнал об индустрии здравоохранения - URL: <http://vademec.ru/news/detail50987.html> (дата обращения: 19.03.2016).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Анализ ГЧП в системе здравоохранения Великобритании [Электронный ресурс] // Концессии и инфраструктурные инвестиции: Экспертный журнал – URL: <http://www.investinfra.ru/mirovoy-oypt/35-analiz-gchp-v-sisteme-zdravooohraneniya-velikobritanii.html> (дата обращения: 17.03.2016).

В крупных городах Приангарья частная медицина успешно теснит государственную [Электронный ресурс] // Государственно-частное партнерство в России: Интернет-портал - URL:

<http://www.pppinrussia.ru/main/novosti/news/closeup/4272> (дата обращения: 19.03.2016).

В петербургском бюджете нашлись деньги на строительство детских клиник в 2015 году [Электронный ресурс] // Доктор Питер: Интернет-портал - URL: <http://doctorpiter.ru/articles/10291/> (дата обращения: 19.03.2016).

Государственно-частное партнерство в Великобритании [Электронный ресурс] // Частная медицина: Интернет-портал - URL: <http://www.anoufriev.ru/index.php?id=1050> (дата обращения: 17.03.2016).

ГЧП в здравоохранении: потенциал сохраняется [Электронный ресурс] // Саморегулируемая организация «Ассоциация частных клиник Санкт-Петербурга»: Интернет-портал - URL: <http://acsrb.ru/index.php/2010-03-16-09-18-34/2161-gchp-v-zdravookhranenii-potentsial-sokhranyaetsya> (дата обращения: 19.03.2016).

Кругликова М. Минздрав утвердил комплекс мер по развитию государственно-частного партнерства [Электронный ресурс] // Vademeum: деловой журнал об индустрии здравоохранения - URL: <http://vademec.ru/news/detail50987.html> (дата обращения: 19.03.2016).

Крупнейший госпиталь будет построен в рамках ГЧП [Электронный ресурс] // Концессии и инфраструктурные инвестиции: Экспертный журнал – URL: <http://www.investinfra.ru/mirovoy-opyt/9-shvedskij-gchp-novaya-karolinska-v-solne.html> (дата обращения: 18.03.2016).

Медицина на буксире ГЧП [Электронный ресурс] // Политическая Россия: Общественно-политический интернет-журнал - URL: <http://politrussia.com/society/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-745/> (дата обращения: 18.03.2016).

Федеральный закон Российской Федерации от 13 июля 2015 г. N 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Российская газета: электронная газета - URL: <http://rg.ru/2015/07/17/g4p-dok.html> (дата обращения: 19.03.2016).

Центр амбулаторного гемодиализа открылся в Иркутске [Электронный ресурс] // Irk.ru: Интернет-портал - URL: <http://www.irk.ru/news/20121206/hemodialysis/> (дата обращения: 19.03.2016).

Possibilities and problems of State & Private Sector Partnership's development in health in Russia

© Glasova E., 2016

The article is on history, advantages, disadvantages and possibilities of State & Private Sector Partnership in health in Russia.

Keywords: state & private sector partnership, health, medicine, Russia.

УДК 81'373.45

ПРОЦЕССЫ АНГЛИЗАЦИИ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ЯЗЫКА ИНТЕРНЕТА

© Горбунова И. В., 2016

Московский государственный лингвистический университет Евразийский лингвистический институт, г. Иркутск

В статье рассматривается процесс появления английских лексических новообразований, возникших в сфере компьютерных технологий начала XXI века, их заимствование и дальнейшее функционирование в русско- и франкоязычном сегментах сети Интернет. Анализируются некоторые факторы, побуждающие субъект использовать англизмы при общении в сети Интернет.

Ключевые слова: английское заимствование, неологизм, язык Интернета.

Одним из дискуссионных вопросов последствия информационной революции является то, что получить не только информацию и услуги в сети Интернет, но и доступ к коммуникации зачастую можно только на одном из доминирующих в мире языков — английском. Целью данной статьи является рассмотрение процесса заимствования англоязычных новообразований в эпоху становления и развития языка Интернета на примере русско-, англо-, и франкоязычного сегментов сети Интернет, а также предварительный

анализ общественной реакции, вызванной данным процессом.

По мнению ЮНЕСКО, преобладание английского языка — это политическая и идеологическая проблема, «империализм» английского языка происходит из американского империализма [1]. Постоянно увеличивающийся вес Интернета, посредника в передаче знаний, провоцирует распространение и американской культуры. Жан Моне, вероятно, не ошибался, когда утверждал: «Если я и должен был бы переделать Европу, я бы начал с культуры» [2]. Американские

Интернет-технологи давно поняли, что культурное господство приводит к господству экономическому и политическому. В существующем контексте, в контексте вездесущности американской культуры, французы, например, стараются вновь обнаружить свою этническую уникальность. Так, во французском обществе, по наблюдениям Ж. Мерме, имеет место развитие контр-культур, которые демонстрируют отказ от существующих языковых практик и назначением которых является обеспечение самодостаточности своим приверженцам через некую включенность в группу, в племя, в клан или даже в секту и банду [2]. Французская молодежная субкультура пытается уничтожить коды, используемые предыдущими поколениями, и изобрести новые, проявление чего можно отметить в развитии моды, музыки, жестикуляции и лингвистики. Очевидным становится изобретательное искажение французского языка (арго, верлен, тексто), в процессе которого французские слова и выражения обновляются, находят свое узальное применение, переходят в разряд общеупотребительной лексики и, в конечном счете, перекодифицируются в современных словарях.

Интернет, выступая стимулирующим фактором демократизации языков и обладая такими преимуществами, как: техническое равноправие пользователей, неофициальный и массовый характер коммуникации, интенсифицирует активные процессы в развитии современных литературных языков, а становление языка Интернета, насыщенного англизмами, влияет на языковую ситуацию в мире. Очевидно, поэтому во Франции при Институте информатики и прикладной математики г. Гренобля под эгидой ООН создана комплексная группа, состоящая из специалистов информационных технологий и лингвистов, известная как GETA. Она занимается созданием Всемирного языка сетевого общения (UNL) — цифрового метаязыка — для кодировки запоминающих устройств, исследований и передачи многоязычной информации, независимо от языка источника. Однако наряду с этим, считая язык фундаментальным элементом культурного национального достояния, французы культивируют острую необходимость защиты своего языка. Так, например, французские власти, традиционно уделяя огромное внимание чистоте языка, в 2010 году объявили конкурс «Francmot», в рамках которого граждане страны должны были придумать аналоги заимствованным из английского языка словам:

France Info (06.02.2010):

Internet: dernières heures pour le concours contre les anglicismes

Vous n'avez plus que jusqu'à demain soir pour participer à un concours lancé par le gouvernement pour trouver des équivalents français pour les anglicismes liés aux nouvelles technologies comme

«chat», «talk», «tuning», «buzz» et «newsletter» [3].

По данным журнала «Le Point», жюри, состоящее из авторитетных ученых, выбрали для этих слов варианты замены: вместо *chat* (чат, быстрый обмен короткими сообщениями при помощи особого Интернет-сервиса) французам предлагается использовать *eblabla* или *tchatche*; *buzz* (шумиха в Интернет-ресурсах) можно заменить словом *ramdam* (примечательно, что это слово арабского происхождения, оно означает шум, который поднимается с концом поста в Рамадан и началом праздника разговенья); наконец, электронную рассылку, привычно называемую по-английски *newsletter*, предложено переименовать в *infolettre*. По уточнению «Le Point», эти слова не обязательно будут теперь включены в официальные словари французского языка, однако, если правительственные органы, отвечающие за чистоту языка, одобрят их, то всем государственным службам будет предписано на рабочем месте пользоваться ими вместо привычных англизмов [4].

Опасения французского правительства вполне объяснимы, поскольку словарный состав любого языка отражает все многообразие жизни народа, то и процесс его расширения посредством заимствования иноязычной лексики особенно интенсивно протекает в периоды общественно-политических потрясений и социально-культурных перемен. Таковым стал XXI век для многих языков Европы, в том числе и для русского языка.

При рассмотрении заимствованной англоязычной лексики в русском языке немаловажным является вопрос о том, какова общественная оценка исследуемого явления, поскольку в разные периоды истории и в разных социальных слоях эта оценка была неодинаковой. Чаще в истории наблюдалось такое явление, как пуританство (от лат. *purus* — чистый) — сознательное противодействие проникновению иноязычных слов, стремление очистить язык от «иностраницы» [5]. Например, в рассуждениях о необходимости сохранения баланса традиций и инноваций для гармоничного развития языковой среды Л. В. Савельева отмечает, что перекос в сторону неумеренного лексического заимствования нарушает гармонию человека и языковой среды и мешает осуществлению важнейших языковых функций [6]. В своем анализе языкового влияния на культуру и роли англоязычных заимствований Л. В. Савельева фактически приходит к тем же заключениям, к которым пришли много лет назад Э. Сепир и Б. Уорф. Они считают, что не только изменения в культуре влияют на лексический состав языка, но и, наоборот, изменения в языке влияют на то, как люди в обществе воспринимают и осознают реальность, т.е. на культуру общества [7]. Разбирая конкретные примеры, исследователь видит опасную тенденцию, которая выражается в том, что «с каждым днем растет количество

непереведенных слов-иноzemцев, за которыми стоит основанное на невежестве полное равнодушие к родному языку и отсюда — нарастающее грубое вторжение в русскую этнокультурную картину мира чужеродной ментальности. Идет постепенная подмена ключевых слов культурно-исторического сознания нашего этноса...» [6].

Однако, с другой стороны, англоязычные лексические заимствования — это реальные языковые факты истории русского языка, и поэтому попытки избавиться от иноязычных слов часто были обречены на неудачу. Так же, как адмиралу А. С. Шишкову два века назад не удалось заменить слово *галоши* (от фр. *galoche*) придуманным им *мокроступы*, так и в феврале 2003 года члены российской Думы не провели новый закон о языке, который директивно запрещал бы употребление иностранных слов. Показательно, что «большинство членов в целом консервативной Думы проголосовали против запрета на иноязычные слова уже потому, что в самом проекте нового закона обнаружилось свыше полутораста заимствований, включая и такие значимые, как *конституция* и *президент*». Кроме этого, по словам В. П. Даниленко, в период нашествия варваризмов более оправданными представляются заимствования в области компьютерной техники, поскольку русские эквиваленты здесь, как правило, отсутствуют [8].

Действительно, количество новых номинативных единиц терминосистемы компьютерной лексики ежегодно возрастает. Каждый пользователь Интернета, так или иначе, испытывает на себе влияние потока инновационных материальных объектов. Новые технические реалии настолько быстро входят в жизнь и становятся обычным явлением, что не успевают кодифицироваться, а официальный терминологический аппарат не успевает за изменениями действительности. Поэтому многие авторы Интернет-сообщений прибегают к помощи английской компьютерной терминологической системы, и вполне естественно, что развитие сетевой коммуникации вызвало активные неологические процессы. В данной статье мы опираемся на понимание языка не как застывшей системы языковых единиц и правил их соединения, а как динамического образования, где в процессе мышления происходит формирование нужных для него (мышления) выражения языковых средств [9].

Отсюда возникает вопрос о статусе новых заимствованных слов, а именно: какие заимствования следует относить к неологизмам в языке-получателе, и являются ли они неологизмами в языке-источнике? Исходя из интерпретации неологизма как нового слова (устойчивого сочетания слов), нового либо по форме, либо по содержанию (и по форме, и по содержанию), В.И.

Заботкина выделяет в вокабуляре неологизмов:

1. собственно неологизмы (новизна формы сочетается с новизной содержания): *audiotyping* (аудиопечатание); *bio-computer* (компьютер, имитирующий нервную систему живых организмов); *thought-processor* (компьютер, логически выстраивающий и развивающий идеи);

2. трансноминации, сочетающие новизну формы слова со значением, уже передававшемся ранее другой формой: *sudser* (мыльная опера); *big C* (мед. рак);

3. семантические инновации, или переосмыслиния (новое значение обозначается формой, уже имевшейся в языке): *bread* (деньги); *drag* (скучища); *acid* (наркотик ЛСД); *gas* (нечто волнующее и очень приятное) [10].

В английском языке последних десятилетий преобладают единицы первой группы, что связано с возросшей потребностью общества дать названия новым реалиям, возникшим в связи с научно-техническим прогрессом. Так, стремительное развитие компьютерной техники вызвало к жизни, помимо указанных выше примеров, такие единицы, как *to telecommute (telework)* — работать на дому, используя электронную связь через компьютер с руководящим учреждением и клиентами, *telecommuting* — вид профессиональной деятельности, *telecommuter* — научный консультант, исследователь, программист или любой другой специалист, связывающийся по персональному компьютеру с учреждением. Следующее сообщение «бывшего» пользователя из англоязычного форума насыщено подобными неологизмами:

Jon: With that said, you can see how important it is to be very realistic when applying for a telecommute position. Think of your home-based job search as a «traditional» job search with companies that are telecommuter-friendly. But before doing any of that, you should determine whether or not the job you are trained and qualified for is appropriate for telecommuting. Check out job search sites that cater to telecommuters such as About.com, Gil Gordon's site and Dice.com. You might also be able to find a listing of Telecommute Friendly Companies at 2Work-At-Home.com. Hope this helps. Jon [11].

Трансноминации, появляющиеся в языке с целью дать новое, более эмоциональное имя предмету, уже имеющему нейтральное наименование, отражают тенденцию к употреблению более экспрессивных форм. Под семантическими инновациями понимаются новые значения уже существующих слов. При этом возможны следующие варианты: 1) исходные слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее; 2) в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных.

Среди семантических инноваций последних

десятилетий преобладают единицы второго типа. Яркие примеры данного явления находим в языке-источнике. Например, слово *spam* (в рус. *спам*) происходит от названия торговой марки мясных консервированных продуктов, которые назойливо рекламировались в США в 1930-40 гг. (*I can't eat this spam. It could be spoiled* [12]). В 1997 г. слово приобрело добавочное значение рекламного сообщения, пришедшего по электронной почте без согласия получателей (*You can filter out spam with special software* [13]), в английском интернет-дискурсе оно используется также для обозначения действия осуществления рассылки электронных рекламных сообщений потенциальным потребителям (*It is possible to spam a newsgroup with one well- (or ill-) planned message* [14]), в языке образует производные *spamming*, *spamblocking*, *spamdexing*. С приобретенным значением данная английская лексическая единица появляется в других языках (в частности, она зафиксирована в русском словаре БЭС 2006 г. и во французском Petit Robert 2010 г.) и становится частотной в интернет-дискурсе. Например, в сообщениях из русско- и франкоязычного форумов:

TAIFUN: *Методы борьбы со спам ботами.*

Наверное, у каждого Администратора интернет ресурса, стоял вопрос: «Как бороться со спамом?» В этой теме описаны элементарные способы, предотвращающие возникновение спама на вашем форуме + внизу список хаков и ссылки на хаки, которые помогут нам в борьбе со спамом. Хаки и инфа взята с этого же форума, просто собранная в одну тему [15].

heleneflo3 (24.07.2009): *Bonjour, help...*

Cela fait la troisième fois qu'un spam est envoyé à toute la liste de mes contacts à partir de ma boite mail, cela devient très gênant! Avez vous une idée de ce qui se passe et comment faire pour ne plus que cela se reproduise? Merci d'avance [16].

Приведем другой пример заимствования английской семантической инновации. Слово *баг* (от англ. *bug* — клоп, жук) в русском компьютерном жаргоне употребляется в значении выявленной ошибки в программе, требующей устранения [17]. Данный пример вызывает особый интерес с точки зрения его коннотативной функции. Несмотря на то, что в русском языке имеется соответствующий эквивалент данного слова (*клоп, жук; ошибка, неточность, сбой, погрешность*), русскоязычные пользователи сети Интернет предпочитают заимствованную лексему *баг*, например, в сообщении:

Flk: *Просьба не фиксить баг...* [11].

Вероятное объяснение подобного выбора находим в работе И. М. Кобозевой: «Коннотации специфичны для каждого языка. [...] Коннотации слов чужого языка носителю данного языка чаще всего неизвестны, и поэтому при желании снять отрицательные коннотации, имеющиеся у исконного слова своего языка, в него вводится

путем заимствования переводной эквивалент, лишенный этих коннотаций и приобретающий в заимствующем языке коннотации, связанные с представлениями о той стране, из языка которой взят синонимичный неологизм» [18]. Итак, активное использование слова *баг* русскоязычными пользователями коннотативно обусловлено, поскольку оно не отражает отрицательных коннотаций русского эквивалента и остается привлекательным в силу своего англоязычного происхождения.

Таким образом, применив типологию неологизмов В. И. Заботкиной в приложении к процессу заимствования англизмов, отмечаем присутствие в языке Интернета как собственно неологизмов и трансноминаций, так и английских семантических инноваций. Неологизмы английского происхождения в иноязычном интернет-дискурсе выполняют не только номинативную и дифференцирующую функции, образуя как возышенную и научную (терминологическую) лексику, так и разговорную, но и служат языковыми и речевыми проявлениями коннотации. Данное заключение перекликается с высказыванием В. Г. Гака о том, что любое новое слово имеет качество неологизма, т.е. временную коннотацию новизны, пока коллективное языковое сознание реагирует на него как на новое [19], в связи с чем заимствование английских новообразований является распространенным явлением, обоснованным своей функциональной спецификой в условиях современной действительности.

В этой связи, с одной стороны, в условиях интенсивного развития языковых контактов посредством сети Интернет, а с другой — в эпоху тенденций к импортозамещению, изучение иноязычной лексики, отражающее интерес к вопросам взаимопроникновения элементов разных языковых систем, представляет собой одну из важнейших проблем в кругу лингвистических исследований. Англизмы разнообразны и разнородны как по конкретным источникам, так и по функциональным сферам их употребления. Важным следствием процесса заимствования является то, что сейчас английский язык призван выполнять не просто роль иностранного языка, а всё чаще выступает в качестве языка-базиса, на который ориентируются носители других языков при формировании конвенций электронного общения и, в некоторой мере, при концептуализации и категоризации виртуальной реальности. ■

1. Культурное и языковое разнообразие в информационном обществе // Информационное изд. ЮНЕСКО / пер. Л. В. Петровой. — СПб.: Российская национальная библиотека, 2004. — 96 с.

2. Francoscopie / ed. G. Mermet. — P.: Nathan, 2010. —

1060 р.

3. France-info [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание «France-Info» – URL: <http://www.france-info.com/technologies-divers> (дата обращения: 07.06.2015).

4. Lenta.ru [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание: интернет-газета «Лента.ру» – URL: <http://www.lenta.ru/news> (дата обращения: 10.06.2015).

5. Маслов Ю. С. Введение в языкознание / Ю. С. Маслов. – 4-е изд. – М.: Изд. центр «Академия», 2005. – 300 с.

6. Савельева Л. В. Языковая экология. Русское слово в культурно-историческом освещении / Л. В. Савельева. – Петрозаводск: Изд-во КГПУ, 1997. – 144 с.

7. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир / пер. с англ; под ред. и с предисл. А. Е. Кирика. – М.: Прогресс, 1993. – 654 с.

8. Даниленко В. П. Нашествие варваризмов на современный русский язык / В. П. Даниленко // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. – 2008. – № 1. – С. 12-15.

9. Костюшкина Г. М. Семиозис предложения-высказывания / Г. М. Костюшкина // Семантика и прагматика высказывания: Вестник ИГЛУ. Сер. 1. Монографии. – Иркутск: ИГЛУ, 2005. – № 2. – С. 9-40.

10. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка: учеб. пособие для филол. фак. ун-тов / В. И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 124 с.

11. The Snowbird Life [Электронный ресурс] // Форум сайта «The Snowbird Life» – URL: <http://thesnowbirdlife.com/forum> (дата обращения: 19.03.2015).

12. DAS [Electronic resource] // Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions – URL: <http://dictionary.reference.com> (дата обращения: 07.04.2015).

13. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English: with Writing Assistant. – New edition. – Harlow: Longman, 2005. – 1950 p.

14. FODC [Electronic resource] // Free On-line Dictionary of Computing – URL: <http://foldoc.org> (дата обращения: 19.09.2015).

15. VBSsupport [Электронный ресурс] // Форум сайта «VBSsupport.org» – URL: <http://vbsupport.org/forum/archive/index.php/t-27260.html> (дата обращения: 19.03.2016).

16. Mémoclic [Электронный ресурс] // Форум сайта «Mémoclic» – URL: <http://www.memoclic.com/forum/105516> (дата обращения: 17.03.2016).

17. БЭС – Первый толковый большой энциклопедический словарь. – СПб.: Норинт, 2006. – 2144с.

18. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика: учеб. пособие / И. М. Кобозева. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.

19. Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 768 с.

Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 768 с.

Даниленко В. П. Нашествие варваризмов на современный русский язык / В.П. Даниленко // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. – 2008. – № 1. – С. 12-15.

Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка: учеб. пособие для филол. фак. ун-тов / В.И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 124 с.

Кобозева И. М. Лингвистическая семантика: учеб. пособие / И.М. Кобозева. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.

Костюшкина Г. М. Семиозис предложения-высказывания / Г.М. Костюшкина // Семантика и прагматика высказывания: Вестник ИГЛУ. Сер. 1. Монографии. – Иркутск: ИГЛУ, 2005. – № 2. – С. 9-40.

Культурное и языковое разнообразие в информационном обществе // Информационное изд. ЮНЕСКО / пер. Л.В. Петровой. – СПб.: Российская национальная библиотека, 2004. – 96 с.

Маслов Ю. С. Введение в языкознание / Ю. С. Маслов. – 4-е изд. – М.: Изд. центр «Академия», 2005. – 300 с.

Савельева Л. В. Языковая экология. Русское слово в культурно-историческом освещении / Л. В. Савельева. – Петрозаводск: Изд-во КГПУ, 1997. – 144 с.

Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э.Сепир / пер. с англ; под ред. и с предисл. А.Е. Кирика. – М.: Прогресс, 1993. – 654 с.

DAS [Electronic resource] // Dictionary of American Slang and Colloquial Expressions – URL: <http://dictionary.reference.com> (дата обращения: 07.04.2015).

FODC [Electronic resource] // Free On-line Dictionary of Computing – URL: <http://foldoc.org> (дата обращения: 19.09.2015).

France-info [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание «France-Info» – URL: <http://www.france-info.com/technologies-divers> (дата обращения: 07.06.2015).

Francoscopie / ed. G. Mermet. – Р.: Nathan, 2010. – 1060 p.

Mémoclic [Электронный ресурс] // Форум сайта «Mémoclic» – URL: <http://www.memoclic.com/forum/105516> (дата обращения: 17.03.2016).

Lenta.ru [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание: интернет-газета «Лента.ру» – URL: <http://www.lenta.ru/news> (дата обращения: 10.06.2015).

LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English: with Writing Assistant. – New edition. – Harlow: Longman, 2005. – 1950 p.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

БЭС — Первый толковый большой энциклопедический словарь. – СПб.: Норинт, 2006. – 2144с.

The Snowbird Life [Электронный ресурс] // Форум сайта «The Snowbird Life» – URL: <http://thesnowbirdlife.com/forum> (дата обращения: 19.03.2015).

VBsupport [Электронный ресурс] //Форум сайта «VBsupport.org» – URL: <http://vbsupport.org/forum/archive/index.php/t-27260.html> (дата обращения: 19.03.2016).

Processes of English borrowing during the development of the Internet language

© Gorbunova I., 2016

The article describes the process of appearance of English lexical neologisms which originated in computer fields in the beginning of XXI century, their borrowing and their further functioning in the Russian and French language Internet segments. The factors which make the individual use the English borrowings while using Internet are described.

Keywords: English borrowing, neologism, Internet language.

УДК 330.33

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РФ ПО ОПЫТУ ВЕЛИКОБРИТАНИИ.

© Гулюк Н. В., Зарубина А. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Данная статья рассматривает эффективность государственно-частного партнерства в России и за рубежом (Великобритания). В статье выделяются преимущества взаимодействия государства и частного сектора для обеих сторон, рассматривается существующая модель поддержания ГЧП в Великобритании — Partnership UK — и называются препятствия развития государственно-частного партнерства в России. Авторами были предложены условия развития ГЧП в России в будущем.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, государство, частный сектор, экономика.

Развитию эффективных институтов взаимодействия государства и бизнеса во всем мире в различных сферах способствуют такие причины как формирование эффективной экономической политики, повышение инвестиционной и инновационной активности, рост конкурентоспособности страны, а также развитие производственной и социальной инфраструктуры. На сегодняшний день в зарубежных странах механизмы партнерства государства и частного сектора развиваются и совершенствуются довольно давно.

Основными участниками государственно-частного партнерства выступают государственные институты развития, банки, муниципалитеты — с одной стороны; частный сектор и разные консультанты в этой сфере — с другой. Стоит отметить, что на сегодняшний день в России необходимость ГЧП может возникнуть, в первую очередь, в сферах жилищно-коммунального хозяйства, агропромышленный комплекс, теплоэнергетическое хозяйство, социальная инфраструктура, переработка ТБО (твердых бытовых отходов) и прочие.

Государственное частное партнерство несет свои преимущества обеим сторонам-участникам. Для государственного сектора это следующий выгода:

- Положительный социально-экономический эффект (ускоренная реализация инвестиционного

проекта);

- Строительство объектов общественного пользования с привлечением частного капитала;
- Перевод некоторых рисков на частных инвесторов;
- Эксплуатация современных технологий;
- Использование и управление интеллектуальным капиталом частного сектора;
- Получение объекта в короткие сроки;
- Снижение бюджетных затрат на эксплуатацию объекта.

Государственное-частное партнерство также способствует стимулированию разных видов бизнеса, поскольку путем взаимодействия определяются дальнейшие пути сотрудничества и развития отношений. Частный сектор, в свою очередь, имеет следующие преимущества от ГЧП:

- Прямое взаимодействие с государством в административном и политическом содействии в реализации проекта;
- Распределение рисков с государственным сектором;
- Гарантия минимальной доходности;
- Гарантия возврата вложенных средств в виде получения доходов от платной эксплуатации объекта в дальнейшем;
- Гарантия частичного или полного возврата средств инвестора государством в случае неудачной реализации проекта;
- Возможность привлечения финансирования

в долг;

- Затраты на проект фиксированы в определенных долях;
- Ограничена степень ответственности;
- Сохранение стратегического контроля за создаваемыми активами путем передачи управленческих функций специальной проектной компании;
- Повышение имиджа компании;
- Получение стабильной доли дохода на вложенный капитал;
- Формирование кредитной истории и рост кредитного рейтинга;
- Гарантия сбыта и загруженности мощностей на долгосрочной основе.

Однако, зарубежные страны преуспели в сфере ГЧП гораздо быстрее и эффективнее. В некоторых западных странах ключевую роль в развитии ГЧП играют «Центры компетенций». «Центры компетенций» являются координационными органами, которые выполняют функцию национального оператора проектов ГЧП, занимаются выработкой методологии и стандартов реализации ГЧП, развивают законодательную базу и многое другое. Хорошим примером может служить Великобритания, в которой для оказания разносторонней помощи при государственно-частном партнерстве была создана компания Partnership UK. Данная компания является основным оператором государственно-частного партнерства в Великобритании. Основным направлением Partnership UK является работа с Правительством Великобритании по развитию государственно-частного партнерства на территории страны и стандартизация контрактов, связанных с ГЧП. Организация представляет собой акционерное общество, в котором 49 % — доля государства и 51 % — доля частного бизнеса. Основной функцией компании Partnership UK является функция агентства по разработке проектов. [1]. Интересно, что сотрудники не получают фиксированную заработную плату, она зависит от того, насколько успешно были реализованы проекты. Говоря более подробно, компания проводит оценку проектов ГЧП, определяет существующие риски, занимается закупками, выявляет ожидаемую прибыль от проекта, а так же сопровождает проект на протяжении необходимого срока. Часто Partnership UK занимается сопровождением проекта от начала до самого конца, на протяжении всего срока осуществления проекта. Стоит отметить, что компания Partnership UK занимается не всеми проектами. Так, организация не ведет высокодоходные проекты, которые могут самостоятельно финансироваться благодаря частному сектору, включенному в конкретный проект государственно-частного партнерства. Однако, указанная компания активно

занимается крупномасштабными и инновационными проектами.

Компания Partnership UK была организована в 2000 году и уже за первые четыре года работы преподнесла впечатляющие результаты — 620 контрактов ГЧП на сумму около 620 млрд евро. Что касается Министерства финансов, данная структура использует компанию Partnership UK с целью анализа технических аспектов проектов, реализуемых как на территории страны, так и на территории местной власти. Помимо Министерства финансов, Partnership UK активно сотрудничает со здравоохранением страны и образовательными учреждениями, в основном государственными школами. Это позволяет наиболее активно развивать сферы здравоохранения и образования, улучшать данные институты и вкладывать деньги в развитие жителей страны. Немного вдаваясь в историю компании, изначально Partnership UK входило в Министерство финансов и было специально созданной группой. Чуть позднее данный оператор ГЧП в Великобритании был выделен в самостоятельную структуру. Кроме того, стоит отметить финансирование компании, благодаря которому она существует. Сама компания устанавливает цену за услуги, которые оказывает государственному сектору. Стоит отметить, что большая часть платы составляется на основе рамочных договоров и имеет только границы, а не строго установленные суммы и условия сделок. Таким образом, компания Partnership UK является успешным оператором государственно-частного партнерства, выполняет многие функции на протяжении всего проекта и несомненно улучшает как качество, так и количество выполняемых проектов ГЧП в Великобритании.

Хорошим вариантом использования такого оператора ГЧП в России может быть предстоящий Чемпионат Мира по футболу 2018 года. Для проведения данного мероприятия необходима постройка (или ремонт) соответствующих стадионов, что наверняка будет являться проектом ГЧП. Так как данный чемпионат будет проводиться в нескольких городах, сложно переоценить количество ресурсов и трудов, которые будут затрачены на подготовку к событию. Конечно, разработка данных стадионов не будет столь масштабным ГЧП, как это было с Сочи в период подготовки Олимпийских Игр, однако наличие хорошего оператора, выполняющего аналогичные с Partnership UK функции помогло бы России подготовиться к Чемпионату Мира по футболу 2018 с большим качеством, но с меньшими затратами. Это касается и других проектов ГЧП — наличие хорошего оператора значительно улучшает работу государственно-частного партнерства.

Однако, в Российской Федерации в настоящий момент отсутствует опыт устойчивого партнерства

бизнеса и государства. Однако, ГЧП в форме концессий, акционирования и других форм широко использовались в период самодержавия для совершенствования жилищно-коммунальной системы городов, строительства и эксплуатации железных дорог, строительства мостов, школ и аэропортов, развития металлургии и т.д. Эти концессии существовали в советской России периода НЭПа (новой экономической политики). Стоит отметить, что весьма значимого вклада в развитие экономики они не внесли, соответственно, в конечном итоге концессии были упразднены. [2]

На сегодняшний день есть причины, оказывающие препятствия на развитие государственно-частного партнерства. Среди таких причин можно выделить российскую политическую и экономическую обстановку, мешающие закупать материалы из стран Европы (санкции перевозок и др.) Также среди причин стоит отметить логистическую систему, которая не всегда позволяет перевозить материалы «дешево».

Среди возможных причин, препятствующих внедрению государственно-частного партнерства в России, также выделяют коррумпированность государственного аппарата на определенных уровнях власти. Это препятствует установлению доверительных, долговременных и конструктивных отношений государственного сектора с предпринимателями. [3]

Бизнес в РФ на данный момент остается пассивным участником взаимодействия с властью. Социальная направленность и ориентированность бизнеса в решении не только своих частных, но и общенациональных проблем, его заинтересованность в помощи городу/поселку еще недостаточно развита. До тех пор пока осознание этой необходимости не станет ключевым фактором предприятий, ГЧП будет весьма затруднительно развиваться в России. Как крупный, так и средний или же малый бизнес проявляют стремительную тягу, в основном, к получению прибыли, перераспределению средств федерального и региональных бюджетов, правительственные фондов, а не к финансированию или иному участию в инфраструктурных проектах, имеющих особое значение для экономики страны.

Условия для развития ГЧП в России остаются такими, как и в любой другой стране, в случае, когда внедряется этот способ взаимодействия государства и частного сектора. В первую очередь, нужны опытные кадры, которые могли бы двигать ГЧП — как со стороны государства, так и со стороны бизнеса. Далее, необходима полная готовность самого госсектора, поскольку отсутствие единой системы управления (недостаточная эффективность госинститутов), бюрократия и коррупция, неготовность органов власти к партнерским отношениям и реализации проектов ГЧП — все это не способствует удобному

развитию партнерских отношений между представителями бизнеса и власти.

Также условием развития ГЧП станет и полная готовность со стороны частного сектора. На данный момент вопреки всем преимуществам ГЧП для частного сектора, у него все равно остается восприятие, что ГЧП и концессии — это проекты с крайне высокими рисками и низкой доходностью, с неопределенностью относительно будущих условий и судьбы проекта. Эту картину осознания и стереотипа о ГЧП следует изменить.

Среди других условий внедрения, развития и эффективного поддержания ГЧП в России стоит выделить следующее:

- создание единого государственного органа по вопросам ГЧП, выработку единой концепции развития;
- образование «центров компетенций» — оргструктур по инициированию, структурированию и управлению проектами ГЧП, в том числе региональных;
- усовершенствование законодательной базы и расширение правоприменительной практики, а также развитие региональной законодательной базы (только в 8 субъектах принятые законопроекты о ГЧП).

Данные условия применялись в свое время в Великобритании, Германии и других странах Европы для создания и поддержания ГЧП. Ведь государственно-частное партнерство — это не только важное решение проблем социальный инфраструктурных проблем региона/города, но и отличный шаг вперед в надежные взаимоотношения государства и частного сектора. ■

1. PPP — Партнерство между государственным и частным секторами. Опыт Великобритании — для международных рынков. — Лондон: Международные финансовые службы, 2008.

2. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. // Вопросы экономики. 2008. №8. С. 61-77.

3. Макаров И. Н. Отношения собственности и ГЧП: постановка проблемы / И.Н. Макаров // Вести высших учебных заведений Черноземья. -2010.- №1.- С.101-104.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. // Вопросы экономики. 2008. №8. С. 61-77.

Макаров И. Н. Отношения собственности и ГЧП: постановка проблемы / И.Н. Макаров // Вести высших учебных заведений Черноземья. -2010.- №1.- С.101-104.

PPP — Партнерство между государственным и частным секторами. Опыт Великобритании — для международных рынков. — Лондон: Международные финансовые службы, 2008.

Methods of increasing the efficiency of the Public-Private Partnership in Russia by the experience in the Great Britain.

© Gulyuk N., Zarubina A., 2016

This article considers the efficiency of public-private partnership (PPP) in Russia and abroad (the Great Britain). Authors highlighted the advantages of interaction between

the state and the private sector, the existing model to develop the PPP in the Great Britain — Partnership UK — and obstacles of improving public — private partnership in Russia. Authors also have offered the conditions of development of PPP in Russia in the long run.

Keywords: public-private partnership, economics, government.

УДК 334.7

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

© Дорожков Н. Д., Купчинская Ю. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Данная статья направлена на изучение государственно-частного партнёрства в сфере туризма, как инструмента стабилизации и развития экономики Российской Федерации. В данной исследовательской работе рассмотрено понятие ГЧП в России и его текущее положение. Описаны причины необходимости его развития в сфере туризма, с целью развития этого направления экономики. В статье описаны основные способы и методы классификации регионов по необходимости выделения инвестиций для развития. Авторами статьи описаны и проанализированы основные пути развития ГЧП в сфере туризма в России. Описаны преимущества формирования ОЭЗ и создания кластеров. Также в данной работе приведены примеры успешной реализации проектов ГЧП в регионах Российской Федерации. В заключении статьи сделаны выводы и описаны перспективы развития данного вида ГЧП.

Ключевые слова: государственно-частное партнёрство, ГЧП, туризм, концессии, ОЭЗ, особая экономическая зона, кластер, анализ рынка, примеры, развитие.

В условиях мирового экономического кризиса, который привнёс в каждую страну свои негативные последствия, государство и частный бизнес должны объединиться на благо восстановления экономического равновесия в мире. Каждая из сторон, задействованная в подобном союзе должна бросить все силы на поиск новых путей, которые могли бы помочь бизнесу продолжить долгосрочные проекты, государство же в свою очередь смогло бы сконцентрировать все свои силы на поддержке национального производителя, а также его продвижению на международных рынках.

На самом деле развитие государственно-частного партнёрства в сфере туризма является совсем недавним путём привлечения капиталов в страну, а как следствие и борьба с мировым кризисом. Сейчас создается множество проектов туристической и рекреационной сферы по всей территории страны, не ограничиваясь только центральной её частью. Проекты ГЧП реализуются даже в удалённых точках страны, таких, как например Забайкальский край. Но в большинстве своём данные проекты являются единичными и мало кто из предпринимателей знает обо всех перспективах, которые может принести им ГЧП. Именно поэтому, первоочередной задачей для государства сейчас стоит создание специальной комфортной среды для государственно-частного партнёрства. Данная задача является

первоочередной, так как по последним опросам, большинство экспертов пришли к одному выводу, Россия абсолютно не приспособлена для благотворного развития и внедрения ГЧП. Также стоит уделять внимание и информационной поддержке развития ГЧП, для повышения уровня осведомлённости граждан и представителей бизнеса о возможностях, преимуществах и перспективах участия в программах ГЧП

Если опираться на основные концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ», ГЧП в сфере туризма представляет собой взаимодействие всех существующих органов власти, общественных организаций, туристических фирм, общая деятельность которых направлена на реализацию масштабных проектов туристической отрасли. Такая степень кооперации необходима для создания, поддержания и управления туристическими потоками, для которых планируются и уже осуществляются разнообразные программы, такие как, создание мест особого привлечения туристов, расширения въездного потока, а также улучшения предоставляемой туристической продукции.

Согласно исследованиям, Российская федерация недополучает большой объём средств бюджета за счёт своей не развитой туристической системы. Только 2 % ВВП создается при помощи туризма, тогда как в других странах такой процент не ниже 10 %.

Такая слабая степень развития ГЧП может быть объяснена тем, что только в 2005 году в нашей стране задумались о том, что нужно узаконить один из видов партнёрства. Так в силу вступил закон о концессионных соглашениях. Благодаря этому закону, были определены две стороны концессионного соглашения, со стороны государства таким представителем является концедент, со стороны бизнеса представитель концессионер. Конечно, данный вид не показывает всё разнообразие видов ГЧП, однако помогает понять несведущему человеку, основной механизм подобного соглашения.

Если говорить только про сферу туризма, то благодаря концессионным соглашениям, были выделены основные объекты этой сферы, к ним отнеслись объекты здравоохранения (в том числе курортно-санаторные), образования, спорта, культуры, массового отдыха населения и туризма.

Хотя сейчас и не существует разделения ГЧП по отраслевому признаку, но всё же многие считают, что подобное разделение могло бы сыграть положительную роль в развитии данного вида сотрудничества. Сейчас большинство договоров является однотипными, но, если же будут созданы дополнительные условия соглашений, ориентированных под определённые сферы, то это могло бы пойти на благо общего соглашения. Даже если рассматривать сферу бизнеса, то данные дополнения могли бы сократить некоторые риски сферы, такие, как например сезонность и колебание курса валют.

В настоящее время заметны значительные продвижения ГЧП в туристической сфере в Россию. Примером таковой является проведение форумов, например «Интурмаркет-2010», на котором рассказывалось об основных особенностях развития ГЧП в туризме, а также о применении зарубежного опыта в данной сфере. Сейчас подобные форумы стали частым явлением в Российской Федерации, практически каждый туристический форум, проходящий как в рамках всей страны, так и в рамках региона затрагивает тематику сотрудничества государства и частного бизнеса с целью улучшения качества и развития туристической отрасли страны или региона.

В ходе развития практики ГЧП в туризме, было выделено два основных направления реализации ГЧП в российском туризме. Первым направлением можно считать создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа, а второе — формирование туристических кластеров.

Однако всё равно для быстрого формирования ГЧП есть существуют свои барьеры. Так например, для создания особых зон, сложно в первую очередь пробиться и пройти конкурсный отбор и достичь самого наивысшего федерального уровня со своим проектом. Что касается кластеров, то тут основной проблемой является нехватка компетенций у отдельных представителей туристического бизнеса.

Однако, не смотря на достаточно большие барьеры в системе развития данного партнёрства, есть и достаточно обширный перечень перспектив формирования ГЧП в РФ.

Если рассматривать первое направление развитие, такое как создание особых экономических зон, то можно заметить, что с 2007 года в России сформировалось уже 7 подобных зон.

Основной причиной таких медленных темпов формирования являются тот факт, что ещё только начинается формирование системы, по которой бы правительство могло выбирать наиболее приоритетные места для формирования ОЭЗ. За основу такой системы должен быть взят комплексный подход, который рассматривал бы территорию со всех возможных сторон. Так на сегодняшний момент реализован только географический подход, хотя логичнее всего рассматривать регионы с точки зрения различных факторов при выборе субъекта финансирования, например, стоит рассмотреть инновационный потенциал местности, а также уровень туристического предложения. Собственно тогда возникает достаточно очевидный вопрос, какие регионы следует финансировать в первую очередь. На одной чаше весов у нас те регионы, которые не имеют совсем никакой инфраструктуры, и которым придётся развивать всё с самого начала. А на другой чаше весов регионы, которым нужна лишь незначительная помощь, которая бы способствовала обеспечению запуск хороших туристических проектов.

На данный момент, как показывает практика, успех развития ГЧП в регионах зависит в первую очередь от готовности местных властей и бизнеса к благотворному взаимодействию.

Что касается второго направления реализации ГЧП туристической сфере — создание туристических кластеров. На данный момент данный подход является очень интересным для государства, так как он может создать благоприятные условия для эффективного функционирования разнообразной деятельности, а также активизацию деловой активности территорий, которые обладают высоким потенциалом, как инновационным, так и производственным.

В основных законодательных и информационных источниках под кластером понимаются группы соседствующих по географическому признаку территорий, а также взаимодействующих между собой предприятий, а так же связанные с ними органы государственного управления, которые отвечают за формирование и обслуживание потоков в туризме.

Для создания кластеров, да и вообще в целом проведения кластерного анализа необходимо комплексное рассмотрение связей между отраслями для решения разных задач — к таким задачам можно отнести переход экономики на

новый уровень, а также развитие регионов. Объединение возможностей предприятия в рамках одного предприятия может повысить общую конкурентоспособность.

На текущий момент государство создало несколько механизмов формирования кластеров в различных регионах страны, да и вообще ведёт целенаправленную кластерную политику в регионах. Многие источники считают, что кластерную политику можно противопоставить отраслевой политике. Основой кластерной политики является то, что она всегда привязана к свойствам той или иной территории.

В настоящее время, как сообщают источники, в разных областях РФ начался процесс формирования туристических кластеров. Хорошей базой для таких созданий является институциональное подкрепление, которое осуществляется на региональном уровне.

Также очень интересной и положительной тенденцией можно считать, нацеленность государства на создание не одного какого-то определённого кластера, а ряда кластеров, которые в комплексе с другими будут создавать большой механизм развития экономики в Российской Федерации.

Исходя из того, что кластеры выступают своего рода точками экономического роста, но отрасль туризма пока не является приоритетной в государственной экономике, поэтому создание туристических элементов внутри кластеров лучше всего создавать в такой последовательности, чтобы эти элементы впоследствии смогли помогать и поддерживать друг друга.

На сегодняшний день в Российской Федерации существуют примеры успешной реализации проектов ГЧП для туристической отрасли. Одним из самых больших и успешных примеров является создание всесезонных туристско-рекреационных комплексов на Северном Кавказе и Эльбрусе. На сегодняшний день уже созданы и функционируют всесезонные горные курорты: «Архыз», «Ведучи», «Эльбрус-Безенги». До 2018 года в рамках проекта создания нового туристического кластера планируется построить и запустить следующие горные курорты: «Мамисон» в Северной Осетии, «Цори и Арххи» в Ингушетии, курорты «Лагонаки» и «Матлас» в Краснодарском крае и республике Дагестан.

Также среди реализованных и эффективно функционирующих объектов реализации программ ГЧП является горнолыжный комплекс «Манжерок» в республике Алтай. Курорт включает в себя 3 мини-гостиницы, кафе и рестораны, и, что более важно, трассы различной категории сложности, общей протяжённостью до 60 км.

Еще одним успешным примером реализации крупного проекта в рамках программы ГЧП является природно-оздоровительный комплекс

«Алтай Резорт», расположенный на северо-западе Республики Алтай. Данные проекты являются яркими примерами возможности успешного сотрудничества государства и бизнеса, итогами такого сотрудничества являются: создание общественных и социальных благ, повышение популярности и престижности отечественного туризма, повышения качества оказываемых туристических услуг на территории страны.

Подводя итог можно выделить основные вопросы рассмотренные в данной статье и основные выводы сделанные по итогам проведённого анализа. Для благотворного развития ГЧП в туристической отрасли необходимо создание благоприятной среды для предпринимателей, а также разработка специальных методик для развития всех направлений деятельности данного партнёрства. Более того необходимо использовать многофакторный анализ регионов и района страны для получения более полной картины о состоянии туристической отрасли и ее составляющих в конкретном регионе. Уже после проведения тщательного анализа должны производится действия поддержки ГЧП по регионам в зависимости от необходимости. Также, стоит отметить, в данной статье были рассмотрены островные перспективы развития ГЧП и продемонстрированы яркие примеры успешной реализации крупных проектов в сфере ГЧП в туризме, тем самым подтверждая то, что туристическая отрасль нуждается во внимании и развитии, в особенности в условиях экономического кризиса. ■

1. Кузин В. И., Зуев С. Э. Организационно-правовые основы системы государственного и муниципального управления: учеб.пособие. - М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010. - 120 с. - с.100.
2. Воротников А. М., Королев В. А. Оценка состояния государственно-частного партнерства в регионах (по результатам мониторинга). - М.: Издательский дом Государственного университета - Высшей школы экономики, 2009. - 28 с. - с.7.
3. Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник / Н. Л. Пахомова, К. К. Рихтер. - ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. - 815 с. - с.702-706.
4. Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник / Н.Л Пахомова, К .К. Рихтер.-ЗАО Издательство «Экономика», 2009. -815с.- С 702-706.
5. Кружалин В. И., Кардашева Е. М. Сравнительный рекреационно-географический анализ регионов создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды IV Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 28-29 апр. 2009 г. – М.: Диалог культур, 2009. - 712 с. - с.363-369.
6. Инновационный путь развития для новой России / Отв. Ред. В. П. Горегляд; Центр социально-

экономических проблем федерализма Института экономики РАН. - М.: Наука, 2005. - 343 с. - с.288.

7. Измерение эффективности и оценивание в государственном управлении: международный опыт / А. Н. Беляев, Е. С. Кузнецова, М. В. Смирнова, Д. Б. Цыганков. - М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2005. - 54 с. - с.14.

8. Государственно-частное партнерство – один из основных факторов динамичного развития индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] // Портал «Туристическая библиотека» - URL: Http://tourlib.net/statti_tourism/vlasova3.htm

9. Федеральный закон об особых экономических зонах в российской федерации [Электронный ресурс] // Портал «Консультант плюс» - URL: Http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

10. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» / Утверждена Постановлением Правительства РФ от 28 июля 2011г. №1230-р. [Электронный ресурс] // Портал «консультантплюс» - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Воротников А. М., Королев В. А. Оценка состояния государственно-частного партнерства в регионах (по результатам мониторинга). - М.: Издательский дом Государственного университета - Высшей школы экономики, 2009. - 28 с. - с.7.

Государственно-частное партнерство – один из основных факторов динамичного развития индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] // Портал «Туристическая библиотека» - URL: Http://tourlib.net/statti_tourism/vlasova3.htm

Инновационный путь развития для новой России / Отв. Ред. В. П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. - М.: Наука, 2005. - 343 с. - с.288.

Измерение эффективности и оценивание в государственном управлении: международный опыт / А. Н. Беляев, Е. С. Кузнецова, М.В. Смирнова, Д.Б. Цыганков. - М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2005. - 54 с. - с.14.

Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» / Утверждена Постановлением Правительства РФ от 28 июля 2011г. №1230-р. [Электронный ресурс] // Портал «консультантплюс» - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

Кружалин В. И., Кардашева Е. М.

Сравнительный рекреационно-географический анализ регионов создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды IV Международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 28-29 апр. 2009 г. – М.: Диалог культур, 2009. - 712 с. - с.363-369.

Кузин В. И., Зуев С. Э. Организационно-правовые основы системы государственного и муниципального управления: учеб.пособие. - М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2010. - 120 с. - с.100.

Федеральный закон об особых экономических зонах в российской федерации [Электронный ресурс] // Портал «Консультант плюс» - URL: Http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник / Н. Л. Пахомова, К. К. Рихтер. - ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. - 815 с. - с.702-706.

Экономика отраслевых рынков и политика государства: Учебник / Н.Л Пахомова, К.К. Рихтер.-ЗАО Издательство «Экономика», 2009. - 815с.- С 702-706.

Development of the public-private partnership in the tourism sphere

© Dorozhkov N., Kupchinskaya Iu. 2016

The main purpose of this article is to analyze public-private partnership (PPP) in tourism sphere, as an tool of stabilization and economic development in Russian Federation. In this research paper described a definition of PPP and described its modern status in Russia. Described reasons for necessity of the development of this sphere of the economy. In this article is showing general tools and methods of classification of the regions according to the necessity in the governmental investments for the development. By the authors of the article are described and analyzed the main ways of the development of the PPP in the tourism sphere in Russia. Described advantages of the creating special economic zone and clusters. Also in this research paper are given successful example of the creating PPP projecting Russia. In conclusion of the article authors give all results of the analysis and some perspectives of the development of the PPP.

Keywords: public-private partnership, PPP, tourism, Concession, SEZ, special economic zone, clusters, market analysis, examples, development.

УДК 378.1.004.12

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЕ
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ

МЕХАНИЗМЫ ДОСТИЖЕНИЯ
ДОСТИЖЕНИЯ

СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

© Кубанов Р. А., 2016

Луганского национального университета имени Тараса Шевченко, г. Старобельск, Украина

В исследовании представлен анализ механизмов достижения удовлетворенности заинтересованных сторон качеством высшего образования на основе использования теории социального партнерства в образовательной деятельности ВУЗа. Подробно анализируется схема практической реализации подхода к организации полноценного социального партнерства на уровне кафедры маркетинга Луганского национального университета имени Тараса Шевченко, результаты внедрения позволяют констатировать успешность и целесообразность использования технологии социального партнерства, как элемента системы качества высшего образования. Доказано, что система качества должна обеспечивать постоянное повышение уровня образовательной услуги и быть направлена на удовлетворение запросов потребителей.

Ключевые слова: студенты, университет, качество образования, теория социального партнерства, европейский стандарты.

Современный мир профессии быстро меняется: меняется как сам перечень профессий, так и содержание профессиональной деятельности. Помочь человеку выбрать верную жизненную стратегию, овладеть механизмами эффективного построения карьеры, профессионального маршрута — главная задача образовательного учреждения. Реальное осознание того факта, что университет живет в условиях конкурентной среды, заставляет нас переосмыслить существующие подходы к качеству подготовки специалистов. Для университета, качество, несомненно, как и для любой другой организации, — степень удовлетворения запросов потребителя (студента, преподавателя, бизнеса и государства).

Анализ основных исследований. В различных отраслях науки — *социологии* (М. Агронович, Н. Аниanova, А. Воропаева, А. Каспаржак), *экономики* (Э. Злобин, Л. Кашук, Т. Кошкина), *педагогики* (А. Бермус, В. Болотов, Н. Ефремова, Б. Иванов, В. Панасюк, Г. Шапоренкова и др.) интенсифицировались исследования, направленные на решение проблем, связанных с повышением качества образования. Как известно, проблема качества образования — это предмет междисциплинарных исследований (А. Волков, Я. Кузьминов, Б. Рудник, И. Фрумин и др.). В то же время, как показал обзор экономической и психолого-педагогической литературы, научные исследования по проблеме обеспечения качества образования сегодня не в полной мере ориентированы на особенности и задачи современного высшего образования, реализующего не только нормативные, но и маркетинговые цели, которые вытекают из его миссии, направленной на удовлетворение запросов, прежде всего, региональных потребителей образовательных услуг.

Цель исследования — рассмотреть механизмы достижения удовлетворенности заинтересованных сторон качеством высшего образования на основе использования теории социального партнерства в образовательной деятельности ВУЗа.

Основной материал исследования. В настоящее время в ВУЗах используются три основные модели управления качеством, основанные на следующих методах и подходах:

1. *Оценочный метод управления качеством деятельности вуза (на основе SWOT-анализа).* Модель управления, основанная на оценочном методе, предполагает систематическое проведение самооценки с целью выявления сильных и слабых сторон деятельности образовательного учреждения, а также положительных и отрицательных факторов его развития. На этой основерабатываются меры по улучшению деятельности и стратегия развития.

2. *Концепция, основанная на принципах TQM.* Модель управления, основанная на принципах TQM, предполагает процессный подход к деятельности вуза и использует ряд специфических, достаточно сложных, но эффективных методов и инструментов управления качеством.

3. *Подход, основанный на требованиях международных стандартов качества ИСО 9000.* Модель управления, основанная на требованиях международных стандартов ИСО 9000, базируется на основополагающих принципах менеджмента качества, где основным инструментарием менеджмента становится документированная система управления, ориентированная на качество. Такая система позволяет добиваться постоянного совершенствования процесса подготовки конкурентоспособных специалистов, достигать современного уровня их компетенции посредством обеспечения качества самого образовательного процесса, а также более эффективно использовать имеющийся кадровый, материально-технический, информационный и финансовый потенциал вуза.

Механизм управления качеством постоянно эволюционирует. Выдвигаются обоснованные предложения оценивать ВУЗы не только по результатом подготовленности выпускников, но и на основании оценки образовательного процесса в образовательном учреждении. Исследователи и практики образования указывают, что можно выделить две группы объектов оценки: группа

студентов и выпускников как носителей высшего образования, и ВУЗ в целом, а управление качеством результатов должно обеспечиваться через управление качества процессов в образовательном учреждении.

Образовательную деятельность можно рассматривать как процесс оказания образовательных услуг различными по уровню и статусу учебными заведениями. В связи с этим в рамках профессиональной школы любого уровня необходимо найти такие пути решения задач обеспечения качества, которые были бы адекватны требованиям международных стандартов. При этом возможны два варианта: 1. Совершенствования результатов деятельности Вуза путем введения адекватных схем контроля на всех этапах управления. С этой целью предусматривается разработка нормативной документации системы управления качеством профессионального образования в ВУЗе.

Совершенствование всех процессов в ВУЗе, направленных на обеспечение качества подготовки специалистов, путем создания объективных предпосылок для вовлечения всех сотрудников в процесс управления качеством. Этот подход соответствует европейскому стандарту ИСО 9000 [5, с. 323]. Основополагающими принципами менеджмента качества данного стандарта являются: ориентация на потребителя; лидерство руководства; вовлеченность персонала в работу по обеспечению качества; процессный подход; системный подход к менеджменту; непрерывное улучшение; принятие решений на основе достоверных данных; взаимовыгодные отношения с поставщиками. Исследования показывают, что реализация этих принципов при проектировании учебного процесса сталкивается с определенными трудностями [2-4; 11-13].

Наиболее сложным элементом системы качества, внедрение которого осложнено рядом обстоятельств, является постоянная оценка и определение степени удовлетворенности студентов, которая должна согласовываться и со стандартами, и с мнением потребителей, и с существующими общественными представлениями о качестве подготовки специалистов. Своевременное выявление просчетов и узких мест в образовательном процессе обеспечивается системой аудита, то есть внутренними проверками соблюдения уровня предоставления услуги. Удовлетворенность потребителя является одним из главных и в стандартах ИСО 9000, и в других европейских стандартах. Для ВУЗов и других учебных заведений потребителями образовательных услуг являются студенты (внутренний потребитель). Одновременно выпускники представляют конечный продукт деятельности образовательных учреждений и через них потребителями образовательных услуг данного уровня являются работодатели, использующие труд

выпускников, и общество в целом, интеллектуальный потенциал которого зависит от качества подготовки. Система качества, таким образом, должна обеспечивать постоянное повышение уровня образовательной услуги, быть направлена на удовлетворение запросов потребителей [3-4]. На основе исследований М. Горшениной [7-8]. Пример структуры удовлетворенности всех заинтересованных сторон представлен в таблице 1.

Таблица 1. Структура удовлетворенности заинтересованных сторон

Потребители	Структура удовлетворенности
Государство и общество	<ol style="list-style-type: none"> Исполнение бюджета. Увеличение самофинансирования вуза. Улучшение компетентности выпускников. Развитие экономики. Рост благосостояния граждан.
Работодатели	<ol style="list-style-type: none"> Улучшение компетентности выпускников. Направленность научно-исследовательских работ на производство. Улучшение интеграционного процесса «ВУЗ — производство — общество». Повышение эффективности.
Студенты	<ol style="list-style-type: none"> Удовлетворенность содержанием обучения Удовлетворенность производственной подготовкой. Удовлетворенность возможностью саморазвития. Удовлетворенность инфраструктурой. Удовлетворенность информационным обеспечением. Удовлетворенность организацией досуга. Готовность к профессиональной деятельности.
Преподаватели и сотрудники	<ol style="list-style-type: none"> Возможности для профессионального роста. Удовлетворенность социокультурными условиями. Удовлетворенность информационным обеспечением. Удовлетворенность техническим оснащением. Удовлетворенность финансовым обеспечением.
ВУЗ	<ol style="list-style-type: none"> Высокая квалификация и производственная

	<p>компетентность научно-педагогических работников.</p> <p>2. Увеличение объемов внебюджетного финансирования</p> <p>3. Увеличение числа внедряемых в производство НИОКР, дипломных и магистерских проектов</p> <p>4. Увеличение конкурентоспособности и востребованности выпускников.</p> <p>5. Имидж ВУЗа.</p> <p>6. Улучшение инфраструктуры.</p> <p>7. Улучшение показателей результативности и эффективности.</p>
--	--

Следует отметить особую роль работодателей в рассматриваемом процессе. Структура удовлетворенности работодателей качеством выпускников ВУЗов подробно рассмотрена в монографии «Мониторинг удовлетворенности работодателей качеством выпускников вузов» (Е. Васильева, С. Соловьев, Д. Кочетов, А. Кочетов) [10]. Авторский коллектив предлагает следующие критерии и показатели:

1. Удовлетворенность компетентностным развитием:

- сформированность системных компетенций (способность применять знания на практике, способность адаптироваться к новым ситуациям, способность порождать новые идеи (креативность), способность работать самостоятельно, забота о качестве) выпускников;
- сформированность межличностных компетенций (способность к критике и самокритике, работа в команде, навыки межличностных отношений, приверженность этическим ценностям) выпускников;
- сформированность инструментальных компетенций (способность к анализу и синтезу, способность к организации и планированию, тщательная подготовка по основам профессиональных знаний, элементарные навыки работы с компьютером) выпускников.

2. Удовлетворенность профессиональной подготовленностью:

1. достаточность уровня теоретической подготовки выпускников;
2. сформированность практических умений выпускников;

3. Удовлетворенность сформированной готовностью:

- готовность выпускников к профессиональной деятельности;
- готовность выпускников к самостоятельности в профессиональной

деятельности;

- готовность к инновациям, поиску нестандартных решений в профессиональной деятельности.

4. Удовлетворенность личностным развитием:

достаточность развития творческих способностей выпускников;

- достаточность развития ответственности выпускников;

- достаточность развития организаторских способностей выпускников;

- отношение выпускников к миру (оптимистическое, пессимистическое) [10, с. 82].

В настоящее время существуют различные конкурирующие концепции удовлетворенности потребителей производимых работ или услуг.

К ним можно отнести следующие концепции:

- теорию подтверждения (или не подтверждения);

- теорию справедливости;

- теорию отношений;

- теорию социального партнерства.

Определение первых трех концепций представлено в монографии «Удовлетворенность заинтересованных сторон как фактор повышения качества образовательной деятельности физкультурного вуза» [9]. А именно:

В соответствии *теорией подтверждения (не подтверждения)* с которой удовлетворенность потребителей является результатом процесса сравнения между ожиданиями (как вариант — уровнем требований) потребителя и восприятием им фактически оказанных услуг или потребленной продукции.

Согласно *теории справедливости*, потребитель сравнивает соотношение возникающих в процессе покупки продукции или услуги собственных выгод и затрат с соответствующим соотношением доходов и затрат партнера по обмену, т.е. продавца. Если потребитель воспринимает это соотношение как справедливое, то возникает удовлетворенность.

Теория отношений исходит из предпосылки, что человеческий опыт носит спонтанный и процессуальный характер и фокусируется на восприятии причинно-следственных связей. Применительно к удовлетворенности потребителей это означает, что существует прямая связь между обоснованием потребителем того или иного события и его удовлетворенностью данным событием [9, с. 14].

Теория социального партнерства. Одним из механизмов, призванных обеспечить полную удовлетворенность всех заинтересованных сторон является организация полноценного социального партнерства. О. Богданова подчеркивает, что тенденции развития института образования как ключевого фактора, влияющего на качество человеческого ресурса, определяют обращение исследователей к категории социального

партнерства как условия развития социального капитала в специфическом контексте регионального развития. При этом социальное партнерство определяется как создание локализованных сетей, представляющих интересы местного сообщества, образовательных институтов, рынка труда, бизнеса, государственных и негосударственных организаций, и согласованное принятие аргументированных решений. Целью социального партнерства является развитие и наращивание ресурсов для решения задачи востребованности образовательного результата на рынке труда [1, с. 88]. Нам представляется, что без эффективной системы сбалансированного разграничения ответственности — системы социального партнерства — решить главные задачи современной высшей школы невозможно, в частности, достижения высокого уровня качества образования выпускников.

Особое место среди слагаемых качества образования следует отвести социальному партнерству ВУЗа с предприятиями. Обычно, университет является многопрофильным образовательным учреждением, поэтому не может ориентироваться на стандарты подготовки кадров в одной какой-либо отрасли. В этом, без сомнения, есть своя сложность и в то же время — значительный потенциал развития.

Например, традиционно самым значительным направлением взаимодействия с предприятиями является организация производственной практики. Благодаря организации практики на ведущих передовых предприятиях происходит внедрение в профессиональную подготовку студентов передовых приемов и методов организации труда. Мониторинг удовлетворенности базами практик со стороны ВУЗа позволяет совершенствовать как сам этап отбора мест для прохождения практики, так и механизмы взаимодействия с организациями и предприятиями [2, с. 47].

Именно здесь, на производстве, идет закрепление и углубление знаний, полученных студентами и учащимися в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по изучаемой специальности, осваиваемой профессии. Предприятие предоставляет студентам в соответствии с получаемой специальностью или профессией для прохождения производственных практик рабочие места, с оплатой или без оплаты — в зависимости от направления подготовки и готовности обучающихся самостоятельно выполнять трудовые функции.

Немного о практической стороне вопроса, опишем некоторые моменты реализации подхода к организации полноценного социального партнерства на уровне кафедры ВУЗа, используя опыт работы многих преподавателей кафедры

маркетинга Луганского национального университета имени Тараса Шевченко.

Элементы практической реализации:

1. Доценты кафедры налаживают прямой контакт с возможными работодателями своих студентов, прежде всего, для организации практик, оценка поставленная руководителем практики студента со стороны предприятия имеет решающее значение при выставлении итоговой оценки.

2. Мнение работодателей учитывается при подготовке лекций, практических занятий, вопросов, тестов и кейсов к обычным и государственным экзаменам (т.е. проводятся на регулярной основе беседы, анкетирования, ознакомление с рабочими программами будущих возможных работодателей, все мнения и пожелания учитываются и анализируются на тематических заседаниях кафедры). Следует отметить, что это очень важное направление деятельности, которое отражается на специализации будущих маркетологов. Например, благодаря позиции работодателей, введены спецкурсы по дизайну и лидерству, в учебных курсах существенно расширены темы посвященные психологии маркетинга и рекламы, при проведении практических занятий широко использовались технологии НЛП и других направлений практической психологии в разрезе тем учебных курсов. Да, магистранты при подготовки магистерской работы, курируются двумя руководителями исследования, научная работа также рецензируется двумя рецензентами, таким образом достигается дуализм единения теории и практики, т.е. доцент и представитель предприятия. Большинство тем магистерских работ предлагаются магистрантам только после предложения или одобрения со стороны возможных работодателей.

3. Результат применения технологии социального партнерства на уровне кафедры: высокий уровень практико-ориентированных знаний студентов, многие из которых получают возможность сразу после окончания обучения устроиться на работу по специальности.

Выводы. Таким образом, можно сделать несколько выводов:

Во-первых, в общеклассических и многих современных определениях качества главным критерием качества является степень удовлетворения обусловленных или предполагаемых потребностей, а затем уже их соответствие предъявляемым требованиям. Образование в данном случае не является исключением, поскольку система высшего образования с экономической точки зрения является социально-экономической системой. Европейское образовательное сообщество давно уже пришло к такому выводу. Так, например, в ИСО-9000, и в других европейских стандартах в качестве приоритетных направлений деятельности организации выделяется, именно

ориентированность на конечный результат и на удовлетворенность всех заинтересованных сторон (интересов потребителей).

Во-вторых, качество образования обеспечивается единством обучения и воспитания, профессионального и личностного роста, освоением общих и профессиональных компетенций в образовательном процессе, реальной профессиональной деятельности и в самостоятельном процессе жизнетворчества. Важным элементом системы управления качеством образования в ВУЗе является удовлетворенность заинтересованных сторон (государство и общество, работодатели, студенты, преподаватели и сотрудники, ВУЗ). Одним из механизмов, призванных обеспечить полную удовлетворенность всех заинтересованных сторон является организация полноценного социального партнерства.

В-третьих, социальное партнерство в системе высшего образования — это взаимодействие образовательных учреждений с субъектами и институтами рынка труда, государственными и местными органами власти. Мероприятия совместно с вышеперечисленными учреждениями способствуют формированию готовности выпускников ВУЗа к активным действиям на рынке труда; предоставляемые результаты мониторинга обеспечивают востребованность направлений профессиональной подготовки будущих специалистов.

В-четвертых, «образование через всю жизнь» — современный мировой тренд. Исходя из чего, выпускники современных ВУЗов с одной стороны, должны быть конкурентоспособными уже сейчас, а, с другой стороны, — иметь мотивацию для продолжения образования в течение всей жизни. На деле показать необходимость и жизнеспособность именно этой образовательной стратегии невозможно без эффективной системы социального партнерства, демонстрирующей готовность профессиональной среды к инновациям, к обучению и переобучению персонала.

В-пятых, практическая реализация подхода к организации полноценного социального партнерства на уровне кафедры маркетинга Луганского национального университета имени Тараса Шевченко позволяет констатировать наличие высокого уровня практико-ориентированных знаний студентов, многие из которых получили возможность сразу после окончания обучения устроиться на работу по специальности. ■

1. Богданова О. Е. Образовательное партнерство в зарубежных исследованиях: теория и практика / О. Е. Богданова // Вестник Томского государственного университета. — 2012. — № 358. — С. 87 — 93.

2. Качество профессиональной подготовки специалистов в колледже: теория и опыт реализации: коллективная монография / под общ. ред. М. А. Емельяновой. — М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2012. — 200 с.

3. Ерунов В. П. Квалиметрическая основа системы качества вуза : монография / В. П. Ерунов. — Оренбург: ОГУ, 2009. — 313 с.

4. Никитин В. А. Управление качеством на базе стандартов ИСО 9000:2000 / В. А. Никитин. — СПб.: Питер, 2002. — 272 с.

5. Жуковский В. П. Управление качеством профессиональной подготовки специалистов / В. П. Жуковский, О. Б. Кутузова, Л. А. Скворцова // Вестник СГТУ. — 2011. — № 3. Выпуск 2. — С. 321 — 325.

6. Лещенко Е. М. Моделирование рейтинговой оценки качества подготовки специалистов в рамках компетентностного подхода: монография / Е. М. Лещенко, Т. М. Белоусова. — Воронеж : ИПЦ «Научная книга», 2011. — 104 с.

7. Горшенина М. В. Проектирование основных образовательных программ на основе принципов менеджмента качества / М. В. Горшенина // Развитие системы образования — обеспечение будущего. В 3 книгах. К 3. : монография / [авт. кол. : Германова Г. Н., Горшенина М. В., Ескиндирова М. Ж. и др.]. — Одесса: Куприенко С. В., 2013. — С. 106 — 118.

8. Горшенина М. В. Теоретико-методологические основы управления качеством подготовки специалистов в техническом вузе: монография / М. В. Горшенина. — Самара: СамГТУ, 2009. — 112 с.

9. Удовлетворенность заинтересованных сторон как фактор повышения качества образовательной деятельности физкультурного вуза : монография / А. Г. Мастеров, А. П. Братчиков, А. С. Андреенко, С. Р. Сулейманова, В. М. Степанян. — Волгоград : ФГБОУ ВО «ВГАФК», 2012. — 224 с.

10. Васильева Е. Ю. Мониторинг удовлетворенности работодателей качеством выпускников вузов : монография / Е. Ю. Васильева, С. В. Соловьев, Д. А. Кочетов, А. И. Кочетов. — М. : Изд. Дом МИСиС, 2013. — 259 с.

11. Кубанов Р. А. Європейські стандарти освіти: загальний аналіз / Р. А. Кубанов // Вісн. Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки. — 2014. — № 2. — С. 5 — 14.

12. Кубанов Р. А. Європейські стандарти групи ISO 9000 — методологія забезпечення якості освіти у вищому навчальному закладі / Р. А. Кубанов // Освіта та педагогічна наука: наук. жур. — 2014. — № 2. — С. 5 — 10.

13. Кубанов Р. А. Концепції організаційної ефективності — основа європейських стандартів вищої освіти / Р. А. Кубанов // Педагогічна освіта: теорія і практика : зб. наук. пр. — Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2014. — Вип. 2. — С. 70 — 74.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Богданова О. Е. Образовательное партнерство в зарубежных исследованиях: теория и практика / О. Е. Богданова // Вестник Томского государственного университета. — 2012. — № 358. — С. 87 — 93.

Васильева Е. Ю. Мониторинг удовлетворенности работодателей качеством выпускников вузов : монография / Е. Ю. Васильева,

С. В. Солодов, Д. А. Кочетов, А. И. Кочетов. – М. :
Изд. Дом МИСиС, 2013. – 259 с.

Горшенина М. В. Проектирование основных образовательных программ на основе принципов менеджмента качества / М. В. Горшенина // Развитие системы образования – обеспечение будущего. В 3 книгах. К 3. : монография / [авт. кол. : Германова Г. Н., Горшенина М. В., Ескиндирова М. Ж. и др.]. – Одесса: Куприенко С. В., 2013 – С. 106 – 118.

Горшенина М. В. Теоретико-методологические основы управления качеством подготовки специалистов в техническом вузе: монография / М. В. Горшенина. – Самара : СамГТУ, 2009. – 112 с.

Ерунов В. П. Квадиметрическая основа системы качества вуза: монография / В. П. Ерунов. – Оренбург: ОГУ, 2009. – 313 с.

Жуковский В. П. Управление качеством профессиональной подготовки специалистов / В. П. Жуковский, О. Б. Кутузова, Л. А. Скворцова // Вестник СГТУ. – 2011. – № 3. Выпуск 2. – С. 321 – 325.

Качество профессиональной подготовки специалистов в колледже: теория и опыт реализации: коллективная монография / под общ. ред. М. А. Емельяновой. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2012. – 200 с.

Кубанов Р. А. Європейські стандарти освіти: загальний аналіз / Р. А. Кубанов // Вісн. Луган. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки. – 2014. – № 2. – С. 5 – 14.

Кубанов Р. А. Європейські стандарти групи ISO 9000 – методологія забезпечення якості освіти у вищому навчальному закладі / Р. А. Кубанов // Освіта та педагогічна наука : наук. жур. – 2014. – № 2. – С. 5 – 10.

Кубанов Р. А. Концепції організаційної ефективності – основа європейських стандартів вищої освіти / Р. А. Кубанов // Педагогічна освіта: теорія і практика : зб. наук. пр. – Кам'янець-

Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2014. – Вип. 2. – С. 70 – 74.

Лещенко Е. М. Моделирование рейтинговой оценки качества подготовки специалистов в рамках компетентностного подхода : монография / Е. М. Лещенко, Т. М. Белоусова. – Воронеж : ИПЦ «Научная книга», 2011. – 104 с.

Никитин В. А. Управление качеством на базе стандартов ИСО 9000:2000 / В. А. Никитин. – СПБ. : Питер, 2002. – 272 с.

Удовлетворенность заинтересованных сторон как фактор повышения качества образовательной деятельности физкультурного вуза : монография / А. Г. Мастеров, А. П. Братчиков, А. С. Андреенко, С. Р. Сулейманова, В. М. Степанян. – Волгоград : ФГБОУ ВО «ВГАФК», 2012. – 224 с.

The theoretical and practical framework for the achievement of stakeholder satisfaction based on the theory of social partnership in the quality assurance system of higher education

© Kubanov R., 2016

The study presents the analysis of mechanisms of achievement of satisfaction of stakeholders with the quality of higher education through the use of the theory of social partnership in educational activities of the University. Analyzes in detail the scheme of the practical realization approach to the full social partnership on the level of marketing Department of Luhansk national University named after Taras Shevchenko, the implementation results allow us to state the success and usefulness of using the technology of social partnership, as part of the system of quality in higher education. It is proved that quality system must ensure continuous improvement of educational services and to focus on customer satisfaction.

Keywords: students, university, quality of education, the theory of social partnership, European standards.

УДК 338.984

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ ВНЕДРЕНИЯ НОВОЙ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В ПАО «ИРКУТСКЭНЕРГО»

© Зарубина А. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Данная статья рассматривает управление проектом эффективность внедрения оценки экономического эффекта управления складскими запасами на примере ПАО «Иркутскэнерго».

Ключевые слова: управлением проектами, экономическая эффективность, складские запасы.

В реалиях современного бизнеса практически каждая компания сталкивается с таким понятием, как проекты. Некоторые организации постоянно их реализуют, некоторые просто время от времени

сталкиваются с ними. Разбиение деятельности организации и формирование в определенные проекты несет ряд преимуществ: в первую очередь, проекты направлены на достижение конкретных целей, во-вторых, проекты включают в себя

координированные выполнения взаимосвязанных действий и участников, в-третьих, они имеют ограниченную протяженность во времени, их не стоит затягивать на неопределенный срок. Кроме того, каждый проект по-своему уникален и неповторим, хотя бы в рамках определенной компании. Удачным примером формирования проекта может быть улучшение каких-либо функций организации. Выполнение таких целей в формате проекта поможет достичь желаемого результата в заранее определенный срок, позволит контролировать процесс на каждом этапе, координировать действия и людей и многое другое. Публичное акционерное общество «Иркутскэнерго» регулярно занимается реализацией различных видов проектов, а так же заранее планирует будущие проекты. Одним из планируемых проектов компании является внедрение новой системы оценки экономического эффекта управления складскими запасами.

ПАО «Иркутскэнерго» на данный момент уже располагает имеющейся методикой расчета экономического эффекта складских запасов. Однако данная методика не соответствовала международным стандартам и не учитывала все аспекты управления и расчета ТМЦ на складе, поэтому возникла необходимость создания новой методики расчета экономического эффекта. С этой целью была выделена специальная группа людей — участники проекта. Для указанного проекта группа состояла как из работников компании, так и из привлеченных со стороны людей. Руководителями проектной группы являются главный инженер компании и директор по снабжению. Команда проекта внутри компании состоит из семи человек, принадлежащих к исполнительной дирекции ПАО «Иркутскэнерго». Проектная группа включает в себя [1]:

- Заместитель главного инженера
- Заместитель главного инженера по теплотехнической части
- Заместитель главного инженера по промышленной безопасности, надежности и охране труда
- Заместитель главного инженера по электротехнической части
- Заместитель директора по ремонту и капитальному строительству — начальник отдела капитального строительства
- Начальник службы топливообеспечения
- Ведущий экономист отдела организации закупок и выбора поставщиков

Помимо этих участников, в команду проекта было привлечено два сторонних участника — учащиеся Сибирско-американского факультета Иркутского Государственного Университета. В рамках управления проектами существует понятие «команда проекта», где каждому участнику

соответствует определенная роль [2]. В данной команде роли распределены таким образом, как это представлено в таблице 1. Стоит отметить, что некоторым участникам проекта соответствует более одной роли.

Таблица 1. Команда проекта

Роли	Носитель роли
Председатель	Заместитель генерального директора по производству энергии Директор по снабжению
Креативщик	Студенты ИГУ
Предприниматель	Ведущий экономист отдела организации закупок и выбора поставщиков
Рабочая пчелка	<ul style="list-style-type: none"> • Заместитель главного инженера по теплотехнической части • Заместитель главного инженера по электротехнической части • Заместитель директора по ремонту и капитальному строительству • Начальник службы топливообеспечения • Студенты ИГУ
Опора команды	Ведущий экономист отдела организации закупок и выбора поставщиков
Бюрократ	Заместитель главного инженера
Шпион	Заместитель главного инженера по промышленной безопасности, надежности и охране труда

Данный проект представляет собой стратегический тип проектов и имеет бюджет в размере 5 000 тыс. руб. Задачей участников проекта является выполнение цели проекта в указанный срок. Управление проектами подразумевает разбиение всего проекта на составляющие части, работы. Каждая работа имеет свою контрольную точку, называемую «вехи проекта». Вехи проекта определяются руководителями проекта и представляют собой промежуточные цели проекта. Проект ПАО «Иркутскэнерго» по управлению складскими запасами имеет девять промежуточных целей, которые представлены на рисунке 1.

	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание
1	Оформление приказа ПАО «Иркутскэнерго» по организации	13 дней	Ср 01.04.15	Вс 19.04.15
2	Формирование функциональных требований к модификации	8 дней	Пн 20.04.15	Ср 29.04.15
3	Проведение документарной и технической инвентаризации	14 дней	Чт 30.04.15	Вт 19.05.15
4	Разработка КПЭ для ПАО «Иркутскэнерго», филиалов ПАО	9 дней	Ср 20.05.15	Вс 31.05.15
5	Разработка и утверждение СТП по вовлечению в производство	1 день	Пн 01.06.15	Пн 01.06.15
6	Разработка и утверждение СТП по формированию аварийного	1 день?	Пн 01.06.15	Пн 01.06.15
7	Разработка и утверждение регламента по реализации ТМЦ, переданных в ООО ТД «ЕвроСибЭнерго», через агентской договор	66 дней	Пн 01.06.15	Вс 30.08.15
8	Разработка и утверждение СТП по организации заявок, хранения и списания отдельных номенклатур ТМЦ	81 дней	Пн 31.08.15	Вс 20.12.15
9	Отчет о реализации проекта	9 дней	Пн 21.12.15	Чт 31.12.15

Рис.1. Промежуточные цели проекта

С целью иллюстрации плана проекта была использованна диаграмма Ганта. Диаграмма Ганта представляет собой популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо

проекту и является одним из методов планирования проектов [3]. Для наглядности плана данного проекта так же была использована диаграмма Ганта, которая представлена на рисунке 2.

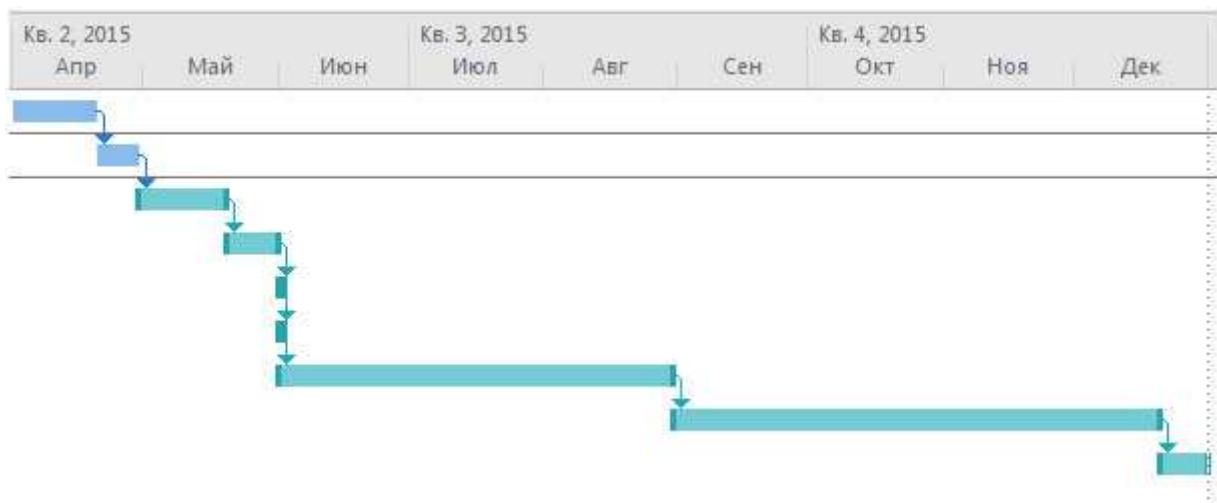


Рис.2. Диаграмма Ганта

Данная диаграмма отражает, в какое время начинается и заканчивается проект, как долго идут работы, какие из них могут идти параллельно, помогает наглядно представлять продвижение по проекту и т.д.

Когда выполнена последняя цель и создан отчет о реализации проекта, наступает не менее сложный этап — переход компании от старой системы учета складских запасов и подсчета экономической эффективности на новые методы. Этот пункт не отражен непосредственно в паспорте проекта и на него не выделено определенное количество времени — компании будет выгодно, чтобы новая

методика начала реализовываться как можно раньше. Однако на данном этапе компания сталкивается с рядом трудностей: во-первых, это объяснение новой методики материнской компании ООО — «ЕвроСибЭнерго». Компания «Иркутскэнерго» вправе самостоятельно разрабатывать внутренние методики, в том числе и правила учета складских запасов. Однако ООО «ЕвроСибЭнерго» оставляет за собой право критиковать методику, если она не соответствует, на их взгляд, правилам учета запасов или в случае, если существующая модель считает не всю экономическую эффективность. Эта проблема

решается наличием хорошей теоретической базы, которая дает возможность объяснить материнской компании целесообразность и логичность применения конкретной методики. По большей части, подготовкой теоретического обоснования занимаются приглашенные участники проекта — студенты САФ ИГУ. Кроме указанной проблемы возникают так же некоторые другие сложности — например, затраты ресурсов (чел/час), которые непосредственно не входят в проект. Это в основном рабочие, которые будут работать на складе, помощники проектной команды, которые будут редактировать существующую базу запасов и т.д. Обращаясь к контрольной точке проекта №3 — «Проведение документарной и технической инвентаризации складских запасов ТМЦ», видно, что на данном этапе будут задействованы дополнительные сотрудники, материалы, что является затратами проекта и их необходимо учитывать. Так же дополнительной сложностью реализации проекта является сопротивление сотрудников. Персонал, привыкший к старой методике компании, не может моментально переключиться на новую, кроме того, некоторые работники сложнее справляются с новыми формулами и методами расчета, совершая ошибки, поэтому на начальном этапе необходимо пристально наблюдать за расчетами и проверять их. Данная процедура так же займет несколько чел./час, что необходимо учитывать при распределении бюджета проекта. Однако, вполне возможно упростить процесс внедрения новой методики. В первую очередь, необходимо предоставить руководящему персоналу теоретическую базу. Руководство должно точно понимать, в чем плюсы и минусы старой методики оценки экономического эффекта, какие преимущества имеет новая система и почему компании выгодно использовать именно ее. Так же следует иметь обоснование данной системы с точки зрения соответствия международным стандартам. Во-вторых, необходимо провести подготовку персонала, во избежание ошибок при расчетах новой методике. Разбивая внедрение новой методики на этапы, можно выделить следующие:

1. Наработка теоретических знаний руководства
2. Представление методики сотрудникам
3. Переход на новую методику
4. Контроль за правильностью проведения расчетов экономического эффекта по новой методике
5. Анализ результатов

Управление проектами является важной составляющей работы многих организаций, так как рациональное управление помогает достигать четких целей проекта при балансировке между

объемами работ, ресурсами, временем, качеством и риском. ■

1. Методика расчета эффектов от снижения величины складских запасов ПАО «Иркутскэнерго» 2015г. // 2015.- 4 марта.- 2с.

2. Генерал без войска [Электронный ресурс] // На стол руководителю. - 2006. - N 3. - Электрон. версия печат. публ. - URL: <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=531> (дата обращения: 28.03.2016)

3. Диаграмма Ганта [Электронный ресурс] // <http://worksection.com/.-> URL: <http://worksection.com/faq/gantt-chart.html> (дата обращения: 29.03.2016)

4. Управление проектами: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под ред. Е. М. Роговой. —М.: Издательство Юрай, 2013. — 383 с.

5. Мазур И. И. Управление проектами: Учеб. пособие/ И. И. Мазур, В. Д. Шапиро.- М.: 2010. - 960 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Генерал без войска [Электронный ресурс] // На стол руководителю. - 2006. - N 3. - Электрон. версия печат. публ. - URL: <http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=531> (дата обращения: 28.03.2016)

Диаграмма Ганта [Электронный ресурс] // <http://worksection.com/.-> URL: <http://worksection.com/faq/gantt-chart.html> (дата обращения: 29.03.2016)

Мазур И. И. Управление проектами: Учеб. пособие/ И. И. Мазур, В. Д. Шапиро.- М.: 2010. - 960 с.

Методика расчета эффектов от снижения величины складских запасов ПАО «Иркутскэнерго» 2015г. // 2015.- 4 марта.- 2с.

Управление проектами: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под ред. Е. М. Роговой. — М.: Издательство Юрай, 2013. — 383 с.

Project management of the new economic effect methodology in PJSC «Irkutskenergo»

© Zarubina A., 2016

This article considers the economic effect methodology in PJSC «Irkutskenergo» and project management of new methodology. Author highlighted the process of the creation project, instruments of the project management and describe current project. Author also has offered some advices for the introduction of the new economic effect methodology in PJSC «Irkutskenergo».

Keywords: project management, Irkutskenergo, economic effect methodology.

© Изотова Н. С., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Статья обращает внимание на новые вызовы современных молодых лидеров, представителей лидерства нового поколения. Предлагается рассмотреть наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются лидеры современного сообщества, а также способы решения и подходы к разрешению возникающих трудностей на пути к созданию долгосрочного видения и реализации изменений на глобальном уровне. Автор делает акцент на ряде техник по укреплению эмоционального интеллекта лидеров для повышения и укрепления эффективности делового и личного общения на разных уровнях путем.

Ключевые слова: лидеры нового поколения, лидерство изменений, трансформационное лидерство, стратегические лидеры, глобализация.

The earth now faces and experiences the turbulent era of change including all human beings as well as the rest of the world. For the past decade or two people all around the world with different professional, racial, age and gender background have come to a conclusion that past management and leadership concepts and methodologies are no longer sufficient. And there is a great demand for a new kind of leadership that will drive to results along with effective management.

Great economic, social, and global issues face us. Such factors as faster technological change, greater international competition, an unstable oil cartel, the changing demographics are among the ones that contribute to the shift. More and more changes are required in order to survive and compete effectively in the new environment. Changes always demand leadership. Leaders can help craft significant dialogue, visions, and changes to address the global change issues. Leaders are needed to help navigate today's turbulent waters and guide to higher grounds. Who are they? Who are the strategic transformational leaders?

The Dalai Lama the 14th once said «The planet does not need more 'successful people'. The planet desperately needs more peacemakers, healers, restorers, storytellers, and lovers of all kinds. It needs people to live well in their places. It needs people with moral courage willing to join the struggle to make the world habitable and humane and these qualities have little to do with success as our culture has defined it.»[3].

The era of data collection and information gathering has passed and now the world has moved to the point where it is the time to take the information and embody the transformations required by the time and «be the change we wish to see in the world», as Gandhi said.

The history has never faced a more challenging situation than the humanity is witnessing right now — whether it relates to weather catastrophes, nuclear catastrophes, economical recessions or political tensions etc., the economic recessions of 1998 and 2008 were cyclical — there was a decline and then the rise. However, the current crisis is a turbulent one. It means it's bottomless. It has spread all over and covered all the spheres of life. It clearly demonstrated

the inefficiency of government and it goes along with oil price decrease, sanctions and countersanctions. Within such circumstances of total ambiguity we need to learn to be the masters and creators of our lives.

They say when a monkey is hungry and her banana is in a jar, it will do everything to get it. It means that this is the time when everyone becomes a monkey with the banana. And if one teaches himself or herself how to pull out the banana, he or she will become unbreakable.

What do millennium leaders need besides the development of their professional qualities and the desire to take a responsibility upon themselves in order to implement the change on a global scale? They need to develop their emotional intellect. Emotional intellect is a skill to scan other people, to get along with them, to retrieve the necessary information from them and lobby your interests. A true leader who takes risks and responsibilities, who makes decisions is impossible to be a misanthrope. He or she needs to possess a certain level of emotional intellect which also means to be a strong communicator. If you are an artist who draws pipes and hates all humanity, you will have to find a person who will sell that painting. Eighty percent of success relies on success in communication. Therefore, critical thinking and negotiation (communication) skills are the ones among the top priority mastership for anyone who wants to be a leader in the life.

Ultimately, the development of emotional intellect is more about becoming aware that the deepest satisfaction in life is to feel good in your own skin. Truly, virtue is its own reward. That is what contributes to the awareness of human happiness. It's not about what's happening out there. It's about how people show up in any given moment within what's happening [7].

The world is currently in a very stressful place. Personal issues, larger social or global issues are affecting us. However, the world that we experience whether that relates to one's private life or our planetary existence is a reflection of the people that we have been. The human race has put itself into a suicidal rampage — the wars, the terrorism, the biological desecrations are happening globally. Therefore, if we

want to change the world we need to become new people.

In a certain way the human race is hurdling to its own destruction. There are so many stress factors on the planet right now. Therefore, any leader's plan should be to encourage and inspire people to become the ones who have the necessary level of wisdom and intelligence not only to survive but to thrive on planet Earth. We need to foster our higher minds, our higher wisdom, our higher intelligence so that we become the people who fully realize our potential through manifestation of our virtues such as maturity, integrity, service to others, love, and care. It has become a universal imperative for the people to become the men and women we are capable of being as quickly as possible. Unless and until we make this quantum leap inside ourselves, we can't be the conduits for the quantum leap that needs to occur in the world. Many people feel overwhelmed and stressed out because we have been put through a very rapid pace of change. All the evolutionary impulse for the human race to come to realization of its fullest potential is rushing into us right now and that may also be stressful. However, our grandchildren's grandchildren's grandchildren need us to become what we are capable of being. They need us to stop playing games whatever games we are playing that inhibit us from the full manifestation of our potential.

People used to think it's only about becoming functional from being dysfunctional — which means to make a living; arrange decent, regular meals; stay in a relationship and that was it. And now it came to understanding that the 'good' was just the beginning and now we need to transform from 'good' to 'great'.

To sum it up, people need to be taught not only to take their responsibility for their finances or chores, but they also need to learn to take the responsibility for their emotions, for being happy, for becoming more loving, caring, tolerant, and respectful people. One of the most cutting-edge leadership methods for adjusting the system of emotional management is through meditation and prayer especially when it's delivered in an unobtrusive, soft, and playful manner.

The three most important attributes or skills a leader must possess in order succeed in the unique context of the 21st century are the wish for professional qualities development, the desire to take responsibility upon themselves in order to implement changes on a global scale, and constant development of their emotional intellect.

Emotional intellect is a skill to scan other people, to get along with them, to retrieve the necessary information from them and lobby your interests. A true leader who takes risks and responsibilities, who makes decisions is impossible to be a misanthrope. He or she needs to possess a certain level of emotional intellect which also means to be a strong communicator. Eighty percent of success relies on success in communication. Therefore, critical thinking and negotiation

(communication) skills are the ones among the top priority mastership for anyone who wants to be a leader in the life.

To sum it up, people need to be taught not only to take their responsibility for their finances or chores or keep investing in the professional growth, but they also need to learn to take the responsibility for their emotions, for being happy, for becoming more loving, caring, tolerant, and respectful people. One of the most cutting-edge leadership methods for adjusting the system of emotional management is through meditation and prayer especially when it's delivered in an unobtrusive, soft, and playful manner. ■

1. Deming W. E. Out of the crisis: quality, productivity and competitive position. — Cambridge, Massachusetts, USA: Cambridge University Press, 1986.

2. Филонович С. Классификация теорий лидерства и проблемное поле лидерства/ С. Филонович// Персонал Микс. — 2004. - №3 (022). С.15-16

3. Burchard B. The student leadership guide/ B. Burchard. — Ney York, USA: Experts Academy Press, Morgan James Publishing, 2009. — 270 p.

4. Daft R. L. The leadership experience/ R.L. Daft. USA: Cengage learning, 2011. — 546 p.

5. Kotter J. Management is (still) not leadership/ J. Kotter. - <http://blogs.hbr.org/kotter/2013/01/management-is-still-not-leadership.html> (25фев. 2016)

6. Kotter J. Change management versus change leadership. What is the difference?/ J. Kotter. - <http://www.forbes.com/sites/johnkotter/2011/07/12/change-management-vs-change-leadership-whats-the-difference/> (15 февр. 2016)

7. Williamson M. A return to love/ M. Williamson. USA: Harper Collins Publishers, 1992. — 299 p.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Филонович С. Классификация теорий лидерства и проблемное поле лидерства/ С. Филонович// Персонал Микс. — 2004. - №3 (022). С.15-16

Burchard B. The student leadership guide/ B. Burchard. — Ney York, USA: Experts Academy Press, Morgan James Publishing, 2009. — 270 p.

Daft R. L. The leadership experience/ R.L. Daft. USA: Cengage learning, 2011. — 546 p.

Deming W. E. Out of the crisis: quality, productivity and competitive position. — Cambridge, Massachusetts, USA: Cambridge University Press, 1986.

Kotter J. Management is (still) not leadership/ J. Kotter. - <http://blogs.hbr.org/kotter/2013/01/management-is-still-not-leadership.html> (25фев. 2016)

Kotter J. Change management versus change leadership. What is the difference?/ J. Kotter. - <http://www.forbes.com/sites/johnkotter/2011/07/12/change-management-vs-change-leadership-whats-the-difference/> (15 февр. 2016)

Williamson M. A return to love/ M. Williamson. USA: Harper Collins Publishers, 1992. — 299 p.

On some challenges new generation leaders need to tackle

© Izotova N., 2016

The article addresses the issue of contemporary challenges young leaders, the representatives of new generation leadership, are facing and the way and approaches considered for application in order to tackle the problems and

being able to construct a long term vision for change on a global scale. The author emphasizes on the need for building up emotional intelligence in order to create and sustain various levels of business and personal relationship efficiency as a result of communication skills improvement.

Keywords: new generation leaders, change leadership, transformation, leadership challenges, strategic leaders, globalization.

УДК 336.717

ВИДЫ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Кабакова Ю. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматриваются разные классификации бизнес-процессов, реализуемых в банковской сфере, а также излагаются проблемы их реализации на примере конкретного банка

Ключевые слова: бизнес-процессы, банковская деятельность.

Бизнес-процесс — это горизонтальная структура внутренних и зависимых между собой функциональных действий, конечной целью которых является выпуск продукции или отдельных ее компонентов [1]. Данное определение бизнес-процесса отражает общую характеристику существования организации, начальной точкой отсчета которой является ее создание и поступление в нее любых материальных, человеческих, финансовых и иных ресурсов из внешней среды, а результатом их переработки — появление организационного продукта. Таким образом, в широком смысле, к бизнес-процессу можно отнести единую схему внутриорганизационной деятельности, а в узком — ее отдельные составляющие.

Классификация этих составляющих в теории и практике менеджмента достаточно многообразна. Так, в зависимости от различных основополагающих, признаков можно различать следующие категории бизнес-процессов:

- процессы, непосредственно обеспечивающие выпуск продукции, в результате реализации которых осуществляется получение определенного дохода в бизнес-системе;
- процессы планирования и управления, обеспечивающие эффективное планирование и управление получением дохода при реализации процессов выпуска продукции;
- ресурсные процессы, обеспечивающие доставку ресурсов в точку непосредственного выполнения действия;
- процессы преобразования, являющиеся вспомогательными и выполняющиеся в тех ситуациях, когда необходимо достичь целевых действий путем изменения существующих

технологий [2].

В случае выделения основных и вспомогательных элементов деятельности организации бизнес-процессы делят на:

- управляющие — в которые входят все действия по контролю за работоспособностью организации в целом (стратегический менеджмент или административно-командная система);
- операционные — непосредственно производственная система организации (прием заказов, разработка или продвижение услуг);
- поддерживающие — обслуживающие функции обеспечивающих подразделений для сохранения непрерывного процесса производства (бухучет и аудит, телефонные центры, техническая поддержка и сервис, клининг).

Причем, факторы, влияющие на определяющий признак, могут быть достаточно разнообразны и зависеть от направления деятельности организации, формы собственности, объема и видов выпускаемой продукции, и т.д.

Одну из подобных классификаций использовали специалисты банковской сферы, в том числе аналитики АКБ «Русфинансбанк», которые выделили три группы существующих процессов, составили по ним карты, задокументировали эти процессы, а также проанализировали их на предмет улучшений. В результате работы

- были определены и изучены основные бизнес-процессы банка (кредитные операции, ведение корпоративных финансов, использование индивидуальных ячеек, управление счетами физических лиц, и др.);
- процессы сопровождения бизнеса (маркетинговая и рекламная деятельность, разработка или усовершенствование банковских

продуктов, улучшение качества обслуживания, совершенствование контроллинга);

- вспомогательные процессы (управление персоналом, материально-техническое обеспечение, информационные технологии, бухгалтерско-учетные процессы и др.).

Разберем некоторые из них. Например, кредитные операции занимают в работе банка достаточно серьезное место и направлены на достижение двух целей: получение прибыли путем регулирования процентных ставок и привлечение клиентов возможностью не только удовлетворить свои покупательские потребности, но и привлечь их к приобретению иных банковских продуктов. Наиболее распространенными стали ипотечное, потребительское и авто-кредитование, бизнес-процессы в которых во многом отработаны и продолжают дорабатываться в силу изменения ситуации на рынке банковских услуг и экономики в целом.

Управление счетами как бизнес-процесс представляет собой использование множества операций, таких как Интернет-банкинг, использование пластиковых карт, монетизация счета и др. Тем не менее, в основе данного бизнес-процесса лежит привлечение средств физических и юридических лиц для их сохранения и получения банком дополнительной прибыли.

Маркетинговая деятельность как вид бизнес-процесса в работе банков направлена на изучение рынка кредитования, анализ кредитно-финансовой истории потребителя и формирование возможностей привлечения вкладов, изменений в бизнес-процессах банка в целом или определенной его составляющей. Маркетинговая деятельность используется также как элемент формирования возможностей, способствующих привлечению дополнительных потребителей, увеличению количества и качества банковских услуг, предлагающих клиентам вложить свои средства в тот или иной банк. Банковский маркетинг, таким образом, предполагает использование банками лучших рынков банковских продуктов с учетом как настоящих, так и потенциальных потребностей клиентов. Исходя из этого, указанный бизнес-процесс помогает установить четкие цели банка, определить необходимые для этого ресурсы, формировать пути и способы реализации заявленных целей в установленные сроки, и разработку конкретных действий для выполнения планов.

Управление персоналом как вспомогательный бизнес-процесс может показаться действительно косвенным инструментом в работе банка. Но, именно здесь надо учитывать, что реализация грамотной и последовательной кадровой политики может предотвратить негативное влияние человеческого фактора при работе с документами и финансами, предупредить коррупционную

составляющую деятельности банковских работников, использовать правильный подход в работе с клиентами.

При всем возможном управленческом учете и контроле в деятельности банков проблемы реализации бизнес-процессов остаются. Это зависит от множества разнообразных факторов, начиная с условий внешней среды и заканчивая внутренними характеристиками конкретной организации. Сюда, в том числе, можно отнести качество и возможность получения достоверной информации из различных источников, структурные нарушения, сложность самого процесса и т.д.

Выявить совокупность проблем и их характеристики можно двумя диаметральными способами.

Во-первых, проблемная диагностика показала, что в Русфинанс банке имеют место: дублирование данных и низкое качество информации, недостаточная прозрачность бизнес-процессов и сложность их отслеживания, недостаточная координация между отделами, приводящая к существенным потерям, и др.

Особенно характерной является невозможность полной проверки предоставляемых клиентом сведений по вопросу получения кредита, что приводит в дальнейшем к накоплению задолженности или отказу от выплат по кредиту. Работа в этой области связана с высоким числом рисков, которые касаются учета длительности кредитного периода, возможности формирования залоговых ставок для малого бизнеса, и т.д.[3]

Зачастую, работник банка не обладает всей информацией не только о клиенте, но и о самом реализуемом им бизнес-процессе в силу его сложности, разветвленности, смыканий с другими процессами. Это приводит к нарушению не только основных бизнес-процессов (например, кредитование), но и вспомогательных (снижение мотивации к труду, возникновение конфликтов в системе управления персоналом).

Во-вторых, эффективность бизнес-процессов, а, соответственно, и наличие проблем, можно оценить методом выявления потенциала изменений. В соответствии с данным методом эти процессы могут быть распределены на следующие виды:

1. те, которые имеют очень большие возможности улучшения;
2. бизнес-процессы со средними возможностями оптимизации;
3. процессы с минимальными резервами изменений в лучшую сторону в силу невозможности, например, оказывать влияние на определенные элементы внешней среды.

Здесь проблематика реализации бизнес-процессов рассматривается с точки зрения использования дополнительных технических, информационных, научных, временных,

человеческих ресурсов для устранения той или иной проблемы. Так, система управления персоналом в Русфинанс банке может быть доработана в рамках оптимизации процессов подбора, обучения и расстановки кадров. В рамках повышения эффективности процессов со средними возможностями можно отнести управление корпоративными финансами. Процессы с небольшими резервами улучшения предполагают дополнительную отработку использования индивидуальных сейфов.

Таким образом, вопросы управления бизнес-процессами остро встают в компании, когда на определенном этапе ее развития сбои во взаимодействии могут носить регулярный характер, при этом оказывая существенное влияние на эффективность деятельности самой организации. В таком случае четкое понимание сущностных черт, видовой принадлежности, структуры того или иного бизнес-процесса позволит быстрее выявить назревающую проблему и устраниить ее. ■

1. Кленин А. Стратегия управления бизнес-процессами: производство/ А. Кленин // Компьютерные решения. 2000. Выпуск 2 (30).

2. Виханский О.С. Менеджмент/ Виханский О.С., Наумов А.И. - М.: Экономистъ, 2009. - 342 с.

3. Булатова А. И., Шайбакова А. А. Проблемы кредитования в России [Текст]/ А.И. Булатова, А.А. Шайбакова // Проблемы современной экономики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 35-37.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Булатова А. И., Шайбакова А. А. Проблемы кредитования в России [Текст]/ А.И. Булатова, А.А. Шайбакова // Проблемы современной экономики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 35-37.

Виханский О.С. Менеджмент/ Виханский О.С., Наумов А.И. - М.: Экономистъ, 2009. - 342 с.

Кленин А. Стратегия управления бизнес-процессами: производство / А. Кленин // Компьютерные решения. 2000. Выпуск 2 (30).

Types and problems of business processes in banking

© Kabakova J., 2016

This article discusses the different classification of business processes implemented in the banking sector, also there are statements of problems and realization their on the example of a particular bank.

Keywords: business processes, banking.

УДК 336.717

МЕТОДЫ АНАЛИЗА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

© Кабакова Ю. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные методы анализа бизнес-процессов, реализуемых в банковской сфере, а также излагаются проблемы, которые выявлены в рамках реализации бизнес-процессов на примере конкретного банка

Ключевые слова: бизнес-процессы, SWOT-анализ, функционально-стоимостной анализ

Бизнес-процесс — это горизонтальная структура элементов взаимодействия, при которой выпуск продукции или отдельных ее компонентов становится реализуемой целью [1]. Кроме того, это множество разнообразных связанных между собой операций, в которые дают представление о сути деятельности той или иной организации. Сложность структуры, состояния и динамики развития данного явления зачастую трудно представить в силу многочисленных трансформаций, переплетений и видоизменений. Исходя из данного положения, можно представить, что бизнес-процессы, как и сама организация в целом подвержены воздействию множества внутренних и внешних факторов, что может привести к нестабильности или прекращению существования системы

Поэтому, для устранения подобных проблем, в науке и практике менеджмента было разработано множество способов оценки как самой организации в целом, так и осуществляющихся в ней процессов. В связи с этим, анализ процессов необходимо воспринимать в разных аспектах: в него включается не только работа с графическими характеристиками бизнес-процессов, но и анализ всей доступной информации по процессам, измерения показателей, сравнительный анализ и т. д.

Следует также отметить, что методы анализа бизнес-процессов используются для проведения исследований, анализа, поиска резервов и новых возможностей только социально-экономических систем — организаций различных форм

собственности, их структурно-функциональных подразделений, конкретных рабочих мест.

Множество полученных и используемых методик исследователи попытались классифицировать по различным основаниям. Например, В. Репин и В. Елиферов в книге «Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов» классифицировали совокупность методик анализа бизнес-процессов, разделив их на две большие группы: качественный и количественный анализ. Среди методов качественного анализа были выделены методы, характерными особенностями которых является высокий уровень субъективности оценок (SWOT-анализ, визуальное наблюдение, документационный анализ), а к количественным — с возможностью измерения показателей (сравнительный анализ, имитационное моделирование, и др.) [2].

Сергей и Валерий Ковалевы в рамках группировки методов анализа бизнес-процессов дополнительно включили в нее и методы оптимизации деятельности, объединив, по сути данные методики в сходные между собой способы деятельности [3].

Таким образом, методы анализа бизнес-процессов могут применяться в трех вариантах:

- корректирующий — в виде анализа

<p>Так, к сильным сторонам банка можно отнести:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Топ-менеджмент — профессионал высокого уровня.2. Высокое качество услуг банка.3. Наличие квалифицированных кадров.4. Высокая степень автоматизации услуг. <p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Повышение эффективности за счет программы господдержки.2. Снижение количества проверок.3. Сокращение сроков оформления разрешительной документации	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Клиенты не удовлетворены процентными ставками.2. Частичное дублирование функций.3. Нет системы измерения показателей эффективности процесса.4. Нет паспортов рабочих мест <p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Потеря клиентов вследствие высокой конкуренции.2. Снижение финансовой ликвидности клиентов.3. Большая зависимость от требований Центрального Банка
---	---

Данный анализ, таким образом, позволяет увидеть не только сложившиеся для банка проблемы, но и направить необходимые ресурсы для их устранения. В первую очередь, SWOT-анализ — это инструмент для качественной предварительной оценки процесса. Полученные сведения могут быть использованы в дальнейшем для выяснения причин низкой эффективности бизнес-процесса и определения существующих особенностей.

Количественные методы анализа бизнес-процессов, основанные на сборе и обработке статистической информации, используются в банках при внедрении систем менеджмента качества, а также реализации учетно-контрольных

существующей системы;

- проектирующий — разработка новых или оптимизация старых бизнес-процессов; и, кроме того, адаптирующий — возможность быстро адаптировать процессы к новым условиям.

Есть различные методы анализа, каждый из которых характеризуется своей особенностью с позитивной и негативной стороны. Их перечисление и, собственно, характеристика не являются целью статьи и занимают достаточно большое место. Поэтому мы остановимся только на нескольких методиках, которые позволят обратить внимание на особенности изучения и возможностях оптимизации банковских бизнес-процессов в общем их представлении и понимании, на примерах.

В практике банковской деятельности можно выделить несколько видов субъективной оценки процессов. Это общеизвестные методы анализа: SWOT-анализ, наблюдение, изучение документов.

Примером использования метода качественного характера при анализе деятельности Русфинанс банка как общего бизнес-процесса может стать SWOT-анализ. Он предполагает выявление его сильных и слабых сторон, возможностей улучшения и угроз ухудшения.

Таблица 1. Swot-анализ деятельности банка русфинанс

Слабые стороны:

1. Клиенты не удовлетворены процентными ставками.
2. Частичное дублирование функций.
3. Нет системы измерения показателей эффективности процесса.
4. Нет паспортов рабочих мест

Угрозы:

1. Потеря клиентов вследствие высокой конкуренции.
2. Снижение финансовой ликвидности клиентов.
3. Большая зависимость от требований Центрального Банка

функций. В настоящее время широкое распространение получили такие методы количественного анализа, как ФСА и АВС-анализ бизнес-процессов.

Функционально-стоимостной анализ — метод определения стоимости и других характеристик банковских услуг, в основе которого лежит использование функций и ресурсов, задействованных в различных бизнес-процессах: кредитные операции, управление счетами физических лиц, маркетинговая и рекламная деятельность, расходы по управлению персоналом, материально-техническое обеспечение, бухгалтерско-учетные процессы и др.

Цель ФСА — обеспечение правильного распределения средств, выделенных на предоставление услуги, прямых и косвенных расходов. Это позволяет обеспечить наиболее реалистичную оценку стоимости каждой операции в отдельности и деятельности организации в целом. С помощью этого метода можно быстро оценить объем прибыли, ожидаемой от предоставления услуги. Исходя из разработанной ФСА-модели можно понять, что если изначальная стоимость той или иной операции была рассчитана правильно, то прибыль (до уплаты налогов) будет равна разнице между ценой продажи услуги и затратами, рассчитанными по методу ФСА.

Например, одним из направлений развития Русфинанс банка является расширение кредитования реального сектора российской экономики. В структуре процентных доходов банка традиционно преобладают доходы по кредитам юридическим и физическим лицам.

Таким образом, учитывая важность процесса кредитования для банка, данный процесс наиболее полно отражает применимость метода стоимостной оценки процессов.

Эти изменения в процессе возможны только при внедрении специализированного программного обеспечения высокой стоимостью. Исходя из этого, результатом стоимостного анализа должно стать получение ответа на вопрос о стоимости данного бизнес-процесса с учетом расходов на внедрения автоматизированной системы. Исследования показали, что внедрение данной системы не оправдывает себя, а с учетом использования методов качественного анализа можно предположить, что в нынешних условиях банку необходимо ориентироваться на сохранение и упорядочение тех бизнес-процессов, которые непосредственно реализуются в настоящее время. Более серьезные выводы можно делать уже в дальнейшем при детальном и углубленном анализе отдельных составляющих деятельности банка.

В целом, совокупность методов проблемной диагностики показала, что в Русфинанс банке

имеют место, кроме указанных выше: дублирование данных и низкое качество информации, недостаточная прозрачность бизнес-процессов и сложность их отслеживания, недостаточная координация между отделами, приводящая к существенным потерям, и др. ■

1. Кленин А. Стратегия управления бизнес-процессами: производство/ А. Кленин // Компьютерные решения. 2000. Выпуск 2 (30).

2. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. - Издательство: Манн, Иванов и Фербер. - М., 2013.

3. Ковалев С. М., Ковалев В. М. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов / С. М. Ковалев, В. М. Ковалев// Консультант директора. 2005. № 7.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Кленин А. Стратегия управления бизнес-процессами: производство/ А. Кленин//Компьютерные решения. 2000. Выпуск 2 (30).

Ковалев С. М., Ковалев В. М. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов / С. М. Ковалев, В. М. Ковалев// Консультант директора. 2005. № 7.

Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. - Издательство: Манн, Иванов и Фербер. - М., 2013.

Methods of analysis of business processes

© Kabakova J., 2016

In the article the basic methods of analysis of business processes, which are implemented in the banking sector, also problems outlines that are identified in the framework of the implementation of business processes on the example of a particular bank.

Keywords: business processes, the SWOT-analysis, value analysis.

УДК 336.65

ФАКТОРИНГ КАК БАНКОВСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

© Казаков Р. И., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматривается такая услуга кредитных организаций как факторинг. Статья освещает основные понятия, связанные с данной услугой, описывает благоприятные экономические условия для ее использования. Также статья содержит информацию о целевой аудитории данной услуги, схему ее функционирования. В завершении статьи говориться о преимуществах факторинга и перспективах развития данной услуги на территории России.

Ключевые слова: факторинг, дебитор, риск неплатежа, уступка прав денежного требования.

Кредитная организация — это организация, которая на основе лицензии банка России может осуществлять банковские операции [2]. Существует два вида кредитных организаций: банки и небанковские кредитные организации.

Банк — это кредитная организация, которая имеет право [2]:

1. Привлекать средства во вклады
2. Размещать эти средства на условиях возвратности и платности
3. Вести банковские счета

В свою очередь к банковским операциям, то есть к тем, которые может выполнять только банк, относятся [4]:

1. Привлекать средства во вклады
2. Размещать привлеченные средства
3. Вести счета
4. Осуществлять денежные переводы
5. Заниматься кассовым обслуживанием
6. Заниматься покупкой и продажей иностранной валюты
7. Привлекать во вклады и размещать драгоценные металлы

Также к банковским операциям относят лизинг и факторинг. Однако данные услуги могут предоставлять и специализированные компании. Данная статья будет посвящена такой мало популярной в России услуге, как факторинг.

Факторинг согласно информационному порталу Factorings.ru [3] — это разновидность финансовой услуги, когда банк или факторинговая компания получает денежные требования на должника и взыскивает этот долг за определенное вознаграждение, которое платится продавцом. Иными словами, факторинговая компания оплачивает услуги или товар продавцам за

покупателя и получает взамен права требования стоимости услуг с покупателя и получает за это комиссию от продавца.

В целом же, факторинг — это целый комплекс услуг. Данный комплекс включает следующие пункты [5]:

1. Безналоговое финансирование под уступку денежных требований
2. Анализ покупателей исходного товара
3. Страхование рисков неплатежей со стороны покупателей
4. Управление дебиторской задолженностью компании пользователя факторинговыми услугами

Факторинговые услуги необходимы в первую очередь тем компаниям, которые работают с отсрочкой платежей. А в данных нестабильных экономических условиях это означает, что целевая аудитория услуг факторинга увеличилась кратно так, как компаниям приходится адаптироваться к условиям, когда платежеспособный спрос сократился. Эта адаптация предполагает предоставление отсрочки по платежам. Данную тенденцию можно наблюдать практически везде. Отличным примером может послужить магазины розничной торговли компьютерной техникой и телефонами. Данные магазины практически все предлагают беспроцентную рассрочку платежей по товарам. Данную тенденцию можно транслировать на множество сегментов рынка.

В данных условиях велик риск кассовых разрывов. Иными словами при отсрочке платежей есть риск образования дефицита операционных средств. Также факторинг — это возможность реализовать расширение бизнеса.

Схема функционирования факторинга может быть представлена следующим образом (рис.1):

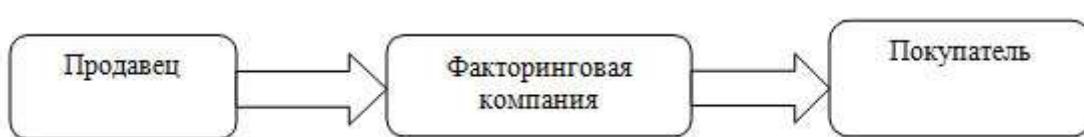


Рис. 1. Схема функционирования факторинга

Компания продавец передает право денежного требования за предоставленные услуги или товары факторинговой компании. Факторинговая компания, в свою очередь, погашает задолженность перед продавцом в размере до 90 % от сделки. Далее компания по факторингу предъявляет требования покупателю и тот выплачивает сумму сделки. Компания по факторингу берет с продавца процент за предоставления данной услуги. Таким образом, компания продавец жертвует частью прибыли ради получения необходимых денежных средств единовременно.

И так, факторинг обладает следующими преимуществами [5]:

1. Факторинг не требует залога. То есть, в отличии от обычного кредита, когда необходимо предоставить залог стоимость, которого при таких обстоятельствах, будет значительно ниже рыночной, факторинг не требует подобного условия.

2. Снижение рисков не платежей со стороны покупателей товара или услуги.

3. Факторинг предоставляет возможность развития бизнеса при привлекательных условиях.

Таким образом, факторинг является той услугой, которая в данных экономических условиях должна быть интересна компаниям и имеет все предпосылки роста популярности. Банки имеют возможность развить данное направление бизнеса

так, как они вправе осуществлять подобную деятельность. Подобный банковский инструмент способен оказать положительное влияние не только на прибыльность банковского сектора, но и других секторов экономики. Особенно данная услуга должна помочь малому бизнесу в текущих экономических условиях.

Спрос на российском рынке на данную услугу велик. Однако банки только сейчас начинают создавать требуемого качества предложение. Так ведущий банк России только в 2015 году вошел на рынок факторинговых услуг. В планы банка входит увеличения портфеля факторинговых операций [1].

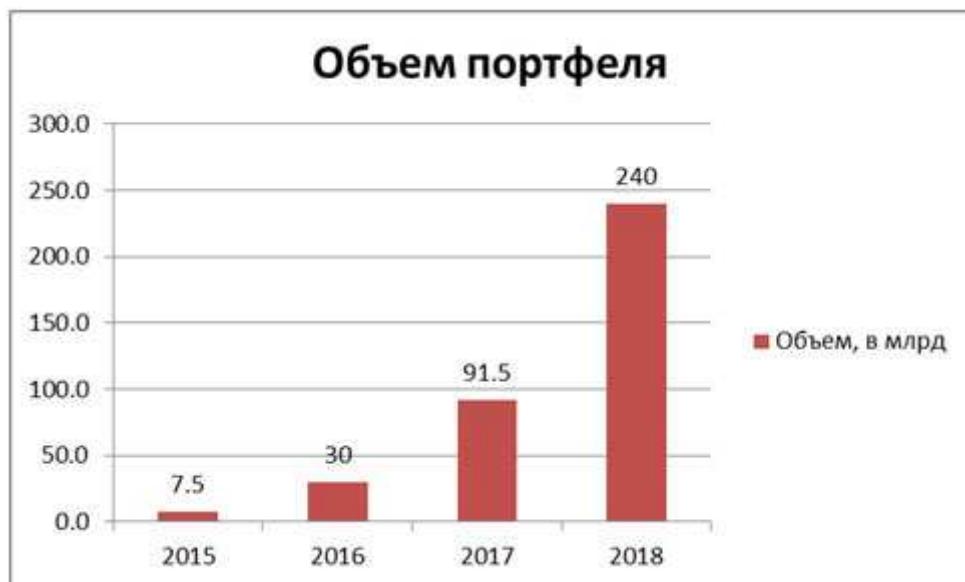


Рис.1. Объем портфеля факторинговых услуг

Стоит отметить, что цифра в 240 миллиардов рублей отражает практически весь объем рынка факторинговых услуг в России, согласно [1]. Общий же объем рынка по оценки Ассоциаций факторинговых компаний составляет 309 миллиардов рублей. Основными игроками на рынке на данный момент являются следующие компании:

1. ВТБ факторинг;
2. Промсвязьбанк;
3. Альфа-банк;
4. Газпромбанк;
5. Петрокоммерц.

Данные компании владеют на данный момент следующими долями рынка, согласно [1].

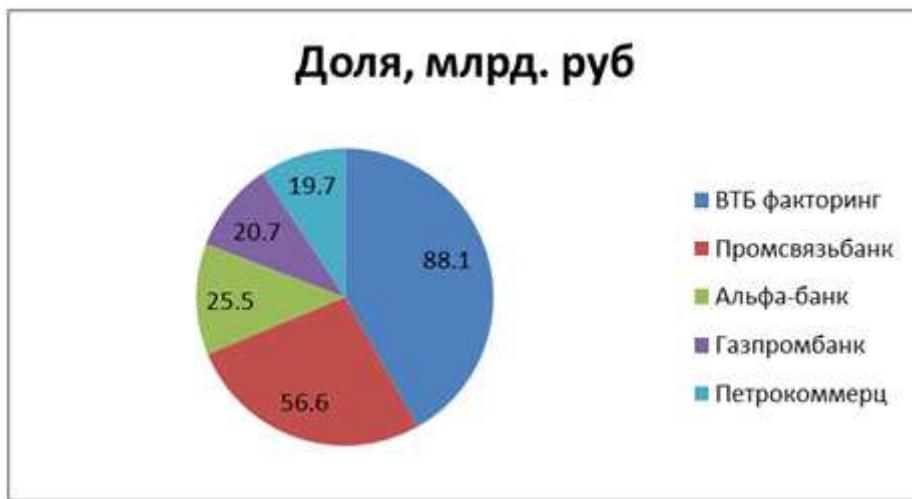


Рис. 2. Доля компаний на рынке факторинга РФ

Если же сопоставить объем предложения и объем спроса, то будет видно, что предложение не отвечает спросу в значительной мере. Разница

составляет почти треть спроса. Ниже приведено соотношение спроса и предложения на рынке факторинговых услуг России.

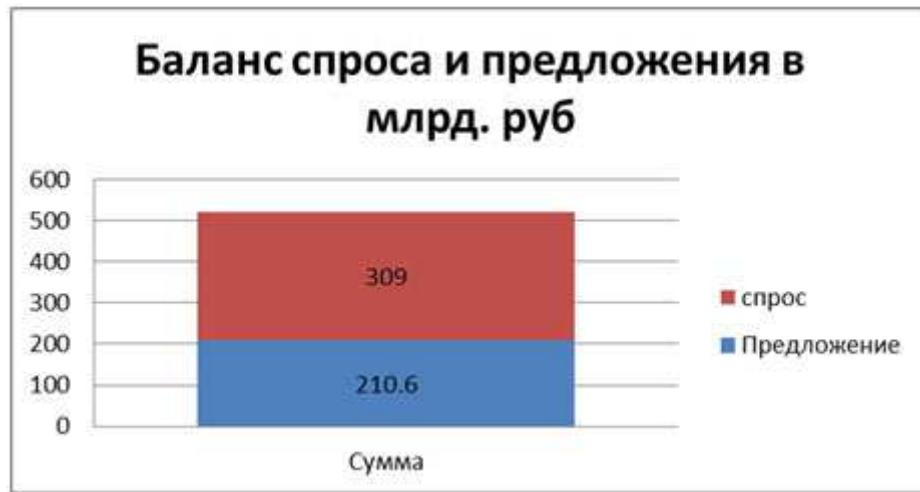


Рис.3. Соотношение спроса и предложения

Как видно, спрос значительно превышает предложение, что свидетельствует о наличии зоны роста банковских услуг, а именно факторинга. Данная ниша способна обеспечить дополнительный доход банка, который будет способствовать снижению совокупных возможных потерь от кредитной деятельности. Данный факт положительно влияет на банк и банковский сектор страны.

Факторинг — услуга по передаче прав денежного требования факторинговой компании с компании покупателя, за определенный процент. Компания продавец получает единовременную оплату за свои услуги и товар. Таким образом, это позволяет снизить риск не платежа контрагента, ликвидировать кассовые разрывы. В данных экономических условиях с высокой волатильностью курса валют и снижением платежеспособности факторинг становится той услугой, которая способна обеспечить требуемый уровень стабильности бизнеса в контексте получения оплаты за товары и услуги. В виду данных характеристик факторинг будет привлекателен для пользователей банковских продуктов. Данный инструмент предоставляет клиентам веский уровень минимизации рисков. ■

1. Францева В. С места в факторинг [Электронный ресурс] // Коммерсант. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2685296> (дата обращения: 05.03.2016).

2. Кредитная организация [Электронный ресурс] // Банковское дело. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.grandars.ru/student/bankovskoe-delo/kreditnaya-organizaciya.html> (дата обращения: 05.03.2016).

3. Подробно о факторинге [Электронный ресурс] // Информационный ресурс. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.factorings.ru/static/description/> (дата обращения: 05.03.2016).

4. Факторинг [Электронный ресурс] // Банки.ру. Электрон. дан. – М., 2015. URL:

http://www.banki.ru/wikibank/bankovskie_operatsii/ (дата обращения: 05.03.2016).

5. Что такое факторинг? [Электронный ресурс] // Лайф факторинг. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://factoring.life/factoring/> (дата обращения: 05.03.2016).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Кредитная организация [Электронный ресурс] // Банковское дело. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.grandars.ru/student/bankovskoe-delo/kreditnaya-organizaciya.html> (дата обращения: 05.03.2016).

Подробно о факторинге [Электронный ресурс] // Информационный ресурс. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.factorings.ru/static/description/> (дата обращения: 05.03.2016).

Факторинг [Электронный ресурс] // Банки.ру. Электрон. дан. – М., 2015. URL: http://www.banki.ru/wikibank/bankovskie_operatsii/ (дата обращения: 05.03.2016).

Францева В. С места в факторинг [Электронный ресурс] // Коммерсант. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2685296> (дата обращения: 05.03.2016).

Что такое факторинг? [Электронный ресурс] // Лайф факторинг. Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://factoring.life/factoring/> (дата обращения: 05.03.2016).

Factoring as a bank's financial instrument

© Kazakov R., 2016

The article is dedicated to the question of using factoring as a banks' financial instrument in order to get competitive advantages at the bank's market. The article covers key concepts related to factoring. Also, the article mentions those economical conditions which are positive to launch factoring service. Moreover, the article describes the

УДК 338.26

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

© Казаков Р. И., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Данная статья посвящена вопросу применения проектного подхода при реализации строительных проектов жилой недвижимости. В статье рассмотрена сущность понятия проект. Далее дается определение проектного подхода, его основные характеристики и инструменты. Статья также содержит подтверждение актуальности применения данного подхода в реалиях современного рынка. Далее в статье приводится подтверждение эффективности применения проектного подхода с точки зрения сокращения временных и финансовых затрат при реализации проектов.

Ключевые слова: проект, проектный подход, строительство жилой недвижимости, сокращение издержек.

Проект, согласно учебному изданию РМВОК [4, с. 6] — это временное предприятие, которое направлено на создание уникального продукта, услуги или результата. Временная природа проекта подразумевает определенность начала и конца проекта. Проект считается завершенным [4, с. 11], когда конечные цели проекта были достигнуты или когда проект закрыт ввиду того, что его цели не могут быть достигнуты при заданных условиях. Проект может включать как одного человека в качестве главного действующего лица, так и целую организацию или несколько организаций.

Таким образом, для того, чтобы действие (предприятие) считалось проектом, оно должно соответствовать некоторым характеристикам, согласно K. Heldman [5, с. 10]:

1. Четко определенные начало и окончание;
2. Временность предприятия;
3. По завершению проекта создается уникальный продукт, услуга или достигается; уникальный результат;
4. Существуют специально выделенные ресурсы для осуществления проекта;
5. Завершение проекта определенно критериями.

Следует отметить, что действия направленные на осуществления проекта могут повторяться из проекта в проект, однако это не влияет на уникальность результата, на который направлен проект. Примером того, может служить строительство жилой недвижимости. В процессе строительства здания используются типовые проектные решения, применяются аналогичные материалы и технологии, однако количественные и качественные характеристики и особенности будут различными: например, географическая и топографическая привязка, технологические подключения, целевая аудитория и многое другое.

Временной интервал, который заняло выполнение проекта, называется жизненными циклом проекта. Более структурировано жизненный цикл проекта можно определить согласно источнику [1, с. 10], как сумма временных затрат всех стадий проекта с момента инициации проекта до момента его завершения. Для того, чтобы провести проект через все его стадии и получить конечный результат в установленные сроки и при заданных ресурсных ограничениях применяется проектный менеджмент.

Проектный менеджмент определяется в РМВОК [4, с. 12] как применение знаний, навыков, инструментов и техник к действиям по проекту для достижения проектных требований. Проектный менеджмент осуществляется путем применения и интеграции проектных процессов, собранных в пять групп процессов по проекту. Группы процессов представляют из себя следующий список [4, с. 6]:

1. Инициация проекта;
2. Планирование;
3. Исполнение проекта;
4. Мониторинг и контроль над деятельность по осуществлению проекта;
5. Закрытие проекта.

Инициация проекта, согласно K. Heldman [5, с. 53] — это первая группа процессов по проекту, которая определяет проект, должен быть предпринят, стоит ли его предпринимать, будет ли он прибылен для компании. Также на стадии инициации проекта, происходит вынесение решения о начале проекта, выделение организационных ресурсов для работы над проектом. Процесс инициации включает в себя следующие процессы [5, с. 54]:

1. Формулировка и установление основной цели проекта;

2. Определение критериев выбора проектов (NPV, IRR, payback period, рентабельность);
3. Назначение проектного менеджера;
4. Создание устава проекта;
5. Подписание устава проекта.

Процесс планирования [5, с. 55] — это стадия проекта, на которой документируются планы по проекту, определяются задачи, устанавливается бюджет проекта, и планы работ по проекту. Процесс планирования включает несколько стадий, согласно К. Heldman [5, с. 57]:

1. Установление ожидаемых результатов;
2. Написание и публикация описания проекта (исполнительского резюме);
3. Установление бюджета проекта;
4. Определение работ по проекту;
5. Разработка плана работ;
6. Определение навыков и ресурсов, необходимых для осуществления проекта;
7. Определение рисков и планов по работе с ними, при их возникновении.

Исполнение проекта [5, с. 148] — это стадия, на которой члены проектной команды осуществляют непосредственную работу над выполнением проекта. Данная стадия включает в себя несколько следующих процессов [5, с. 150]:

1. Создание проектной команды;
2. Управление проектной командой;
3. Получение ресурсов для осуществления работ;
4. Установление сроков встреч, для оценки статуса проекта;
5. Распространение информации по проекту;
6. Управление проектным процессом;
7. Проверка качества.

Мониторинг и контроль [5, с. 239] — это этап, на котором осуществляется мониторинг проектной деятельности, для того, чтобы убедиться, что результаты деятельности соответствуют требованиям проекта. Структура данного процесса включает в себя несколько элементов [5, с. 245]:

1. Сопоставление результатов текущей деятельности с планом;
2. Внесение корректирующих действий при отклонении текущих результатов от плана;
3. Оценка эффективности корректирующих действий;
4. Убеждение в том, что деятельность по проекту идет соответственно плану.

Этап закрытия проекта [5, с. 29] — это последняя группа процессов, на которой дается финальная оценка проекта. На этой же стадии осуществляется документация и архивация информации по проекту. Состав действий данного этапа следующий [5, с. 263]:

1. Получение одобрения о достижении ожиданий от проекта;
2. Документация полученных знаний в процессе осуществления проекта;

3. Архивация записей по проекту;
4. Формализация закрытия проекта;
5. Процесс роспуска проектных ресурсов.

Также при осуществлении проекта стоит помнить о соответствии его специфике стратегическому плану компании. Проекты зачастую предпринимаются для обеспечения одного или нескольких стратегических аспектов деятельности компании согласно PMBOK [5, с. 15]:

1. Спрос на рынке;
2. Стратегические возможности;
3. Требование клиента;
4. Технологические улучшения;
5. Изменения законодательства.

При применении проектного подхода в строительной организации для реализации строительных объектов жилой недвижимости проект становится центром финансовой ответственности. Иными словами, проект — это центр затрат и прибыли для строительной компании, что в свою очередь помогает в структурировании таких вопросов как организация учета человеческих и материальных ресурсов, организация финансовых затрат, выстраивание системы мотивации, которая бы основывалась на результатах конкретных проектов предприятия, согласно Г. Л. Циплесу [3, с. 158].

Принципы и масштабы применения проектного подхода к осуществлению проектов строительства жилой недвижимости в зарубежных странах значительно отличаются от практик принятых в российских компаниях.

На сегодняшний день российские компании неохотно применяют проектный подход к реализации своих строительных проектов ввиду сложности применения и масштабности изменений, связанных с внедрением данной системы. Однако ключевая проблема заключается в том, при значительной рентабельности строительного бизнеса за последние 15–20 лет — не было смысла задумываться о применении проектного подхода как инструменте повышения экономической эффективности бизнеса.

Сложности зачастую возникают из-за того, что структура компаний не подходит для применения проектного подхода. Для того, чтобы внедрение системы прошло более оперативно и эффективнее с точки зрения временных, финансовых затрат, а также задействования человеческих ресурсов, организация должна быть проектно-ориентирована.

Именно этим и отличаются зарубежные строительные организации, в особенности западные. Структуры их организаций зачастую относятся к тем типам структур, при наличии которых переход на проектную организационную структуру будет менее болезненным.

Зарубежные компании широко применяют инструменты проектного менеджмента и внедряют проектный подход к реализации строительства

жилой недвижимости. Стоит отметить, что результативность организации уже значительно возрастает при применении всего лишь нескольких инструментов проектного менеджмента, отмечает Г. Л. Циплес [3, с. 151]. Примером таких инструментов может служить сетевой график работ по исполнению проекта.

При применении проектного подхода организации как зарубежные, так и отечественные получают ряд преимуществ, утверждает Х. Танака [2]:

1. Экономия времени на осуществления проекта в среднем около 30 %;
2. Экономия человеческих ресурсов, работающих над проектом;
3. Более эффективное использование материальных и финансовых ресурсов, в среднем на 10 % меньше;
4. Повышение рентабельности проекта, в зависимости от конкретных параметров проекта.

Таким образом, видно, что применение проектного подхода несет оптимизацию процессов реализации проектов строительства жилой недвижимости, что свидетельствует о том, что данная система может и должна внедряться в деятельность строительных компаний. Более того, в текущих экономических условиях необходимо искать методы оптимизации процессов. Проектный подход является одним из инструментов подобной оптимизации. ■

1. Бригхэм Ю. Финансовый менеджмент: Учеб.-метод. пособие/ Ю. Бригхэм, М. Эрхардт. – СПб.: Питер, 2005. – 960 с.: ил.

2. Танака Х. Комплексное управление проектами в подрядных организациях Электронный ресурс] / Х. Танака. Электрон. дан. – М.,2006. – URL: <http://grebennikon.ru/article-azdw.html> (дата обращения: 10.03.2016).

3. Циплес Г. Л. Менеджмент проектов в практике современной компании: Учеб.-метод. пособие/ Г. Л. Циплес , А. С. Товб. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 304 с.: ил. Библиогр.: с. 271-273.

УДК 339.138

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

© Калачева А. Е., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Зачем нужны маркетологи? Казалось бы, странный вопрос, но для российского бизнеса он актуален и сегодня. С одной стороны, все понимают, что реклама – это двигатель торговли, что нужны постоянные инвестиции в продвижение, даже для того, чтобы просто удерживать уже занятую нишу на рынке. Но чисто психологически в очень многих российских компаниях маркетинговые подразделения воспринимаются исключительно как статьи расхода, а не ресурс, обладающий реальной, а зачастую и ключевой ценностью для бренда. В данной работе рассмотрены критерии оценки маркетинговых мероприятий.

Ключевые слова: маркетинг, эффективность маркетинга, оценка маркетинга.

4. A guide to the Project Management Body of Knowledge: Учеб.-метод. пособие/ Project Management Institute. Inc,2008. - 467 с. : ил. Библиогр.: с. 421-423.

5. Heldman K. Project management Jumpstart : Учеб.-метод. пособие/ K. Heldman. – Canada : Wiley Publishing, inc, 2011. 332 с. : ил. Библиогр.: с.330-332.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бригхэм Ю. Финансовый менеджмент: Учеб.-метод. пособие/ Ю. Бригхэм, М. Эрхардт. – СПб.: Питер, 2005. – 960 с.: ил.

Танака Х. Комплексное управление проектами в подрядных организациях Электронный ресурс] / Х. Танака. Электрон. дан. – М.,2006. – URL: <http://grebennikon.ru/article-azdw.html> (дата обращения: 10.03.2016).

Циплес Г. Л. Менеджмент проектов в практике современной компании: Учеб.-метод. пособие/ Г. Л. Циплес , А. С. Товб. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 304 с.: ил. Библиогр.: с. 271-273.

A guide to the Project Management Body of Knowledge: Учеб.-метод. пособие/ Project Management Institute. Inc,2008. - 467 с. : ил. Библиогр.: с. 421-423.

Heldman K. Project management Jumpstart : Учеб.-метод. пособие/ K. Heldman. – Canada : Wiley Publishing, inc, 2011. 332 с. : ил. Библиогр.: с.330-332.

Applying project management to development

© Kazakov R., 2016

This article tells about project management in development. First of all, it gives a definition of project. Secondly, the article observes project management itself. Thirdly, the article shows how project key characteristics can be managed by project management instruments. Finally, the article provides proves and facts to support the thesis that project management tends to minimize time and financial resources needed to complete a development project.

Keywords: project, project management, development, minimization of resources.

В классической теории маркетинговая активность любой компании нацелена на то, чтобы установить конкретные краткосрочные и долгосрочные цели, основываясь на запросах рынка, определить пути достижения этих целей, ассортимент продукции, необходимое качество и цену для получения желаемой прибыли. Простыми словами — задача маркетинга состоит в том, чтобы выбрать целевую аудиторию, определить её потребности и предложить ей товар или услугу, удовлетворяющую эти потребности и обеспечить прибыль. А для этого нужно изучать групповые и индивидуальные потребности, запросы аудитории как предпосылку для производства.

Оценка эффективности рекламных и маркетинговых мероприятий проводится в разные этапы осуществления маркетинговых коммуникаций, на предварительном, промежуточном и итоговом этапах.

Предварительный мониторинг направлен на предотвращение появления неэффективных рекламных мероприятий. Оценка целевой аудитории и каналы распространения наиболее часто тренируются на этом этапе.

Промежуточный мониторинг сопоставляет запланированный эффект от мероприятий с фактическим и показывает, всё ли идет по сценарию. При выявлении несоответствий предпринимаются корректирующие действия.

Итоговая оценка требует применения количественных и качественных критериев оценки, позволяет определить направление для совершенствования в будущем, сравнить плановые и фактические показатели. Определить достигнуть ли поставленные цели. Опытные маркетологи способны интуитивно определить было ли мероприятие эффективным, принесло ли оно ожидаемые результаты, для этого необходимо обладать достоверной информацией о том, как, где и когда проходило мероприятие, все условия и подробности должны быть известны.

Эффективность рекламы, как правило, оценивают по двум значениям: экономическая эффективность и психологическая эффективность (психологическое влияние рекламы на покупателя).

Экономическая эффективность рекламы — это экономический результат, полученный от применения рекламного средства или организации рекламной кампании. Он обычно определяется соотношением между валовым доходом от дополнительного товарооборота как результата рекламы и расходов на нее. Общее условие экономического результата заключается в том, что валовый доход должен быть равен сумме расходов на рекламу или превышать ее.

Психологическая эффективность — степень влияния рекламы на человека (привлечение внимания покупателей, запоминаемость, воздействие на мотив покупки и др.).

Оба эти понятия тесно взаимосвязаны. Но критерии этих двух видов эффективности, естественно, различны — в первом случае это объем продажи, во втором — психологические особенности восприятия рекламы ее адресатом.

Эффективность рекламного мероприятия или отдельного средства рекламы может выражаться числом потребителей, охваченных рекламой, а также величиной затрат на одного зрителя, читателя и т.п. Так, целесообразность публикации газетного объявления в том или ином печатном органе устанавливают путем определения общего числа людей, которые смогут его прочитать (число это зависит в основном от тиража газеты), или размеров затрат на объявление в расчете на одного читателя. Чем больше читателей будет охвачено рекламой, тем меньшими окажутся расходы на нее в расчете на одного человека.

Данные об эффективности психологического воздействия рекламы позволяют прогнозировать ее действенность.

После того, как данные собраны, необходимо сопоставить их с поставленными целями и разработать корректирующие действия для дальнейшей работы.

Понятие «эффективность» может рассматриваться в двух аспектах:

1.эффективность, другими словами отдача, рентабельность (efficiency), как итоговая характеристика какой-либо деятельности в целом, выполнения ее отдельных функций. Эта характеристика включает эффект, определяющий степень достижения тех или иных целей, отнесенный к затратам на их достижение. Решение тем эффективнее, чем больше степень достижения целей и меньше затраты на их реализацию.

Эффективность, как характеристика результирующей, действенности (effectiveness) какой-либо деятельности без соотнесения полученных результатов с затраченными ресурсами. В данном случае она характеризует, прежде всего, выбор правильных целей, направлений действий, без чего с позиций первой трактовки может быть обеспечена высокая эффективность достижения неправильных целей. При этом под результирующей действий принято понимать степень соответствия их результатов задачам достижения определенной цели или совокупности целей (запланированных результатов). [1].

Большинство оценок эффективности в маркетинге, например коммуникативной эффективности рекламы, осуществляется именно с этих позиций. Учет затрат (если это требуется)

осуществляется при использовании данного подхода путем их вычитания (а не деления на них) из конечных результатов, представленных в денежной форме, например, путем использования отчета о прибылях и убытках при определении величины прибыли, которая может рассматриваться как показатель эффективности маркетинговой деятельности. [2].

Большинство современных авторов рассматривают эффективность маркетинга как отношение конечных показателей маркетинговой деятельности (объем продаж, прибыль, доля рынка) к затратам на маркетинг. Указанные конечные показатели характеризуют также результативность деятельности организации в целом, выявить в которой долю маркетинга достаточно сложно. Кроме того, эффективность маркетинга надо оценивать за стратегический период времени, а не по результатам текущей деятельности, хорошие результаты которой могут быть обусловлены благоприятными обстоятельствами, а не следствием эффективной работы маркетинговой службы. [3].

Компании, как правило, контролируют деятельность всех отделов с помощью показателей эффективности. Эти показатели или критерии связываются с выбранными методами оценки. Например, используя метод опроса, критерием логично выделить количество респондентов, выразивших положительное отношение к бренду. Контроль маркетинга включает в себя оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и планов и осуществление корректирующих действий для достижения поставленных целей. Он делится на четыре стадии:

1. Формулирование целей.
2. Измерение результатов деятельности.
3. Анализ результатов деятельности.
4. Корректирующие действия.

Сначала руководство устанавливает конкретные маркетинговые цели и задачи. Задачи должны быть максимально конкретными, измеримыми и достижимыми. Оценка эффективности представляет собой качественную и количественную оценку выполнения поставленных задач. По результатам оценки, руководство предпринимает корректирующие действия для устранения несоответствия между поставленными задачами и их выполнением. Для этого может потребоваться изменение программ действий или даже пересмотр ранее сформулированных задач.

Роль маркетинга и его вклад в достижение основной цели любой коммерческой фирмы по увеличению прибыли ограничен. Традиционно маркетинг — это подсистема коммерческой службы, и его задача — продать товар в заданном объеме, по заданной цене, в определенном географическом регионе в отведенное время. Согласно одному из подходов, три критерия

оценки, которые могут достаточно полно отразить эффективность маркетинговой деятельности, это:

- рыночная доля;
- известность и имидж торговой марки;
- лояльность потребителей.

Рыночная доля компании (ее товара, услуги, бренда) — отношение объема реализованной продукции данной компанией к совокупному объему реализации продукции на рынке. Именно доля компании на рынке характеризует успех ее поведения, а изменение доли показывает эффективность маркетинговой деятельности. Увеличение рыночной доли — сфера ответственности отдела маркетинга. Рост доли рынка предприятия — более емкий показатель, чем абсолютные значения прибыли или выручки. Рост выручки на 20 % еще не показатель успешной маркетинговой деятельности. Если за это же время рынок вырос на 40 %, дела предприятия идут совсем не так хорошо, как это может показывать финансовый отчет. Неизменность рыночной доли еще не говорит о бездеятельности маркетингового отдела. Возможно, удержание доли на фоне прихода в отрасль новых игроков можно считать в отдельных случаях сверхзадачей. [4].

Рыночная доля считается универсальным параметром оценки маркетинговой деятельности, но при ее измерении следует принимать во внимание множество параметров, в т. ч. и макроэкономических. Как правильно измерить рыночную долю? Сбор информации о распределении долей рынка преимущественно зависит от типа рынка. Рынки потребительских товаров информационно насыщены, на них много вторичной информации, которую легко найти в интернете и специализированной прессе. Крупные производители публикуют собственные отчеты о маркетинговых исследованиях, поэтому общее представление о рынке формируется на основе кабинетной работы. Для получения актуальной и достоверной информации необходимо провести мониторинг розничной торговли, аудит розничных точек и определить, как представлены марки на полках магазинов. В этом вопросе не обойтись без помощи исследовательских агентств. Если речь идет о промышленных рынках, методология исследования гораздо более трудоемкая. В открытых источниках не найти достоверной информации о коммерческой деятельности промышленных предприятий. Для этого необходимо проводить конкурентный анализ, в ходе которого исследуется производственная и сбытовая деятельность основных участников рынка.

Имидж торговой марки или уровень известности показывает качество коммуникаций компании. Рыночная доля это деньги, которые зарабатывает компания сегодня, имидж это дальнейший потенциал, обеспечивающий положительное изменение денежного потока в

будущем. Конечно, измерить известность гораздо сложнее, чем рыночную долю, ведь это понятие достаточно абстрактное и конвертировать его в деньги практически невозможно. Тем не менее, это понятие напрямую и очень тесно связано с показателями коммерческой деятельности компании: выручкой, оборотом, рыночной долей. Измерить имидж можно с помощью социальных опросов.

Лояльность покупателей можно трактовать как степень нечувствительности товара к действиям конкурентов, сопровождаемую эмоциональной приверженностью к товару. Данный показатель характеризует качество работы отдела маркетинга с клиентами и определяет уровень развития и организации самого отдела маркетинга. Решать задачи по увеличению рыночной доли и известности компании можно экстенсивным путем: вкладывать больше денег в рекламу, расширять штат маркетинговых специалистов, осваивать новые продукты, сегменты потребителей, географические рынки. Другой путь — интенсивный, когда на одном продукте и потребительском сегменте увеличивается выручка за счет более качественного построения работы. Лояльность покупателей — это критерий оценки не только эффективности маркетинговой деятельности, но и качества работы всей компании в целом [5]. ■

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014.

2. Афанасьев М. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М: Финстатинформ, 1995 , 183 с.

3. Понятие эффективности маркетинга [Электронный ресурс] // <http://www.marketingway.ru> Интернет-портал – URL: <http://www.marketingway.ru/maws-584-1.html> (дата обращения: 05.03.2016).

4. Жапарова И.С. Маркетинг «продающих» предприятий. Караганда: Изд-во КарГУ, 2004, с.84

УДК 372.881.111.1

РОЛЬ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПРЕПОДАВАНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ВЗРОСЛЫМ СЛУШАТЕЛЯМ НАЧАЛЬНОГО УРОВНЯ

© Копылова Н. В., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье обосновывается целесообразность использования аутентичных материалов на занятиях по английскому языку для делового общения во взрослом аудитории начального уровня языковой подготовки. Исследования в области андрагогики свидетельствуют о том, что взрослые обучающиеся нуждаются в приобретении практических навыков на основе материала, так или иначе связанного с их профессиональной деятельностью. Подчеркивается, что учебный процесс в такой аудитории должен регулярно давать видимые положительные результаты, повышающие мотивацию студентов. Данное исследование показывает, что с помощью разнообразных аутентичных материалов можно создать такие условия для обучения взрослых слушателей уже на начальном этапе. Для этого преподавателю необходимо использовать неадаптированные релевантные

5. Маркетинг – три критерия эффективности [Электронный ресурс] // <http://www.indexbox.ru> Интернет-портал – URL: <http://www.indexbox.ru/research/publications/marketing-tri-kriterija-effektivnosti/> (дата обращения: 05.03.2016).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Афанасьев М. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М: Финстатинформ, 1995 , 183 с.

Жапарова И.С. Маркетинг «продающих» предприятий. Караганда: Изд-во КарГУ, 2004, с.84

Котлер Ф. Основы маркетинга / Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014.

Маркетинг – три критерия эффективности [Электронный ресурс] // <http://www.indexbox.ru> Интернет-портал – URL: <http://www.indexbox.ru/research/publications/marketing-tri-kriterija-effektivnosti/> (дата обращения: 05.03.2016).

Понятие эффективности маркетинга [Электронный ресурс] // <http://www.marketingway.ru> Интернет-портал – URL: <http://www.marketingway.ru/maws-584-1.html> (дата обращения: 05.03.2016).

Performance evaluation of marketing activities

© Kalacheva A., 2016

Why do we need marketing? It would seem a strange question, but for the Russian business it is still relevant today. On the one hand, everyone knows that advertising is the engine of trade that needs continuous investment in promotion, even to just hold already occupied a niche in the market. But psychologically marketing departments are perceived solely as expenditure, not a resource that has a real and often a key value for the brand. This paper discusses the criteria for assessing marketing measures.

Keywords: marketing, marketing effectiveness, marketing evaluation.

ресурсы в качестве дополнения к базовым дидактическим материалам, разрабатывая задания исходя из степени сформированности языковой компетенции слушателей, а также их образовательных потребностей и ожиданий.

Ключевые слова: аутентичные материалы, английский язык для специальных целей, взрослые обучающиеся, начальный уровень языковой подготовки, андрагогика

В последнее десятилетие наблюдается растущая потребность в изучении английского языка для специальных целей среди взрослого населения России. Особое место занимают курсы «English for Business Communication», направленные на языковую подготовку слушателей к деловому общению с зарубежными партнерами. Взрослые обучающиеся, имеющие, как правило, по крайней мере, одно высшее профессиональное образование, часто рассматривают такие курсы как средство повышения квалификации с последующей возможностью карьерного роста. Популярность данного образовательного продукта обуславливает необходимость постоянно повышать его качество, совершенствуя методы преподавания и адаптируя учебные материалы к меняющимся условиям современного мира.

Обучение взрослых слушателей английскому языку ставит перед преподавателями и исследователями задачи, прямо или косвенно связанные с особенностями данной категории студентов в целом. Поэтому, прежде чем рассматривать частные вопросы языкового образования взрослой аудитории, целесообразно обратиться к общим проблемам такого рода.

Специфика работы со взрослыми учащимися описаны в ряде исследований в области андрагогики — раздела педагогической науки, охватывающего теоретические и практические проблемы образования, обучения и воспитания взрослых [1].

М. Ноулз, автор фундаментального труда по андрагогике, утверждает, что взрослые должны изучать тот материал, который имеет непосредственную значимость для их профессиональной и повседневной жизни. При этом задания должны выстраиваться вокруг проблем, а не только содержания, и давать возможность использовать материал на практике. Кроме того, учащиеся должны участвовать в планировании занятий и оценивать их эффективность [2].

Другой исследователь, Р. Влодовски, соглашаясь с выводами Ноулза, добавляет, что для повышения мотивации взрослых необходимо создавать такие условия обучения, в которых возможность оказаться в неловкой ситуации сведена к минимуму. Влодовски также утверждает, что для учащихся является важным видеть результаты своих усилий или, по крайней мере, осознавать их значимость. Помимо вышеупомянутого, ученый указывает на то, что материалы должны быть оригинальными,

интересными, достаточно трудными и стимулирующими активность слушателей [3].

К такому же заключению приходит и Д. Финн, когда описывает специфику преподавания английского языка как иностранного в аудитории со взрослыми обучающимися. Финн подчеркивает, что такие студенты должны получать наглядное подтверждение того, что они успешно усваивают пройденный материал. Фактор успеха и в целом позитивный опыт обучения являются важными для поддержания и повышения мотивации взрослых [4].

Основываясь на собственном опыте преподавания английского языка для специальных целей в течение семи лет, мы соглашаемся со сделанными учеными выводами. Экстраполируя их к теме нашей работы, мы предполагаем, что грамотное и эффективное использование аутентичных материалов на занятиях английского языка способствует оптимизации учебного процесса во взрослой аудитории. Независимо от уровня языковой подготовки, слушатели, работающие с реальными, интересными, разнообразными и достаточно сложными лингвокультурными источниками, будут иметь более высокую мотивацию и более развитую коммуникативную компетенцию, чем те, которые использует только материалы, разработанные для учебных целей.

Целью данной статьи является обоснование эффективности использования аутентичных материалов в преподавании английского языка для делового общения взрослым слушателям начального уровня.

Аутентичные материалы, то есть те, которые изначально созданы не для учебных целей, а для использования носителями языка и культуры в реальной жизни [5, с. 25], представляют собой обширный источник знаний. Исследователи неоднократно указывали на важность работы с аутентичными материалами для студентов, изучающих иностранный язык. Кроме того, многие ученые признают также их значимую роль при обучении английскому языку именно взрослых студентов. В частности, Т. Г. Попкова подчеркивает, что такие материалы, помимо прочего, способствуют повышению мотивации у взрослых учащихся, позволяя им получать информацию из первоисточников с высокой степенью наглядности. Обладая высоким дидактическим потенциалом, аутентичные материалы способствуют формированию у студентов коммуникативной компетенции [6, с. 407-408]. Того же мнения придерживаются

О. В. Белкина, И. Н. Дмитрусенко и Е. В. Кравцова, утверждая, что такие материалы дают возможность реализовывать коммуникативный подход к обучению взрослых, который, по мнению авторов, является «наиболее эффективным методом обучения данной категории слушателей» [7, с. 79].

Следует отметить, что аутентичные материалы наиболее эффективно применяются в работе со студентами среднего и продвинутого уровней владения английским языком. Чем выше уровень студента, тем шире возможности привлекать разнообразные текстовые и аудиовизуальные источники. К ним относятся, например, литературные произведения, кинофильмы, газетные и журнальные тексты, сайты Интернет, телевизионные и радио передачи, прейскуранты, счета и квитанции, этикетки, рекламные буклеты, анкеты, расписания поездов или самолетов, билеты на транспорт, в кино, на спортивные матчи, и т.п., плакаты, песни, и многое другое.

Что же касается начинающих, то, в связи с недостаточно сформированной у них языковой компетенцией, выбор подходящих материалов оказывается небольшим. Те источники, которые соответствуют их уровню владения иностранным языком, часто не соответствуют их возрасту и потребностям. Например, стихи, считалки, песни, мультфильмы подходят для детей, начинающих изучать английский язык, но не для взрослых, ориентированных на более серьезный и функциональный материал. С другой стороны, имеется большое количество методических разработок для данной аудитории. Однако, как правило, они полностью адаптированы для начинающих. К таким разработкам можно отнести учебные фильмы, в которых различные коммуникативные ситуации выглядят в результате упрощения несколько неестественно. Работая с такими фильмами, взрослые слушатели отдают себе отчет о разнице между тем языком, который они видят на экране, и тем, с которым им придется столкнуться в реальной жизни. Вследствие этого у них может не быть полной удовлетворенности от достигнутых результатов. Поэтому, признавая важность адаптированных материалов для учебных целей, мы, тем не менее, считаем, что их может быть недостаточно для преподавания во взрослой аудитории.

Несмотря на ограниченные возможности работы с аутентичными языковыми источниками у обучающихся на начальном уровне владения английским языком, внедрение такого материала в учебный процесс представляется необходимым для повышения мотивации у взрослых слушателей. Особую значимость аутентичные ресурсы имеют для взрослых, изучающих язык для делового общения.

Аутентичные ресурсы дают им возможность приобщиться к иной социокультурной среде, что

особенно важно для данной категории слушателей, нацеленных на выполнение практических коммуникативных задач и желающих видеть и демонстрировать конкретные результаты обучения. Тот факт, что они могут успешно работать с реальным, а не адаптированным, языком, позволяет им осознать значимость даже небольших достижений и дает стимул к дальнейшей работе. При этом целесообразно использовать ресурсы с учетом pragmatischen направленности изучаемого языка. Иными словами, наиболее полезными предстают материалы, имеющие отношение к деловой и профессиональной сфере.

Обратимся к примерам оригинальных источников, эффективных в работе с начинающими.

С первого же занятия, после изучения алфавита, можно использовать в качестве упражнения различные аббревиатуры. Обычно кругозор обучающихся позволяет им распознать, что именно каждая из них обозначает, даже не зная отдельных слов из ее состава. Задание может быть такое: сопоставить каждую аббревиатуру с одной из предлагаемых категорий, например, страны (countries), организации (organizations), образование (education) и т.д. Вместо словарного обозначения можно каждую категорию представить с помощью картинки-символа, что еще более упрощает задачу. Сначала лучше использовать легко узнаваемые всеми аббревиатуры, такие как the USA, the UK, FBI, WWW, PhD, SMS, VIP и т.д., а затем вводить более сложные. Во время задания преподаватель задает наводящие вопросы, а слушатели проговаривают аббревиатуры. В качестве иллюстрации подойдет любой аутентичный материал, где представлены данные аббревиатуры, например, Интернет-сайты разных организаций, например, WWF (<http://www.worldwildlife.org/>), или FBI (<https://www.fbi.gov/>). Полезно также обратиться к сокращенным названиям известных компаний, чья деятельность непосредственно связана с деятельностью организаций, где работают студенты (например, работая с сотрудниками нефтяной компании, можно предложить им аббревиатуру BP компании British Petroleum). Несмотря на свою простоту, задания с аббревиатурами позволяют взрослым слушателям не только выучить алфавит, но и связать новые знания с уже имеющимися.

Другим примером является работа с числительными. Так как к этому моменту обучающиеся обычно уже могут строить простые предложения, выбор заданий в рамках этой темы более широкий. Одним из них является озвучивание контактных телефонных номеров различных организаций. Здесь уместна работа по парам, когда один слушатель диктует номер, а другой его записывает и, если необходимо,

переспрашивает. Таким образом, конечный продукт данного упражнения — мини-диалоги.

Подобные диалоги могут строиться и на другом релевантном для взрослых слушателей материале. Например, они могут спрашивать друг у друга текущий курс валют, цены на нефть, и т.п. При этом достаточно умения составлять предложения с глаголом *to be* и знания числительных.

Для более сильных студентов интересными могут стать симулятивные игры на основе аутентичного материала. Например, можно использовать реальный прейскурант из кафе быстрого питания, расположенного в одном из американских городов. Один слушатель может «покупать» гамбургеры, сэндвичи и т.п., а другой, «продавец», называть цену и подсчитывать сумму к оплате. Желательно, чтобы нецелевой вокабулляр при этом был простым и уже известным слушателям.

Другой пример задания в игровой форме — угадать, сколько стоит тот или иной товар с иллюстрации в аутентичном журнале или рекламном проспекте (например, автомобили известных марок, ювелирные изделия, бытовая техника и т.д.). После того, как все мнения о предполагаемых ценах озвучены, преподаватель раскрывает действительную стоимость товара, и определяется победитель, чья цифра была наиболее приближена к реальной.

Далее, при работе с более крупными числами, можно дать задание кратко охарактеризовать любые известные международные компании с помощью мини-презентаций, обязательно включая в них количественную информацию о деятельности организации: сколько людей работает в компании, какой объем товаров она производит, какую ежегодную прибыль она получает, и т.д. Преподавателю следует заранее дать слушателям шаблоны предложений, в которые они будут вписывать нужные данные, добавляя также слайды с логотипом компании и контактной информацией. Наш опыт показывает, что даже после двух-трех недель обучения слушатели уже могут успешно делать такие презентации (при условии заранее подготовленной монологической речи).

Рассмотрим еще один пример использования аутентичных материалов на начальном уровне. Тема «Работа и профессии», которая на данном уровне предполагает лишь поверхностное ознакомление с тематической лексикой и простой грамматикой, может, тем не менее, дополняться реальными объявлениями о приеме на работу. Эти объявления могут быть взяты из газет (например, <https://jobs.nytimes.com>), либо из специализированных вебсайтов (например, <http://www.careerbuilder.com/>). Преподавателю следует заранее выбрать из этих источников краткие описания вакантных рабочих мест (только наименование должности, место работы, и т.п.) и распечатать каждое из них отдельно. Далее

обучающиеся, уже знакомые с тематической лексикой, получают карточку с «персональной информацией» (должность, на которую они будут претендовать, город, где им будет удобно работать, и т.п.). После этого все объявления выкладываются на стол в середине учебной аудитории, и слушателям необходимо найти «свою» работу и помочь другим тоже найти подходящие им объявления. Все общение происходит исключительно на английском языке.

Таким образом, при изучении любой темы начального уровня, помимо обязательных материалов из основного учебника, можно найти соответствующий несложный аутентичный материал для дополнительной работы. Так, изучая тему «Дата и время», студенты могут работать с англоязычными календарями, расписаниями международных рейсов, поездов, графиками работы банков, магазинов и т.п. Учебные материалы по теме «Деньги» эффективно дополняются реальными купюрами и монетами, чеками, квитанциями, этикетками, прейскурантами и т.п. В рамках темы «Деловые поездки» можно изучать вебсайты отелей, билеты, географические карты, а также различные вывески и знаки, используемые в общественных местах. Важно составлять задания, соответствующие уровню слушателей, в меру сложные, интересные и имеющие практическую пользу.

Следует отметить, что не все аутентичные источники одинаково эффективны для начинающих. Например, оригинальные аудио и видео ресурсы, содержащие неадаптированный текст, могут оказаться для них слишком сложными. В этом случае лучше придерживаться учебных материалов. В качестве альтернативы следует подбирать такие мультимедийные источники, в которых текста мало, и он простой и доступный для понимания. Например, для тех студентов, чей уровень немного выше начального, подойдут обучающие аудио и видео репортажи, воспроизводимые с пониженной скоростью и часто сопровождаемые субтитрами, из архива радиовещательной компании «Голос Америки» (<http://learningenglish.voanews.com>).

Положительные результаты приносят также различного рода изображения, в которых отсутствие вербальной информации компенсируется информацией визуальной. К таким материалам относятся фотографии, картины, рекламные постеры, знаки, символы, открытки, вебсайты и др. На их основе можно составить много заданий, направленных на закрепление различного лексического и грамматического материала.

Подводя итоги, можно сказать, что преимущества использования аутентичных материалов на начальном этапе обучения взрослых слушателей несомненны. Во-первых, в отличие от материалов из учебников, которые со временем

устаревают, аутентичные ресурсы могут и должны постоянно обновляться преподавателем. Во-вторых, учебные ресурсы часто адаптируются и поэтому не отражают некоторые реальные языковые явления. На наш взгляд, оригинальные источники более полезны с этой точки зрения. Задача преподавателя — сосредоточить внимание учащихся на нужном языковом материале, не изменяя и не упрощая аутентичный ресурс в целом. Таким образом, аутентичные материалы создают условия для погружения слушателей в иную лингвокультуру и способствуют развитию у них межкультурной коммуникативной компетенции. В-третьих, использование таких материалов повышает мотивацию у взрослых обучающихся, так как уже на раннем этапе они начинают работать с реальными языковыми источниками (англоязычными вебсайтами, картами, документами и т.п.).

Необходимо подчеркнуть и роль преподавателя в работе со взрослыми обучающимися начального уровня языковой подготовки. Учитывая pragматическую направленность программы английского языка для делового общения, преподавателю следует отбирать тематически релевантные аутентичные материалы, с которыми слушатели, вероятно, будут работать после окончания курсов. Несмотря на трудоемкость поставленной задачи, наш опыт показывает, что затрачиваемые усилия приносят положительные результаты. ■

1. Российская педагогическая энциклопедия [Электронный ресурс] / Под ред. В.Г. Панова. – М.: «Большая Российская Энциклопедия», 1993. –

URL: <http://pedagogicheskaya.academic.ru/602> (дата обращения 02.04.2016).

2. Knowles M. Andragogy in Action [Text] / M. Knowles. – San Francisco: Jossey-Bass, 1984.

3. Wlodkowski R. J. Enhancing adult motivation to learn: A comprehensive guide for teaching all adults [Text] / R.J. Wlodkowski. – 3 edition. – San Francisco: Jossey-Bass, 2008.

4. Finn D. Principles of Adult Learning: An ESL Context [Text] / D. Finn // Journal of Adult Education Information Series, 1 (40). – 2011. – P. 34-39.

5. Азимов Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Текст] / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.

6. Попко Т. Г. Использование аутентичных материалов в обучении взрослых иностранным языкам [Текст] / Т.Г. Попко // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития. – Вып. № 1 (12). – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – С. 407-409.

7. Белкина О. В. Особенности применения коммуникативного подхода при обучении иностранному языку взрослых слушателей [Текст] / О.В. Белкина, И.Н. Дмитрусенко, Е.В. Кравцова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия:

Образование. Педагогические науки. – Вып. 4 (6). – Челябинск: ЮУрГУ, 2014. – С. 79-84.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Азимов Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Текст] / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.

Белкина О. В. Особенности применения коммуникативного подхода при обучении иностранному языку взрослых слушателей [Текст] / О.В. Белкина, И.Н. Дмитрусенко, Е.В. Кравцова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. – Вып. 4 (6). – Челябинск: ЮУрГУ, 2014. – С. 79-84.

Попко Т. Г. Использование аутентичных материалов в обучении взрослых иностранным языкам [Текст] / Т.Г. Попко // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития. – Вып. № 1 (12). – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – С. 407-409.

Российская педагогическая энциклопедия [Электронный ресурс] / Под ред. В.Г. Панова. – М.: «Большая Российская Энциклопедия», 1993. –

URL: <http://pedagogicheskaya.academic.ru/602> (дата обращения 02.04.2016).

Knowles M. Andragogy in Action [Text] / M. Knowles. – San Francisco: Jossey-Bass, 1984.

Finn D. Principles of Adult Learning: An ESL Context [Text] / D. Finn // Journal of Adult Education Information Series, 1 (40). – 2011. – P. 34-39.

Wlodkowski R. J. Enhancing adult motivation to learn: A comprehensive guide for teaching all adults [Text] / R.J. Wlodkowski. – 3 edition. – San Francisco: Jossey-Bass, 2008.

English for business communication: using authentic materials for adult learners at the beginner level

© Kopylova N., 2016

The article provides a rationale for the use of authentic materials in the classes of English for Business Communication with adult learners at the beginner level of language proficiency. The andragogical principles and research findings prove that adult students are interested in acquiring practical skills and therefore need to be exposed to the learning material related to their workplace and career. It is essential that the learning process lead to noticeable success and positive outcomes, which should motivate the students. This research argues that such favorable learning conditions may be created by incorporating various authentic materials into the ESP classes, including those with beginners. For this purpose the teacher should use original sources with relevant content as supplements to the basic textbook. The tasks have to be tailored to the adult students' level of linguistic competence as well as their needs and expectations.

УДК 331.08

ПРОБЛЕМЫ ТЕКУЧЕСТИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

© Косарева П. В., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматриваются основные причины утечки персонала с предприятий малого бизнеса, решаемые с помощью совершенствования кадровой политики.

Ключевые слова: текучесть персонала, кадровая политика.

Проблемы постоянства трудовых коллективов на предприятиях малого бизнеса становятся особо актуальными в условиях жесткой конкуренции, когда на повышение эффективной деятельности предприятий влияют не только производственные и финансовые ресурсы, но и, в первую очередь, их персонал.

На многих российских предприятиях малого бизнеса текучесть кадров, превышающая 20 % рубеж, стала практически нормой и основной болевой точкой, тогда как на крупных предприятиях, количество увольняющихся не превышает 10–15 % [1]. Если учесть тот факт, что одним из направлений совершенствования кадровой политики предприятий является снижение текучести кадров, то возникает острая необходимость в подробном анализе причин этой текучести.

Так, к основным и главным причинам ухода персонала можно отнести следующее [3,5]:

- отсутствие обязательного соцпакета, гарантированного российским законодательством (отчисления в пенсионный фонд (ПФР), обязательное медицинское страхование (ФОМС), социальное страхование (ФСС), оплата ежегодного отпуска, оплата больничных листов);
- невысокая и нестабильная оплата труда;
- неконкурентоспособные должностные оклады и часовые тарифные ставки;
- некорректная структура оплаты труда;
- продолжительные (особенно в продуктовых магазинах по 14 часов с 9 час. до 23 час.) или неудобные часы работы;
- отсутствие конкурентного соцпакета — добавление компанией к зарплате сотрудников по их собственному желанию льготного или бесплатного питания, добровольного медицинского страхования, оплаты спортивных мероприятий, предоставления корпоративных автомобилей, льготных путевок; выдача беспроцентных возвратных займов (ссуд) предприятием, частичная оплата ипотечных кредитов и т.д. Этот дополнительный соцпакет дает работодателю

конкурентные преимущества на рынке труда и позволяет привлечь в свою компанию лучших специалистов.

- отсутствие компенсационного соцпакета — возврата работнику личных средств, затраченных им при выполнении своих должностных обязанностей (оплата мобильной связи, компенсация расходов на ГСМ и амортизации при использовании личного автомобиля, частичный или полный возврат затрат на обучение);
- некомфортные, антисанитарные, не соответствующие нормам, условия труда;
- трудности с доставкой персонала до места работы и обратно;
- отсутствие условий для продвижения по службе (карьерного роста);
- неоплата ученических отпусков;
- отсутствие возможности повышения уровня квалификации;
- неэффективность процедур отбора и оценки кандидатов;
- неадекватность мероприятий введения в должность с бесконтрольной адаптацией;
- применение принципа «соковыжималки» в работе с персоналом (жесткая структура);
- прецеденты резких (без предупреждения сотрудников) увольнений и наборов персонала в организацию, влияющие в конечном итоге на стабильность компании.

Из-за отсутствия обязательного соцпакета, гарантированного российским законодательством — страховых взносов в пенсионный фонд (ПФР), в фонд обязательного медицинского страхования (ФОМС) и в фонд социального страхования (ФСС) страдают не только конкретные физические лица — сотрудники предприятий, лишенные пенсионных отчислений и оплаты больничных листов, но и бюджеты самих российских фондов: ПФР, ФОМС и ФСС.

В целом проблема текучести персонала на предприятиях различных форм собственности, в том числе и на предприятиях малого бизнеса, носит комплексный характер и имеет в своей основе две группы факторов [7]:

1. Кадровые факторы: «застывшая» система стимулирования, не соответствующая современным реалиям; обесценивание кадров по некоторым причинам; не соответствие ожиданий работников социально-психологическому климату в коллективе; обязательность повышения квалификации персонала основного производства; несовершенная технология подбора и расстановки кадров.

2. Организационные факторы:

2.1. высокая централизованность принятия оперативных управленческих решений по производственным подразделениям;

2.2. неслаженность процедур взаимодействия между различными структурными подразделениями при выполнении ими своих производственных заданий;

2.3. сверхнормативная нагрузка на руководителей подразделений при выполнении ими производственных задач и своих должностных обязанностей;

2.4. практика «бесконечной» корректировки производственных заданий; несовместимость требований, предъявляемых к качеству выпускаемой продукции, оказываемых услуг с плановыми показателями;

2.5. излишняя лимитация материалов, необходимых для бесперебойного ведения производственного процесса.

Проблему текучести кадров на предприятиях можно напрямую решить совершенствованием кадровой политики путем внедрения передовых, современных и пересмотра существующих систем мотивации персонала.

При этом материальное и моральное поощрение (стимулирование) любого труда являются характерной чертой и основой системы мотивации. Материальное вознаграждение за труд, оказывая очень большое влияние на повышение его производительности, обязательно должно базироваться на понятных и объективных критериях и носить систематический характер. Поэтому, как следствие, необходимо чтобы оплата труда соответствовала некоторым определенным принципам [2,4,6].

Темпы роста производительности труда должны обязательно быть выше темпов роста заработной платы с целью создания условий для расширенного воспроизводства. При этом неоправданный рост заработной платы обязательно приведет к большому разрыву в соотношении между темпами роста средней заработной платы и производительностью труда.

Чтобы не сдерживать инициативу, не тормозить производительность труда, администрации предприятия нельзя допускать уравнительной оплаты труда.

Оплата труда должна:

- полностью соответствовать конечным результатам труда и количеству и качеству производимой продукции или оказанных услуг;

- стать стимулом для повышения квалификации труда; быть на порядок выше для сложных и неблагоприятных условий труда и отдыха;

- быть выше на вредных производствах; быть тем выше, чем квалифицированнее и инициативнее кадры;

- учитывать территориальное размещение производственных предприятий (применение районных и северных коэффициентов);

- учитывать средний уровень заработной платы той или иной отрасли в промышленности.

Стараться не допускать экономически необоснованных разрывов между размерами оплаты труда работников.

Базой для расчета заработной платы рабочих и инженерно-технических работников должны являться отраслевые тарифные ставки и должностные оклады.

Необходимо проводить своевременную калькуляцию заработной платы с учетом темпов инфляции.

Специалисты утверждают, что самое большое мотивационное воздействие на персонал оказывают следующие методы (программы) [8,9]:

1. моральное стимулирование:

1.1. благодарность, объявляемая в приказе, на собрании, в СМИ (в различных публичных формах);

1.2. награждение ценным подарком;

1.3. поощрение почетной грамотой;

1.4. предлагаемый перечень для самостоятельного выбора работником метода поощрения («метод меню»);

1.5. награждение туристическими путевками;

1.6. именные награждения (поощрения);

1.7. запись в книге истории предприятия, фирмы, организации;

1.8. создание и планирование условий для карьерного роста;

1.9. материальное стимулирование:

2. привлечение средств персонала под проценты;

2.1. предоставление отгулов и дополнительных отпусков;

2.2. предоставление возвратных беспроцентных или малопроцентных ссуд;

2.3. частичная (от 10–50 %) оплата ипотеки на улучшение жилищных условий сотрудников;

2.4. надбавки за здоровый образ жизни (от 5–30 % от заработной платы);

2.5. частичная или полная оплата оздоровительного лечения в санаториях и на курортах РФ;

- 2.6. надбавка за стаж работы на предприятии;
- 2.7. компенсирование расходов по использованию личного автомобиля в служебных целях;
- 2.8. оплата пользования мобильным телефоном для служебных переговоров.

Нами было проведено исследование в одной сравнительно молодой торговой компании, назовем ее ООО «ПА», созданной в сентябре 2002 г. в г. Иркутске, основным направлением деятельности, которой является реализация горюче-смазочных материалов и нефтепродуктов оптом и в розницу, применяется «закрытый» тип кадровой политики. То есть, компания ООО «ПА» ориентируется на привлечение нового персонала на нижний уровень должностей, а замещения на позициях среднего и высшего уровней являются прерогативой действующих работников компании. При данном типе кадровой политики текучесть персонала в целом по компании ООО «ПА» превысила рубеж 5–10 % и составила:

- в 2012 г. — 10,0 %;
- в 2013 г. — 11,11 %;
- в 2014 г. — 23,53 %.
- в 2015 г. — 26,32 %.

То есть, по данным компании ООО «ПА», коэффициент текучести персонала за последние 4 года превысил 10-ти процентный предел, который негласно считается нормативным. Это отрицательная тенденция, которую можно объяснить следующими обстоятельствами:

- невысокая «белая» зарплата: среднемесячная зарплата в 2013 г. — 7 111 руб., в 2014 г. — 7 828 руб., в 2015 г. — 7 904 руб. (при среднемесячной зарплате по отрасли «розничная торговля» более 21 157 руб.);
- выплата «серой» зарплаты в конвертах, которая не позволяет заработать достойную трудовую пенсию, не позволяет получить кредит в банке под невысокий процент по справке 2НДФЛ. При этом остальные причины роста текучести персонала остаются скрытыми, которые еще предстоит выяснению.

Оценка кадровой политики компании ООО «ПА» по критерию «система оплаты труда» показала, что там применяется повременно-премиальная система оплаты труда. Тарифные ставки (оклады) рабочим, а также должностные оклады руководителей и специалистов определяются штатным расписанием, утверждаемым директором компании. При этом заработка плата работников компании ООО «ПА» состоит из основного заработка (оплаты труда по тарифным ставкам, должностным окладам за фактически отработанное время) и дополнительного (премиальных выплат).

На установленные работникам тарифные ставки (должностные оклады) сотрудникам компании

ООО «ПА» начисляются такие ежемесячные надбавки, как:

- за выслугу лет, в зависимости от стажа работы: от 1 года до 3 лет — 1,5 %; от 3 лет до 5 лет — 2 %; от 5 лет до 10 лет — 2,5 %; от 10 лет до 15 лет — 3 %.
- за профессиональное мастерство — работникам, стабильно обеспечивающим надлежащее качество выполняемых работ, а также — освоившим новые и смежные профессии от 5 % до 15 %;
- за совмещение профессий и должностей, увеличение объема работы, расширение зоны обслуживания, выполнение обязанностей временно отсутствующего работника — доплата устанавливается с учетом дополнительной загрузки работника — до 50 % тарифной ставки (оклада) по основной профессии.

Необходимо также отметить, что качество кадровой политики предприятия напрямую зависит от качества деятельности менеджеров по персоналу или сотрудников отдела кадров и эффективности принимаемых ими решений.

В настоящее время в компании ООО «ПА» обязанности по работе с кадрами возложены на офис-менеджера, помимо организации работ по документоведению и делопроизводству. В должностные обязанности офис-менеджера входит комплектация необходимыми специалистами; перемещение и оценка персонала; развитие и укрепление трудовой дисциплины; пенсионное обеспечение персонала и социально-психологическая работа с персоналом; информационное обеспечение управления персонала. Возложение обязанностей по работе с персоналом на офис-менеджера компании ООО «ПА» крайне неэффективно, поскольку организация растет и развивается и, соответственно, растет нагрузка на офис-менеджера, что в свою очередь негативно влияет на эффективность принятия управленческих решений в отношении персонала.

Рост текучести персонала в компании ООО «ПА» также можно объяснить еще и такими причинами, как:

- отсутствие дополнительных гарантий в области охраны труда и здоровья на основании коллективного договора, кроме предусмотренных законодательством компенсаций и льгот;
- отсутствие различных социальных программ, утверждаемых работодателем, по организации санаторно-курортного лечения работников и оздоровления их детей в летние каникулы;
- отсутствие возмещения расходов на проезд к месту проведения отпуска и обратно;
- отсутствие корпоративных пенсионных программ.

Ради справедливости стоит отметить, что на практике перечень предприятий (фирм, компаний, организаций), реализующих различные мотивационные программы не столь велик по причине отсутствия у них необходимых финансовых средств (возможностей).

В процессе совершенствования кадровой политики, прогнозирование успешности этих мотивационных программ и их распространение возможно при условии их подкрепления, кроме необходимых финансовых средств, еще и реальным участием персонала в управлении, и при условии, что эти программы будут направлены на закрепление персонала в компании и реструктуризацию его (персонала) доходов. ■

1. Аскарова В. В. Проблемы текучести персонала в организациях/ В.В. Аскарова // Отдел кадров. – 2014. – № 2. – С. 18-27.

2. Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: Руководство для высшего управленческого персонала том 1-2, изд. / В. В. Гончаров. – М.: Юнити, 2013. – 431с.

3. Голубков Е. П. Анализ текучести кадров в организации/ Е. П. Голубков // Менеджмент в России. – 2015. – № 4. – С. 23-29.

4. Гольцов А. В. Методы снижения текучести трудовых ресурсов / А. В. Гольцов // Маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 39-41.

5. Долбунов А. А. Текущесть кадров – основная проблема предприятий / А. А. Долбунов // Маркетинг. – 2014. – № 12. – С. 57-64.

6. Знаменский Д. Ю. Кадровая политика и кадровый аудит организации: учебник для магистров / Д. Ю. Знаменский, Н. А. Омельченко. – М.: Юрайт, 2014. – 365с.

7. Новикова В. Г. Текущесть кадров: исследуем и документируем / В. Г. Новикова // Кадровик. Кадровое делопроизводство. – 2014. - № 4. – С. 8-10.

8. Жданкин Н. А. Восемь правил эффективной мотивации, или как правильно мотивировать персонал / Н.А. Жданкин // Управление персоналом. – 2011. – № 3. – С. 32-39.

9. Завгородняя Ю. Мотивация: факторы, которые следует учитывать / Ю. Завгородняя // Человек и труд. – 2013. – № 4. – С. 82-83.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аскарова В. В. Проблемы текучести персонала в организациях/ В.В. Аскарова // Отдел кадров. – 2014. – № 2. – С. 18-27.

Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: Руководство для высшего управленческого персонала том 1-2, изд. / В.В. Гончаров. – М.: Юнити, 2013. – 431с.

Голубков Е. П. Анализ текучести кадров в организации/ Е. П. Голубков // Менеджмент в России. – 2015. – № 4. – С. 23-29.

Гольцов А. В. Методы снижения текучести трудовых ресурсов / А. В. Гольцов // Маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 39-41.

Долбунов А. А. Текущесть кадров – основная проблема предприятий / А. А. Долбунов // Маркетинг. – 2014. – № 12. – С. 57-64.

Знаменский Д. Ю. Кадровая политика и кадровый аудит организации: учебник для магистров / Д. Ю. Знаменский, Н.А. Омельченко. – М.: Юрайт, 2014. – 365с.

Новикова В. Г. Текущесть кадров: исследуем и документируем / В. Г. Новикова // Кадровик. Кадровое делопроизводство. – 2014. - № 4. – С. 8-10.

Жданкин Н. А. Восемь правил эффективной мотивации, или как правильно мотивировать персонал / Н.А. Жданкин // Управление персоналом. – 2011. – № 3. – С. 32-39.

Завгородняя Ю. Мотивация: факторы, которые следует учитывать / Ю. Завгородняя // Человек и труд. – 2013. – № 4. – С. 82-83.

Problems of fluidity of personnel on small business enterprises

© Kosareva P., 2016

In article, the main reasons for leakage of personnel from small business enterprises solved by means of improvement of personnel policy are considered.

Keywords: fluidity of personnel, personnel policy.

УДК 373.25

СОЗДАНИЕ БИЛИНГВАЛЬНОГО ДЕТСКОГО САДА В ГОРОДЕ ИРКУТСКЕ

© Егорова А. В., Польская А. И., Якушева С. В., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматривается реализация проекта в виде создания билингвального детского сада в городе Иркутск. Во-первых, описывается основная идея проекта. Во-вторых, проблемы с которыми может столкнуться проект при реализации. В-третьих, ключевые преимущества проекта. В-четвертых, примерные затраты и срок окупаемости проекта, а также участники и их основные функции.

Ключевые слова: инновации, билингвальное образование, частный детский сад.

На сегодняшний день, инновации являются главным средством конкурентоспособности и обеспечения устойчивости успеха на рынке. Поэтому управление инновационной деятельностью являются составной частью и одним из основных направлений развития бизнеса.

Стратегия инновационной деятельности направлена на научно-технический прогресс, который необходим для повышения эффективности производства товара или услуги. Это достигается путем детальной разработкой целей и плана реализуемого проекта. Главное внимание уделяется технической политики нововведений и выработке стратегий, а также конкретных мер по их реализации.

Под нововведением принято понимать конкретный уникальный объект или мероприятие, проведение научного исследования или внедрение чего-то нового, которое отличается от предыдущего.

Инновация характеризуется более высоким технологическим уровнем, новыми качествами товара или услуги. Данное понятие применяется ко всем новшествам, как в сфере производства, так и в информационной, финансовой, организационной и другой.

В данной статье, мы хотели обсудить одну из главных сфер — образование, а именно билингвальное обучение. Понятие билингвальное языковое образование предполагает взаимосвязанное и равнозначное владение двумя языками, освоение родной и другой культуры.

Исследования ученых доказали, что любая информация лучше всего усваивается у ребенка в период времени от года и до шести лет, когда происходит становление речи. У детей в данном возрасте речь и мышление развиваются одновременно и составляют одно целое.

Поэтому актуальность билингвального образования в современном мире подтверждается тем, что для достижения цели развития образовательных инноваций в сфере дошкольного образования, особое внимание необходимо уделять содействию введения занятий по иностранному языку в дошкольных образовательных учреждениях и использования в учебном процессе в качестве одного из основных.

Если с раннего возраста дети слышат два языка, благодаря такому методу они погружаются в данную среду, неосознанно усваивая языковые структуры. Научное обоснование данного метода заключается в том, что владение языком происходит в привычной для ребенка атмосфере (рисование, игра, пение и т.д.). Также язык присутствует в воспитательном процессе с педагогами наравне с родным. Доказано, что при таком общении ребенок выстраивает систему правил языка самостоятельно, а ошибки и

смешение языков воспринимаются как естественные элементы развития.

На сегодняшний день, билингвальная система образования очень популярна за рубежом, начиная с ясельного возраста. Родители стремятся развивать способности ребенка, тщательно выбирая детский сад, развивающие центры, школу и репетиторов. Но в России существует стереотип, что обучение ребенка иностранному языку должно проходить уже в школе. Хотя применение билингвальной программы в дошкольном учреждении показало, что ребенок усваивает программу быстрее и лучше в дошкольном возрасте, во время развития речи (от 1 до 7 лет), если создать для этого все необходимые условия. Только в таком возрасте дети могут овладеть иностранным языком, как родным, путем использования врожденных механизмов, что и при освоении родной речи.

Основная идея нашего проекта заключается в создании частного детского сада, в котором происходит обучение одновременно на двух языках, как на русском, так и на английском. Обучение будет осуществляться носителями языка.

Цели инвестиционного проекта:

1. Открытие билингвального детского сада, с изучением двух языков, предоставляющего услуги платного дошкольного образования;
2. Создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
3. Оказание качественных услуг в области дошкольного образования;
4. Удовлетворение спроса населения в услугах воспитания подрастающего поколения в дошкольном учреждении.

На наш взгляд, услуги билингвального детского сада в городе Иркутск будут осуществляться с понедельника по пятницу с 7.00 до 19.00. Билингвальный детский сад будет включать 5 групп по обучению детей (табл.1).

Таблица 1. Группы билингвального детского сада

Группа	Возраст
Для детей раннего возраста	От 1,5 до 2 лет
Первая младшая группа	От 2 до 3 лет
Вторая младшая группа	От 3 до 4 лет
Первая средняя группа	От 4 до 5 лет
Вторая средняя группа	От 5 до 6 лет

Каждая группа рассчитана на 10 человек, следовательно, вместимость детского сада 50 человек.

На наш взгляд, билингвальный детский сад можно открыть в свердловском округе в городе Иркутск. Всего в Иркутске существует 4 округа: правобережный, октябрьский, свердловский и ленинский. Обоснование открытия детского сада в Свердловском округе характеризуется большим

количеством проживающих людей. Также можно будет рассмотреть вариант открытия детского сада в Октябрьском округе. Огромное значение при выборе детского сада будет иметь подходящее помещение и его территория. Так как при открытии детского сада необходимо будет соответствовать ряду необходимых санитарных норм и других параметров.

Преимуществом билингвальной методики является принцип двуязычной системы обучения. Такая методика позволяет сформировать сразу две языковые системы с помощью дублирования английских предметов в русской части занятий.

Миссия: Воспитать детей, которые будут свободно владеть двумя языками и способны без языкового барьера легко переключаться с одного языка на другой.

Уникальность данного проекта заключается в том, что на сегодняшний день на территории Иркутской области нет билингвальных детских садов. Но существует аналогичная услуга по обучению детей, например, в 2013 году в городе Иркутск Easy School открыла билингвальный детский сад. На наш взгляд, Easy School не является конкурентом, а является лишь аналогом будущему билингвальному детскому саду. Так как огромным различием является то, что Английский детский сад «Easy Kindergarten» ведет набор детей от 4 до 6 лет. А будущий билингвальный детский сад начинает обучение детей с полутора лет.

Конкурентные преимущества:

- Изучение двух языков: русский, английский
- Большую часть времени общение с детьми происходит на английском языке
- Англоговорящие педагоги
- Полный рабочий день (с 7 до 19)
- Система онлайн видео наблюдения
- Обучение в маленьких группах
- Качество предоставляемых услуг
- Многофункциональность оказываемых услуг
- Инновационные методы обучения
- Индивидуальный подход к каждому ребенку

Билингвальные детские сады в России успешно существуют в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург и т.д.) В Сибири в настоящее время билингвальных садов нет.

Целевая аудитория билингвального детского сада состоит из работающих родителей со средним или выше среднего доходом, имеющих высокий заработок и заботящиеся о развитии будущего своего ребенка.

На наш взгляд, существуют проблемы, с которыми может столкнуться данный проект при продвижении на рынке.

1. Поиск квалифицированного персонала.
2. Данная услуга может оказаться не востребованной на рынке из-за высокой стоимости.
3. Поиск необходимого помещения.
4. Покупка оборудования.

5. Проведение ремонтных работ.

Срок реализации данного проекта: 4 месяца.

Срок окупаемости проекта: 12 месяцев.

В зависимости от того, что срок реализации и окупаемости проекта является недостаточно долгим, то проблемы с реализацией билингвального сада являются незначительными и легко решаемыми.

Примерные инвестиционные затраты на реализацию данного проекта (табл. 2). В данной статье рассматривается состав участников команды проекта по реализации билингвального детского сада в городе Иркутск и их основные функции (табл. 2).

Таблица 2. Инвестиционные затраты

Затраты	Стоимость (тыс. руб.)
Здания и сооружения	2 000 000
Оборудование	15 000 000
Прочие затраты	2 000 000
ИТОГО	19 000 000

Таблица 3. Состав и функции участников команды проекта

Участники	Количество	Функции
Административный персонал:	4	Занимается управлением, организацией деятельности детского сада
Директор	1	
Заместитель директора	1	
Завхоз	1	
Бухгалтер	1	
Педагогический персонал:	15	Занимается обучением, развитием детей
Воспитатели	10	
Логопед	1	
Психолог	1	
Музыкальный работник	1	
Руководитель физической культуры	1	
Руководитель по ИЗО	1	
Обслуживающий персонал:	10	Занимается обслуживанием детского сада
Повар	2	
Кухонные работники	2	
Уборщицы	2	
Мед персонал	2	
Охранники	2	

В современном мире существует ограничение в выборе детского сада у родителей. Во-первых, это связано с недостаточным количеством детских садов, как муниципальных, так и негосударственных. Во-вторых, существует

большая очередность в детские сады. Например, родители получают место на ребенка в дошкольное образовательное учреждение в порядке очередности по месту жительства. А многие семьи находятся в ожидании места длительный промежуток времени. Помимо выбора детского сада, родителей волнует качество образовательных услуг того учреждения, которое будет посещать именно их ребенок. Таким образом, родители находятся в затруднительном выборе детского сада.

В современных условиях, большинство родителей проявляет заинтересованность ко всем изменениям, происходящих в образовательном процессе детских садов. Большое количество родителей отдают должное внимание обучению своего ребенка. Таким образом, когда наступает выбор детского сада родители сопоставляют множество факторов. Во-первых, родители выбирают престижное учреждение, во-вторых, важным фактором в выборе является качество и разнообразие оказываемых услуг, в-третьих, удобное месторасположение детского сада.

Так как на сегодняшний день в Иркутской области не существует билингвального детского сада, следовательно, родители не имеют

возможности направить своего ребенка на обучение одновременно двух языков, как русского, так и английского. Таким образом проект по созданию билингвального детского сада в городе Иркутск является инновационным и имеет множество преимуществ для реализации. В итоге можно сделать вывод о том, что качественные и инновационные услуги в сфере дошкольного образования становятся востребованными как никогда раньше. Поэтому данное направление является перспективным направлением развития бизнеса в сфере услуг. ■

Developing the bilingual kindergarten in Irkutsk

© Egorova A., Polskaya A., Yakusheva S., 2016

The authors describe the project fulfillment of building a bilingual kindergarten. Initially they reveal the key idea of it and problems the project may be faced with. Eventually the authors demonstrate the advantages, total costs, and payback period of the project.

Keywords: innovations, bilingual education, private kindergarten.

УДК 330.3

ПЕРЕХОД К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

© Лахтер М. Д., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье рассматривается ряд инструментов спектра информационных технологий, которые позволяют бизнесу перейти к экономике знаний.

Ключевые слова: реинжиниринг бизнес-процессов, управление сложными системами, мультиагентные технологии.

Экономика знаний — высшая ступень развития постиндустриальной экономики и инновационной экономики. Во главу угла ставится информационное общество или общество знаний.

Одна из самых популярных конкурентоспособных стратегий сегодня — это реинжиниринг бизнес-процессов, чаще всего называемая просто реинжинирингом. Реинжиниринг — это фундаментальный пересмотр и радикальная модернизация бизнес-процессов для кардинальных улучшений качества и обслуживания, повышения скорости, снижения себестоимости продукта (табл. 1). Реинжиниринг

совмещает стратегию продвижения бизнес-инноваций со стратегией улучшения бизнес-процессов так, чтобы компания могла стать более сильным и успешным конкурентом на рынке [1]. Потенциальная окупаемость разработки реинжиниринга высока, но также высок уровень риска краха организации.

Информационные технологии играют важную роль в реинжиниринге бизнес-процессов. Скорость, различные возможности обработки информации и телекоммуникации могут существенно увеличить эффективность бизнес-процессов, а также объединить людей, ответственных за их исполнение и менеджмент.

Таблица 1. Реинжиниринг бизнес-процессов

	повышение качества бизнеса	бизнес-реинжиниринг
дeфиниция	постепное улучшение существующих процессов	радикальное изменение бизнес-систем
цель	любые процессы	стратегические бизнес-процессы

риск	низкий	высокий
что изменяется	те же специальности и то же количество рабочих мест, но более эффективное выполнение работ	сокращение рабочих мест, новые специальности, изменение способа выполнения работы
инструменты реализации	информационные технологии	информационные технологии, организационное администрирование (редизайн)

Улучшение качества бизнеса. Не существует единственного подхода к организационным изменениям, который был бы универсален. Одним из важных стратегических направлений является непрерывное улучшение качества, получившее в бизнес-среде название общего управления качеством. До появления такой концепции понятие качества было определено как соответствие установленным стандартам или техническим требованиям для продукта или услуги [2]. Статистические программы контроля качества

использовались для измерения и исправления любых отклонений от стандартов.

Общее управление качеством. После появления информационных систем общего управления качеством понятие качество стало трактоваться иначе [3]. Теперь термин качество определён как удовлетворение или превышение ожиданий клиентов относительно продукта или услуги, уменьшения его стоимости и времени ожидания/выхода на рынок (рис. 1).



Рис. 1. График позиционирования продукта относительно трёх компонент качества [4]

Качество характеризуют такие составляющие как:

- Исполнение
- Надёжность
- Долговечность
- Отзывчивость (соответствие ожиданиям)
- Эстетика
- Репутация

Общее управление качеством использует множество инструментов и методов для непрерывного улучшения качества, производительности, гибкости, своевременности и соответствия ожиданию клиентов. Согласно гуру качества Ричарду Шонбергеру [4], компании,

которые используют систему общего управления качеством, преисполнены решимости:

- Лучше, привлекательнее, стабильнее сделать качество продукта или услуги.
- Быстрее доставить, с минимальным временем отклика от проектирования и разработки до поставщиков и каналов сбыта, офисов и заводов, находящихся на пути конечного потребителя.
- Проявлять большую гибкость в зависимости от количества клиентов и изменяемых требований.
- Снижать издержки и цену конечного продукта через повышение качества; перерабатывать отходы и ликвидировать мусор, не добавляя конечную стоимость продукта.

Становление «проворным» конкурентом «Проворность» или гибкость в

конкурентоспособной среде — это способность бизнеса процветать в быстро меняющемся, постоянно фрагментируемом мировом рынке высококачественных, высокоеффективных, кастомизированных продуктов и услуг [5].

Гибкая компания имеет возможность:

- Получать прибыль на рынках с широкой продуктовой линейкой и моделями коротких жизненных циклов.
- Обрабатывать заказы произвольных размеров.
- Предлагать индивидуализированные продукты с сохранением больших объемов производства.

Гибкие компании в большей степени зависят от информационных технологий в следующих сферах [6]:

- Обеспечение своих клиентов продуктами, учитывающими их индивидуальные потребности.
- Сотрудничество с остальными компаниями/бизнесами с целью поставки продукции на рынок максимально быстро и с наименьшей наценкой.
- Объединение под своим началом наиболее гибких организационных структур.
- Важное конкурентное преимущество — это свои подготовленные специалисты и свои информационные ресурсы.

Виртуальная компания — это организация, использующая информационные технологии для связи людей, активов и идей. Люди и корпорации создают виртуальные компании как лучший способ осуществления бизнес-стратегий, который гарантирует успех в сегодняшней бурной бизнес-среде [7].

Стратегии виртуальных компаний:

Некоторые основные причины, почему люди открывают виртуальные компании:

- Деление инфраструктуры и рисков.
- Взаимосвязь основных компетенций.
- Сокращение времени доставки товара, используя концепцию предоплаты.
- Расширение возможностей компании и увеличение доли на рынке.
- Получение доступа к новым рынкам, расширение существующих.
- Переход от продажи продуктов к продаже решений.

Создание обучающихся предприятий

Для многих компаний сегодня, прочное конкурентное преимущество создаётся ими, если они становятся компаниями, создающими знания или обучающимися организациями. Это означает постоянное создание новых бизнес-знаний, широкое их распространение через все уровни внутри организации и быстрое использование новых знаний о своих продуктах и услугах.

Обучающие организации используют два вида технологий:

- Эксплицитные технологии. Это те технологии, которые реально осязаемы (документы и данные, которые находятся в печатном виде на бумаге и электронном виде на электронных носителях).

- Тacитные технологии. Это негласные, неформальные технологии и знания, которыми обладают рабочие.

Успешное управление знаниями создаёт методы и технологии и вознаграждает за мотивацию сотрудников делиться полученным ими в процессе работы опытом.

Информационные технологии стали главным стратегическим инструментом управления знаниями. Многие компании занимаются созданием систем менеджмента знаний для управления организационным обучением и бизнесом ноу-хау. Цель системы менеджмента знаний состоит в том, чтобы помочь сотрудникам, которые обладают специализированными знаниями создать, организовать и сделать доступными важные знания о бизнесе, каждый раз, где и когда это необходимо организации. Это включает описание процессов и процедур, создание образцов и справочных материалов, составление прогнозов, прохождение практики. Коллaborация сотрудников организации происходит при помощи сайтов интернета и интранета, программного обеспечения для совместной работы, видеоконференций, и других информационных технологий для сбора, хранения и распространения бизнес-знаний.

Характеристики систем менеджмента знаний:

- Это информационные системы, которые облегчают организационное обучение и создание знаний.

- Используют широкий спектр информационных технологий, собирают и редактируют информацию, оценивают её значимость, распространяют её повсеместно в организациях и применяют к различным процессам бизнеса.

- Называют адаптивными системами обучения, потому что они создают циклы организационного обучения, называемые петлями, где создание, распространение и применение знаний создаёт адаптивный процесс обучения внутри компании.

- Могут предоставить быструю обратную связь с сотрудниками, обладающими необходимыми знаниями и опытом, а также повысить эффективность бизнеса.

- В то время как организационный процесс обучения организаций продолжается и его база знаний расширяется, обучающие организации интегрируют полученные знания и информацию в свои бизнес-процессы, продукты и услуги. Это делает компанию весьма инновационной и эффективным поставщиком высококачественных

продуктов и потребительских услуг, а также мощным конкурентом на рынке.

Планирование ресурсов организации — это кросс функциональная система предприятия, которая служит основой для интеграции и автоматизации многих бизнес-процессов, которые должны быть выполнены в рамках производства, логистики, дистрибуции, бухгалтерского учёта, финансов, кадров, бизнеса [7].

Программное обеспечение системы планирования ресурсов организации представляет собой семейство программных модулей, которые поддерживают бизнес-процессы и связанные с ними бэк-офис процессы (невидимые, второстепенные процессы, дополняющие основные).

Системы планирования ресурсов организации признаются необходимым компонентом для эффективности, гибкости и быстрой связи с клиентами и поставщиками, что позволяет электронному бизнесу добиться успеха в динамичном мире электронной коммерции.

Компании считают нужным установку систем планирования организаций по двум причинам:

- Системы планирования ресурсов организации создают основу для интеграции и улучшения систем бэк-офис, что приводит к значительным улучшениям в обслуживании клиентов, производстве товаров и эффективной логистике.
- Системы планирования ресурсов организации обеспечивают жизненно-важные бизнес-процессы и поддерживают клиентов и поставщиков потоками различной информации с помощью систем электронной онлайн регистрации.

Системы аналитической обработки в реальном времени позволяют менеджерам и аналитикам в интерактивном режиме изучать и оперировать большими объемами подробных и консолидированных данных из разных областей [6]. Они предоставляют новые возможности менеджменту в сферах поддержки принятия решений и управленческих информационных систем.

Базовые аналитические операции включают:

- Консолидация. Включает в себя агрегацию данных, это может быть простое накопление или сложная группировка с участием взаимосвязанных данных. Например, офисы продаж могут быть объединены в районы продаж, в свою очередь районы — в регионы.
- Операции снизу-вверх. Аналитическая обработка в реальном времени позволяет пойти в реверсивном направлении и отобразить детальную информацию, которая содержит консолидированные данные. Например, объемы продаж отдельных продуктов или торговых представителей, которые составляют продажи регионов.

• «Слайс & дайс». «Слайс & дайс» означает деление информационного массива на небольшие части для подробного рассмотрения каждой с разных сторон. Например, один «срез» (запрос) базы данных может показать все продажи продукта внутри региона, другой запрос может показать все продажи, приходящиеся на канал распределения. Подобные операции позволяют менеджеру рассмотреть одни и те же данные под разными углами, выбирая необходимую информацию для принятия решения.

Интеллектуальные агенты (самообучающиеся агенты) — это заменитель программного обеспечения, который выполняет поставленные пользователем задачи [7]. Интеллектуальные агенты имеют базисный набор данных и механизмов по их пополнению, позволяющих расширять свои программные знания и возможности для оказания помощи пользователю в виде рекомендаций, предоставления своего варианта в виде шаблона или электронной таблицы для решения поставленной пользователем задачи. Интеллектуальные агенты могут быть поделены на две группы:

Агенты пользовательского интерфейса:

- Интерфейс-тьюторы. Они следят за выполнением операций и исправляют ошибки, предоставляют подсказки и дают советы по эффективному использованию программного обеспечения.
- Презентационные агенты. Они предоставляют информацию в различных, отчётных и презентационных формах, основанных на медиа-контенте, исходя из предпочтений пользователя.
- Агенты сетевой навигации. Они указывают местонахождение необходимых данных пользователю и в различных формах доносят предпочтительный для пользователя вариант в релевантном виде.
- Ролевые агенты. Они обыгрывают ситуации моделей «что-если», помогая конечному пользователю получить необходимую информацию по истечении возможного исхода и принять наиболее эффективное решение.

Агенты информационного менеджмента:

- Поисковые агенты. Они помогают пользователю найти файлы и базы данных, ищут узкоспециализированную информацию, а также предлагают новые типы информационных ресурсов, продуктов и медиа контента.
- Информационные брокеры. Они обеспечивают коммерческие услуги по нахождению и обеспечению информационными ресурсами организации и компаний, нуждающиеся в этой услуге.
- Информационные фильтры. Они получают, находят, фильтруют, отбрасывают ненужную информацию, сохраняют данные и уведомляют

пользователя о полученных результатах путём почтовой рассылки, голосовой почты и другими способами оповещения.

Экспертные системы — это системы, основанные на своих знаниях о конкретной сложной области применения в качестве эксперта-консультанта для конечного пользователя [8].

Компонентами экспертных систем являются:

База знаний. Она содержит данные для выполнения поставленных задач. Существуют два типа подобных данных:

- Фактические знания. Факты, описательная информация о конкретной области.

- Эвристические знания. Правила для применения фактических знаний, деление выводов.

Обработчик информации. Предоставляет экспертной системе варианты возможностей, обрабатывает знания, имеющиеся в базе данных в соответствии с определенной проблемой, приводит ассоциации и делает выводы для рекомендации хода действий.

Пользовательский интерфейс. Это средство взаимодействия с пользователем. Чтобы создать экспертную систему специалист учитывает пожелания конечных пользователей и реализует пользовательский интерфейс на основе знаний и опыта, полученного от эксперта-профессионала (человека-специалиста своей области).

Используя специализированное программное обеспечение, которое содержит пользовательский интерфейс и обработчик информации, разработчик формирует базу знаний путём добавления и шифрования данных. Для тестирования и усовершенствования базы данных применяется итерационный подход: пополнение базы данных будет происходить до тех пор, пока не будет удовлетворять ранее заданным условиям (определенный объём данных).

Управляющие функции информационных систем. Организационные структуры информационных технологий радикально изменились за последние несколько лет. Изменения, которые произошли в 1980–1990 годы привели к децентрализации командных информационных систем [9], и децентрализации информационных систем менеджмента, были недавно возвращены к централизованному управлению и менеджменту ресурсов информационных систем. Это привело к разработке и развитию гибридных организационных структур, сочетающих в себе централизованные и децентрализованные элементы. Некоторые компании выделили информационно-системные подразделения в отдельные бизнес-единицы.

Другие отдали эти задачи на аутсорсинг или поставщикам услуг, или системным интеграторам. Независимо от этих организационных изменений, функции информационных систем включают три главных компонента:

- Управление разработкой приложений. Включает такие действия как системный анализ и проектирование, управление проектами, разработку приложений и обслуживание систем для всех информационно-технологических проектов электронного бизнеса.

- Операционный менеджмент информационных технологий. Включает в себя менеджмент программных, аппаратных и телекоммуникационных ресурсов. Операционные процессы в сферах компьютерного и сетевого обеспечения, а также производственного контроля и поддержки должны быть под постоянным контролем и управлением.

- Менеджмент человеческих ресурсов. Включает в себя набор, обучение, сохранение квалифицированного персонала. Такой контингент может включать управленческий, технический и обслуживающий персонал. ■

1. Davenport T. H. Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology, Harvard Business School Press, 1993. -Business & Economics, 1993

2. Баронов В., Титовский И. «Всеобщее управление качеством: зачем оно нужно?» - <http://www.standard.ru/articles/article02.phtml> (4 апр.2014)

3. Маслов Д., Втсон П., Белокоровин Э., «Всеобщее управление качеством в России - труден путь к совершенству», - <http://www.standard.ru/article.phtml?i=2> (7 апр. 2014)

4. Шонбергер Р., Японские методы управления производством: девять простых уроков: сокр. перев. с англ./Р. Шонбергер. - М.: Экономика 1988 г - 251 с.

5. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: Учеб. пособие. 14-е изд./Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2014. – 800 с.

6. Интеллектуальные системы управления организационно-техническими системами/ Антамошин А. Н., Близнова О. В., Бобов А.В. и др.; Под. ред. А. А. Большакова. — М.: Горячая линия - Телеком, 2006. — 160 с.

7. Когаловский М. Р. Энциклопедия технологий баз данных/ М. Р. Когаловский. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 800 с.

8. Когаловский М. Р. Перспективные технологии информационных систем/ М. Р. Когаловский. — М.: ДМК Пресс; Компания АйтИ, 2003. — 288 с.

9. Википедия. Свободная энциклопедия - http://www.kau.edu.sa/Files/830/Files/55004_Management%20Information%20System%20EN.pdf (6 мар.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баронов В., Титовский И. «Всеобщее управление качеством: зачем оно нужно?» - <http://www.standard.ru/articles/article02.phtml> (4 апр.2014)

Википедия. Свободная энциклопедия - http://www.kau.edu.sa/Files/830/Files/55004_Management%20Information%20System%20EN.pdf (6 мар.2016)

Интеллектуальные системы управления организационно-техническими системами/

Антамошин А. Н., Близнова О. В., Бобов А. В. и др.; Под. ред. А. А. Большакова. — М.: Горячая линия - Телеком, 2006. — 160 с.

Когаловский М. Р. Энциклопедия технологий баз данных/ М. Р. Когаловский. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 800 с.

Когаловский М. Р. Перспективные технологии информационных систем/ М. Р. Когаловский. — М.: ДМК Пресс; Компания АйТи, 2003. — 288 с.

Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: Учеб. пособие. 14-е изд./Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2014. — 800 с.

Маслов Д., Втсон П., Белокоровин Э., «Всеобщее управление качеством в России - труден путь к совершенству», 2004 - <http://www.standard.ru/article.phtml?i=2> (7 апр. 2014)

Шонбергер Р., Японские методы управления производством: девять простых уроков: сокр.

перев. с англ./Р. Шонбергер. - М.: Экономика 1988 г - 251 с.

Davenport T.H. Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology, Harvard Business School Press, 1993. -Business & Economics, 1993

Transition to the knowledge economy through information technology

© Lachter M., 2016

This article discusses a set of tools of information technologies spectrum that allow businesses to move to knowledge economy.

Keywords: business process reengineering, management of complex systems, multi-agent technology.

УДК 334.021

ВАЖНОСТЬ КОМАНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

© Матвеева Е. Д., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье автор раскрывает понятие «управление проектами» и выделяет основные характеристики проектов. Также, автор освещает важность команды в управлении проектами, факторы успеха при реализации проекта и подчеркивает важность профессионализма менеджера проекта.

Ключевые слова: команды, управление проектами, успех проекта, менеджер проектов, ключевые характеристики проектов, влияющие на проект факторы.

Управление проектами возникло несколько десятилетий тому назад, однако популярность этого направления на сегодняшний день очень высока, так как во многих компаниях появляются специфичные задачи, наилучшей организационной формой решения которых являются проекты.

По данным Российской ассоциации Управления Проектами «СОВНЕТ», около 40 % целенаправленной общественно полезной деятельности реализуется через различные проекты и программы и 25 % мирового бюджета тратится на проекты. Профессиональное управление проектами позволяет эффективно распределить ответственность и обязанности между участниками проекта, сэкономить до 30% времени и до 20 % средств, снизить риски неуспеха проектов [2]. Другая интересная статистика говорит о том, что участие в проектах занимает от 30 до 70 % рабочего времени менеджеров среднего и высшего звена [1].

Существует множество определений проекта, приведем некоторые из них.

Согласно определению, данному в книге PMBooK, проект — это «временное предприятие, предназначенное для создания уникальных

продуктов, услуг или результатов» [3]. Похожее определение дает Английская Ассоциация проект-менеджеров, в котором говорится, что «Проект — это отдельное предприятие с определенными целями, часто включающими требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов» [3]. Согласно А. Г. Ивасенко, Я. И. Никоновой, М. В. Каркавину, проект — «это ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с изначально четко определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, рамкам расходования средств и ресурсов и к организационной структуре» [1].

Несмотря на множество трактовок понятия «управление проектами», во всех определениях авторы схожи во мнении относительно признаков проекта, к которым относятся:

- Наличие конкретной, четко определенной цели
- Каждый проект уникален (различные цели, условия реализации и ресурсы)
- Разовый характер (в отличии от бизнес-процессов, проект разрабатывается, реализуется, завершается, а бизнес-процесс постоянен)

- Ограничность проекта во времени
- Ограничность ресурсов (определенный бюджет, ограниченные человеческие ресурсы, материальные, технические ресурсы) [3]

Ключевыми характеристиками проекта являются его самые важные критерии: качество, время и стоимость. От баланса этих критерии и их взаимосвязанности зависит сам проект (чем дольше время, тем выше стоимость, чем выше качество, тем дольше время и т.д.). Конечно, естественная цель реализации проекта — это наилучшее качество по наименьшей стоимости и в кратчайшие сроки. Эти показатели целиком и полностью зависят от степени организованности планирования и реализации проекта, основным действующим лицом, где выступает команда проекта.

Команда проекта — это группа людей, обладающих взаимодополняющими навыками и характерами, чувствующих себя связанными общей целью и нуждающихся друг в друге для достижения результатов проекта.

В научной литературе различают также команду управления проектом (члены команды проекта, которые непосредственно вовлечены в управление проектом, включая представителей некоторых участников проекта и технический персонал). Однако для небольших проектов эта команда может включать в себя практически всех членов команды проекта, поэтому для простоты будем подразумевать, что все члены команды проекта вовлечены в его реализацию.

Здесь важно отметить, что для управления проектом нужна именно команда, а не группа людей, так как в группе каждый работает на достижение собственных целей, для проекта же основа эффективности — взаимозависимость участников друг от друга, достижение общей цели и взаимная ответственность.

К другим факторам успешности команды относятся: мотивация и вовлеченность участников, максимально проработанный план проекта с учетом рисков, система коммуникаций и компетентность руководителя проекта. Конечно, к ним можно еще добавить внешние факторы, также влияющие на эффективность команды, как то: наличие ресурсов, инструментов и инфраструктуры; понимание целей и потребностей заказчика и выстраивание реализации проекта в соответствии с ними и т.д. Однако наличие внешних условий не гарантирует эффективную реализацию проекта.

Одним из самых важных моментов для реализации проекта является компетентность руководителя, так как он отвечает за подбор членов в команду проекта и координирует процессы реализации проекта.

На практике, однако, можно встретить такие случаи, когда команда проекта уже сформирована из работников компании, и для реализации проекта приглашают внешнего менеджера.

Так как основным «движущим звеном» проекта являются люди, состав команды крайне важен. При его формировании необходимо достигнуть гармоничного распределения задач между людьми с определенными навыками, стилями мышления и различными личностными качествами, причем каждая из названных черт должна способствовать достижению целей и совершенствованию процесса работы.

Таким образом, в процессе набора команды проекта важно учитывать следующие факторы:

- Компетентность и специальные навыки потенциального члена,
- Соответствие навыков и компетенций потребностям проекта
 - Умение работать в команде
 - Определение командной роли потенциального участника

Также, одним из ключевых факторов успешной реализации проекта является система связи (коммуникации) между членами проекта, которая позволяет эффективно координировать действия участников проекта. Это прямая обязанность руководителя проекта. Руководитель проекта тратит порядка 90 % своего времени на взаимодействие и коммуникации с различными стейххолдерами проекта.

Управление коммуникациями проекта включает в себя процессы, необходимые для своевременной подготовки, сбора и хранения информации по проекту, а также ее распространения между участниками проекта. К ним относятся:

- Планирование коммуникаций (Communications Planning);
- Определение потребностей участников проекта в информации и формах коммуникаций (кому, когда и какая информация необходима)
- Распространение информации (Information Distribution);
- Своевременное предоставление необходимой информации участникам проекта.
- Отчетность по исполнению (Performance Reporting);
- Распространение информации о текущем состоянии, прогрессе и прогнозах выполнения работ проекта.
- Управление Участниками Проекта (Manage Stakeholders);
- Удовлетворение требований участников проекта и решение возникающих проблем [3].

От эффективности управления коммуникациями в целом зависит скорость реализации проекта, что влияет и на сроки, и на качество, и на стоимость проекта.

Управление проектами — перспективная и важная область менеджмента, и ключевым элементом при реализации проектов являются люди. В командной работе присутствует всё: обмен опытом, работа, мысли, чувства, волнение, счастье,

напряжение, удовольствие, эмоции, сомнения, успех. От того, насколько эффективно выстроена работа и взаимодействие команды проекта, насколько участники вовлечены в реализацию проекта, насколько компетентен руководитель в области управления проектами зависит соблюдение необходимого баланса ключевых факторов проекта — стоимость-время-качество. ■

1. Воропаев В. Управление проектами: Неиспользованный ресурс в экономике России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/project/section_35/article_1635/

2. Характеристики проектов // [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/education/k12/project-design/design/project-characteristics.html>

3. Что такое «проект»? // [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pandia.ru/365896/>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Воропаев В. Управление проектами: Неиспользованный ресурс в экономике России

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/project/section_35/article_1635/

Характеристики проектов // [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/education/k12/project-design/design/project-characteristics.html>

Что такое «проект»? // [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pandia.ru/365896/>

Importance of command in project management

© Matveeva E., 2016

The author defines project management and points out the main characteristics of projects and critical success factors. In the article it is stated that command is an important factor in project management. The author also describes main things that could affect command in projects.

Keywords: commands, project management, project success factors, project manager, key characteristics of projects, influence on projects.

УДК 334.021

РЕАЛИЗАЦИЯ ОТДЕЛЬНЫХ АСПЕКТОВ КОНЦЕССИОННЫХ СОГЛАШЕНИЙ ДЛЯ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА НА ПРИМЕРЕ КОНЦЕССИОННОГО ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

© Матвеева Е. Д., Шершитский А. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье авторы рассматривают на примере инвестиционного проекта создания системы комплексной безопасности дорожного движения в Рязанской области схему получения и разделения доходов между частным и государственным партнерами, при которой учитывается социально-экономическая специфика проекта государственно-частного партнерства и риски обеих сторон.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, концессии, инфраструктурные проекты, безопасность дорожного движения, разделение доходов

В настоящее время становится все более очевидным тот факт, что обеспечение высоких и устойчивых темпов развития региона, достижение стратегических целей государственной власти невозможно без заинтересованного партнерства государственных и муниципальных органов власти с представителями частного бизнеса. Стратегии и программы, ориентирующиеся только на использование бюджетных средств, не позволяют органам власти осуществлять масштабные, стратегические проекты, лежащие в основе высокой конкурентоспособности страны. Признанной во всем мире альтернативой подобному способу финансирования выступает государственно-частное партнерство. При этом общим знаменателем

согласования интересов должны быть цели социально-экономического развития, определяемые на основе конституционального принципа социального государства [1].

Еще в эпоху Древнего Рима муниципы (municipal — аналог современных муниципалитетов) практиковали передачу в управление частным лицам объектов античной инфраструктуры: почтовых станций, портов, водоводов, рынков и бань. Во Франции и Великобритании с 16 века власти старались привлекать частных предпринимателей, чтобы развивать за их счет, но под своим контролем, экономическую деятельность, которая обеспечивала предоставление транспортных и коммунальных услуг гражданам. В рамках этой

бизнес-модели государство передавало частному предпринимателю некое право, например, право взимания платы с потребителя за пользование или оказание услуги, которая предоставлялась в обмен на новое строительство, реконструкцию или модернизацию объектов (системы объектов) общественной инфраструктуры за счет частного инвестора. Во Франции первая концессия в области общественной инфраструктуры была предоставлена Адаму де Крапонну для постройки канала в долине Кро у города Салон-де-Прованс (1552 г.). Также концессия активно использовалась при строительстве мостов. В Англии государственные концессии выдавались частным компаниям еще в 17–18 веках. Маячные службы в Англии и Уэльсе действовали на принципах партнерства государства и бизнеса.

В 19 веке с помощью концессиональных механизмов были построены железнодорожные сети, крупнейшие судоходные каналы и многие другие инфраструктурные комплексы, поэтому 19 век стал «золотым веком» концессий. Наиболее известные проекты этого времени, реализованные с использованием механизма концессии, Суэцкий канал (1855) и знаменитая Эйфелева башня в Париже (1887–1889).

Во второй половине 19 века на основе ГЧП в России были построены российские железные дороги. Важно отметить, что концессии, как одна из форм государственно-частного партнерства, являются достаточно популярной и, в частности в нашей стране, наиболее описанной законодательно (Федеральный закон от 21.07.2005 N 115-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О концессионных соглашениях»).

Модель концессии характеризуется тем, что она наиболее предпочтительна для проектов с длительным сроком реализации, а также в тех случаях, когда передача прав собственности от государства частному партнеру исключается по политическим или правовым причинам [2].

Можно выделить ряд характерных признаков концессии:

- ее предметом всегда является государственная (муниципальная) собственность, а также монопольные виды деятельности государства или муниципального образования, а целью — удовлетворение общественных нужд и потребностей;
- одним из субъектов концессионного соглашения выступают органы исполнительной власти государства или муниципалитета;
- концессия всегда имеет договорную основу (концессионное соглашение) и опирается на возвратность предмета соглашения, который предоставляется частному партнеру за плату, определяемую в соглашении.

При реализации концессионного соглашения концессионер за свой счет создает и (или) реконструирует имущество (объект концессии), право собственности, на которое принадлежит

концеденту. После создания/реконструкции объект концессии поступает в собственность концеденту, который передает его концессионеру для последующей эксплуатации на срок действия концессии. Срок действия концессионного соглашения устанавливается концессионным соглашением и, как правило, составляет 10 и более лет.

Концедентом выступает Российская Федерация, ее субъект или муниципальное образование.

Концессионером выступает юридическое частное лицо или специально созданное проектное общество, учредителями которого, как правило, являются члены инвестиционного консорциума.

Объект концессии — недвижимое или движимое имущество, технологически связанные между собой. Это могут быть объекты транспортной инфраструктуры: автострады, железнодорожные сооружения, трубопроводные сооружения, аэропорты, здания и сооружения для взлета, посадки и парковки летательных аппаратов, сооружения объединенной воздушной диспетчерской службы, подземные железнодорожные системы и другие сооружения общественного транспорта, морские и речные порты и суды; объекты коммунальной инфраструктуры: гидроинженерные сооружения, коммунальная инфраструктура и сооружения, включая газоснабжение и обработку бытовых отходов; объекты энергетики: сооружения для производства, передачи и распределения электроэнергии и тепла; объекты социальной инфраструктуры: санатории и медучреждения, учреждения отдыха и туризма, культурные, образовательные, досуговые и др. социальные учреждения (спорт, развлечения и т.д.).

Однако один из самых важных моментов в любом концессионном проекте — это вопрос возврата инвестиций и получения дохода по проекту, при этом важно учесть основные риски партнеров, социальную и экономическую (увеличение доходов в бюджет) направленность проекта.

Одной из, по мнению авторов, удачных схем разделения доходов при реализации проекта государственно-частного партнерства является пропорциональное разделение доходов, при котором частный партнер способен вернуть инвестиционные вложения, а государственный партнер — увеличить доходы бюджета. Наиболее успешно эта схема реализована в инфраструктурном проекте создания системы комплексной безопасности дорожного движения в Рязанской области, который предполагает строительство и управление системой комплексной безопасности дорожного движения на определенной территории городов.

Этот проект имеет социальную (укрепление общественной безопасности и снижение уровня преступности в области, создание дополнительных

рабочих мест) и экономическую направленность (построение системы осуществляется без использования бюджетных средств, исключительно силами частного партнёра, увеличение доходов в бюджет).

Старт проекту был дан в 2014 году, когда было заключено концессионное соглашение между Рязанской областью в лице Правительства Рязанской области и ЗАО «Безопасные дороги Рязанской области» сроком на 12 лет, объемом инвестиций на 4 255 млн. рублей на создание и эксплуатацию системы комплексной безопасности дорожного движения (СКБДД) на территории Рязанской области. Структура инвестиций следующая: собственные средства концессионера — 20 % и заемные средства — 80 % [3]. Возврат концессионеру средств, затраченных на создание и эксплуатацию СКБДД, предусматривается за счет поступлений в бюджет Рязанской области оплаты штрафов и возмещения вреда, наносимого тяжеловесным транспортом через государственную программу Рязанской области «Повышение безопасности дорожного движения на 2014–2020 годы» [3]. Разделение доходов происходит по схеме: 49 % частному партнёру, 51 % — в бюджет области, фактический доход по проекту — это денежный поток, то есть конкретно оплаченные штрафы.

При этом важно отметить, что после завершения строительства, все имущество переходит в государственную собственность, но при этом частный партнер занимается обслуживанием и эксплуатацией оборудования до конца концессионного соглашения.

Проекты государственно-частного партнерства — это надежный способ решить различные социальные вопросы с высокой эффективностью, так как привлекаются государственные ресурсы (права, имущество) и ресурсы частного бизнеса (что позволяет работать эффективно). Концессии являются одной из самых распространенных схем взаимодействия партнеров, однако важным вопросом любого проекта такого типа является получение и разделение доходов. На примере проекта «Безопасность», старт которого был дан в Рязанской области в 2014 году, мы видим, что, используя механизм пропорционального разделения доходов по проекту, которыми являются денежные поступления от штрафов, можно создать устойчивую финансовую базу для проекта концессионного соглашения, учитывая социально-экономическую направленность проекта и риски партнеров. ■

1. Зельднер А. Г., Смотрицкая И. И. Государственно-частное партнерство в условиях

инновационного развития экономики: монография [Электронный ресурс] / Под ред. А.Г. Зельднера, И.И. Смотрицкой. М.: ИЭ РАН, 2012. С. 212. URL: http://inecon.org/docs/Zeldner_Smotritskaya.pdf (дата обращения: 29.03.2016)

2. Мохов А. И., Мохова Л. А., Несветайлова С. В., Филичева Е. В. Особенности инвестирования в инфраструктурные комплексы: инфраструктурный дизайн [Электронный ресурс] // Тр. Инст-та системн. анализа Росс. акад. наук. 2009. в Т.49. С. 129-137. URL: <http://www.isa.ru/proceedings/images/documents/2009-49/129-137.pdf> (дата обращения: 29.03.2016)

3. Концессионный проект в Рязанской области Система комплексной безопасности дорожного движения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.investinfra.ru/files/prezentacii/266.pdf> (дата обращения: 29.03.2016).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Зельднер А. Г., Смотрицкая И. И.

Государственно-частное партнерство в условиях инновационного развития экономики: монография [Электронный ресурс] / Под ред. А.Г. Зельднера, И.И. Смотрицкой. М.: ИЭ РАН, 2012. С. 212. URL: http://inecon.org/docs/Zeldner_Smotritskaya.pdf (дата обращения: 29.03.2016)

Концессионный проект в Рязанской области Система комплексной безопасности дорожного движения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.investinfra.ru/files/prezentacii/266.pdf> (дата обращения: 29.03.2016).

Мохов А. И., Мохова Л. А., Несветайлова С. В., Филичева Е. В. Особенности инвестирования в инфраструктурные комплексы: инфраструктурный дизайн [Электронный ресурс] // Тр. Инст-та системн. анализа Росс. акад. наук. 2009. в Т.49. С. 129-137. URL: <http://www.isa.ru/proceedings/images/documents/2009-49/129-137.pdf> (дата обращения: 29.03.2016)

Implementing aspects of the concession agreement projects for public-private partnerships in the case of the concession project of integrated road safety in the Ryazan region

© Matveeva E., Shershitsky A., 2016

In this article the authors examine the example of the investment project to create an integrated road safety systems in the Ryazan region and the scheme receiving revenue sharing between private and public partners, which takes into account the socio-economic specificity of the project of public-private partnership and risks of both sides of the agreement.

Keywords: public-private partnership, concessions, infrastructure projects, road safety, revenue sharing

Бизнес процессы, оптимизация бизнес процессов, стандартизация, эффективность. Как часто мы слышим эти слова вокруг нас? Многие люди пытаются оптимизировать процессы, в домашних условиях или в рабочих, чтобы повысить результативность своей деятельности. Понятное стремление. Наша жизнь состоит из процессов и от того как они работают зависит то, как мы живем. Любой прогресс есть оптимизация того, что есть на данный момент. При наименьших ресурсах, получить максимум результата, основная цель оптимизации.

Ключевые слова: бизнес-процесс, бизнес архитектура, оптимизация, эффективность, методология.

Термин процесс, как и многие другие пришел к нам из латинского языка. Процесс или «*прōцессus*» означает движение вперед. Все вокруг движется, все меняется. В современном мире скорость изменений очень высока. Бизнес состоит из множеств разнообразных процессов, от эффективности управления которыми зависит развитие компании и благосостояние ее акционеров.

Существует множество точек зрения на то, что такое «бизнес процессы». Нам ближе позиция Г.К. Киселева [8], определяющего, что это:

Упорядоченная совокупность видов деятельности, направленных на преобразование входов в выходы с целью удовлетворения потребителя.

Дополняет это определение Рис. 1, представленный ниже, который отражает основную роль бизнес процессов в управлении.

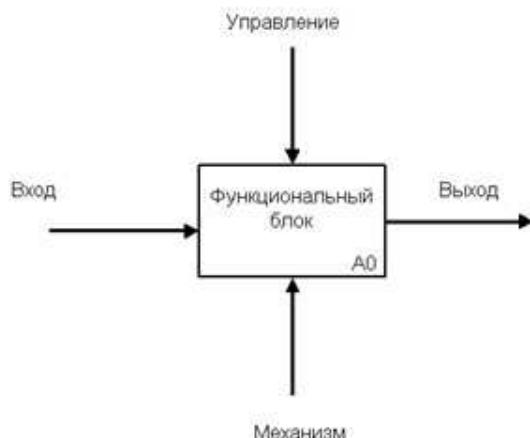


Рис. 1. Схема представления бизнес процесса.

Существует множество методологических подходов к описанию бизнес процессов, однако все они вышли из двух классических, среди которых, принято относить к классическим ниже перечисленные подходы:

- DFD — (Data Flow Diagram) — Диаграмма потоков данных [8]
- WFD — (Work Flow Diagram) — Диаграмма потоков работ [17]

Основное отличие вышеперечисленных подходов заключается в том, что методология DFD используется для описания верхнего уровня процессов, а методология WFD — для описания нижнего, более детального уровня, описания.

Важно, что для описания схемы второго уровня (что это такое) может использоваться как DFD, так и WFD методологии, что зависит от сложности и

масштабности проекта. Если работа глобальна и нет возможности декомпозировать в виде более мелких работ во временном периоде, то используют DFD-стандарт ее описания. В других случаях работу лучше всего описать при помощи WFD-модели.

Первым этапом работ по оптимизации бизнес процессов в компании, является создание описательной модели архитектуры бизнес процессов. Проведенный нами анализ исследований по этой проблеме показал, что архитектура бизнес процессов — это верхний уровень оптимизации, совокупность маркетинговой и организационной концепций. Так, например, в исследовании Диязитдинова [3] выделяется, что:

Архитектура предприятия — это всестороннее описание (модель) всех его ключевых элементов и

связей между ними (включая бизнес-процессы, технологии и информационные системы), а также процесс поддержки изменения бизнес-процессов предприятия со стороны информационных технологий.

Опираясь на проведенное исследование можно заключить, что бизнес архитектура, содержит в себе следующие элементы:

1. Цели бизнеса
2. Бизнес-процессы
3. Организационную структуру
4. Информационные системы
5. Ресурсы и данные

Именно сочетание всех выше перечисленных пунктов составляют полную архитектуру организации. Бизнес процессы (БП) — это только часть этой архитектуры. Оптимизировав только их, невозможно добиться повышения эффективности организации в целом.

В ходе практической деятельности было выявлено, что особенностью малого бизнеса является то, что при оптимизации организаций его процессов, оптимизируется только конкретный бизнес процесс, без анализа влияния на общую систему организаций, и ее архитектуру. В результате оптимизировав один БП, мы ослабляем работу другого БП или даже работу целой группы БП, что в свою очередь, может привести к эффекту «Качелей» — одно улучшили, другое ослабили, и это продолжается в периоде.

Что такое реинжиниринг БП

Оптимизация БП или реинжиниринг, направлены на повышения эффективности работы каждого потока информации в организации.

Реинжиниринг — это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность. Сутью реинжиниринга является выделение основных бизнес-процессов организации и коренное их изменение для достижения требуемых показателей результативности.[2].

Таким образом, оптимизация БП — это глобальный анализ деятельности организации. Это документирование, аудит, разработка новой архитектуры организации, а также бизнес процессов, и их взаимосвязей с ресурсами и средой, в которой они реализуются.

Процесс оптимизации можно разложить на несколько этапов, таких как:

1. Инициация проекта оптимизации;
2. Подготовка документации и ее подписание;
3. Планирование и утверждение этапов оптимизации;
4. Описание процессов «Как есть»;
5. Разработка системы отчетности и контроля работы БП;
6. Мониторинг реализации работы;
7. Проведение мероприятий по корректировки БП;
8. Аналитика проделанной работы по оптимизации;
9. Завершение проекта с подписанием закрывающих документов.

Однако реализация вышеперечисленных этапов, не позволяет закончить оптимизацию БП. Компания постоянно развивается и ее БП соответственно. Процессы оптимизации, их корректировка и проектирование новых должны идти постоянно, в соответствии с требованиями стратегического планирования развития организации. Для достижения наибольшего успеха, в процессы оптимизации должны быть вовлечены сотрудники этой организации.

Опираясь на исследование Г. Р. Нив [6] можно заключить, что оптимизация любого бизнес процесса проходит несколько стадий:

1. Планирование
2. Действие
3. Проверка
4. Стандартизация или перепланирование

Ниже на рис. 2 приведены все эти стадии, образующие своей последовательностью, так называемый цикл PDCA.

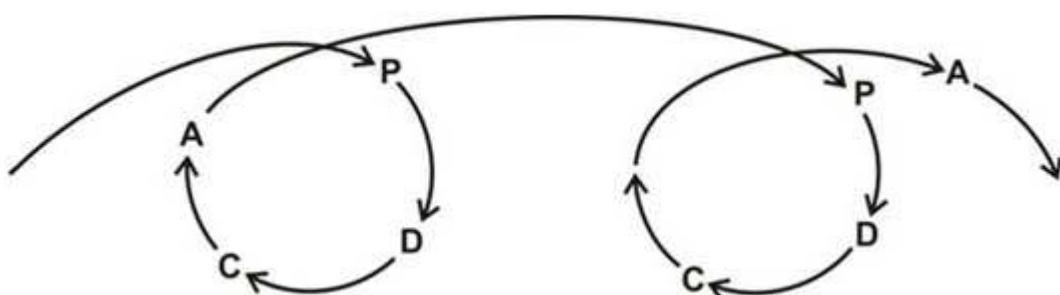


Рис. 2. Цикл PDCA оптимизации любого бизнес процесса

Данный цикл позволяет довести оптимизацию процесса до конца и быть уверенным, что он

отвечает всем заявленным критериям. В ходе оптимизации процесс проходит все стадии и, если обнаруживается ошибка или неточность, процесс запускается сначала, до тех пор, пока не исправятся все недочеты. Очень важно понимать, что, занимаясь повышением эффективности работы процессов в компании, процесс оптимизации не имеет конца. Фирма развивается, меняются и ее процессы, которые не должны стоять на месте. Совершенствование бизнес процессов должно происходить на каждом этапе жизненного цикла компании, только в этом случае компания может быть конкурентно способна на постоянно изменяющемся рынке. Организация становится более гибкой и устойчивой к изменениям, за счет крепкой и стандартизированной бизнес архитектуры. ■

1. Business Studio: Полный цикл описания и оптимизации бизнес-процессов. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Business Studio URL: <http://www.businessstudio.ru/description/intro> (Дата обращения 05.02.2016)

2. Reengine.ru: Информационный ресурс в области реинжиниринга. [Электронный ресурс] // официальный сайт URL: <http://www.reengine.ru> (Дата обращения 15.02.2016)

3. Краснов С. В., Диязитдикова А. Р. Концепция системы поддержки архитектуры предприятия [Текст] // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева №2 (19) 2012, с. 60 – 65.

4. Киселев А. Г.. Бизнес-процессы и процессный подход: как преодолеть последствия консалтингового маркетинга. [Электронный ресурс] // Информационный портал URL: <http://orgstructura.ru/business-processes-and-process-approach>. (Дата обращения 10.02.2016)

5. Андерсен Бьёрн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования /Пер. с англ. С.В. Ариничева /Науч. Ред. Ю.П. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.- 272 с, илл. – (Серия «Практический менеджмент»). ISBN 5-94938-012-6

6. ББК 65.050 Н 60 УДК 658.62: 018.012 Программа «Университеты России» Редактор С.П. Астраханская Н 60 Г.Р. Нив Пространство доктора Деминга: Пер. с англ. -М: МГИЭТ (ТУ), 1996г. -344 с.

7. Зараменских Е. П. Управление жизненным циклом информационных систем: моно-графия / Е.П. Зараменских. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 270 с. ISBN 978-5-00068-118-3

8. Калашян А. Н., Калянов Г. Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии; Под ред. Г. Н. Калянова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 256 с.: ил. – (Прикладные информационные технологии).

9. Кирисов С. В. К431 Теория и практика применения процессного подхода к управлению качеством деятельности организации : монография / С. В. Кирисов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 80 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0814-5.

10. Кудрявцев Д. В. Технологии бизнес инжиниринга: учеб. пособие /Д. В. Кудрявцев, М. Азумян, Л. Ю. Григорьев. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2014. — 427 с.

11. Кутелев П. В., Мишурова И. В. К 95 Технология реинжиниринга бизнеса: Учебное пособие. —Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. — 176 с.

12. Кутелев П. В., Мишурова И. В. К 95 Технология реинжиниринга бизнеса: Учебное пособие. —Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. — 176 с.

13. Менеджмент процессов / Под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В. Таратухина, М. Кугелера, М. Роземанна; [пер. с нем.], – М.: Эксмо, 2007. – 384 с. – (Качественный менеджмент).

14. Методика проведения обследования бизнес-процессов компании. / Кузнецов А.И., к.э.н., МГТУ им. Н.Э.Баумана. (http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469/).

15. Оптимизация бизнес процессов / Лджеймс Харингтон, К. С. Эсселинг, Харм Ван Нимвеген. Издательство «Азбука».

16. Перспективы WorkFlow-систем Андрей Михеев, Михаил Орлов,

17. Реализация workflow в отечественных и зарубежных системах электронного документооборота Белянина Н. В., Кадышев А. А. Современная гуманитарная академия г. Москва

18. Учебное пособие является электронной версией книги: Яблочников Е. И., Молочник В. И., Фомина Ю. Н. Реинжиниринг бизнес-процессов проектирования и производства / Учебное пособие – СПб: СПбГУИТМО, 2008. – 152 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Андерсен Бьёрн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования /Пер. с англ. С.В. Ариничева /Науч. ред. Ю.П. Адлер. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.- 272 с, илл. - (Серия «Практический менеджмент»). ISBN 5-94938-012-6

ББК 65.050 Н 60 УДК 658.62: 018.012 Программа «Университеты России» Редактор С.П. Астраханская Н 60 Г.Р. Нив Пространство доктора Деминга: Пер. с англ. -М: МГИЭТ (ТУ), 1996г. -344 с.

Зараменских Е. П. Управление жизненным циклом информационных систем: монография / Е. П. Зараменских. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 270 с. ISBN 978-5-00068-118-3

Калашян А. Н., Калянов Г. Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии; Под ред. Г. Н. Калянова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 256 с.: ил. – (Прикладные информационные технологии).

Кирисов С. В. К431 Теория и практика применения процессного подхода к управлению качеством деятельности организации : монография / С. В. Кирисов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 80 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0814-5.

Киселев А. Г.. Бизнес-процессы и процессный подход: как преодолеть последствия консалтингового маркетинга. [Электронный ресурс] // Информационный портал URL:

<http://orgstructura.ru/business-processes-and-process-approach>. (Дата обращения 10.02.2016)

Краснов С. В., Диязитдинова А. Р. Концепция системы поддержки архитектуры предприятия [Текст] // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева №2 (19) 2012, с. 60 – 65.

Кудрявцев Д. В. Технологии бизнес инжиниринга: учеб. пособие /Д. В. Кудрявцев, М. Азуманян, Л. Ю. Григорьев. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2014. — 427 с.

Кутелев П. В., Мишурова И. В. К 95 Технология реинжиниринга бизнеса: Учебное пособие. — Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. — 176 с.

Кутелев П. В., Мишурова И. В. К 95 Технология реинжиниринга бизнеса: Учебное пособие. — Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. — 176 с.

Менеджмент процессов / Под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В. Таратухина, М. Кугелера, М. Роземанна; [пер. с нем.]. — М.: Эксомо, 2007. — 384 с. — (Качественный менеджмент).

Методика проведения обследования бизнес-процессов компаний. / Кузнецов А. И., к.э.н., МГТУ им. Н. Э. Баумана. (http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469/).

Оптимизация бизнес процессов / Лджеймс Харингтон, К. С. Эсселинг, Харм Ван Нимвеген. Издательство «Азбука».

Перспективы WorkFlow-систем Андрей Михеев, Михаил Орлов,

Реализация workflow в отечественных и зарубежных системах электронного

документооборота Белянина Н. В., Кадышев А. А. Современная гуманитарная академия г. Москва

Учебное пособие является электронной версией книги: Яблочников Е. И., Молочник В. И., Фомина Ю. Н. Реинжиниринг бизнес-процессов проектирования и производства / Учебное пособие – СПб: СПбГУИТМО, 2008. – 152 с.

Business Studio: Полный цикл описания и оптимизации бизнес-процессов. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Business Studio URL: <http://www.businessstudio.ru/description/intro> (Дата обращения 05.02.2016)

Reengine.ru: Информационный ресурс в области реинжиниринга. [Электронный ресурс]// официальный сайт URL: <http://www.reengine.ru> (Дата обращения 15.02.2016)

Business processes and business architecture in modern business world

© Peskov E., 2016

Business processes, business process optimization, standardization, efficiency. How often could we hear these terms in the modern world? People are trying to optimize some processes at home or at work to increase effectiveness, which is an understandable aspiration. Our life consists of different processes; how these processes work depends how we live. Any progress is optimization of what we have now. The main goal is to get maximum results with fewer resources.

Keywords: business process, business architecture, optimization, efficiency, methodology.

УДК 338.26

РИСК МОШЕННИЧЕСТВА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ФАКТОРИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

© Пешкова А. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В статье рассматривается риск мошенничества при проведении факторинговых сделок. Данный риск является одним из самых высоких в сфере кредитования. Поскольку факторинговый бизнес является достаточно высокорискованным направлением деятельности для банков, данная тема представляется актуальной. Рассматриваются типичные схемы мошенничества, обращается внимание на моменты, которые могут сигнализировать о том, что присутствует данный риск. Также отмечаются узкие места в системе риск-менеджмента Факторов. Приводятся примеры того, как могут возникать «воздушные поставки» и к чему это может привести.

Ключевые слова: факторинг, риск мошенничества, воздушные поставки, риск-менеджмент, Фактор.

Проблемы российских участников рынка факторинга аналогичны проблемам Факторов зарубежных стран. Факторинговый бизнес является достаточно высокорискованным видом и его успешность напрямую зависит от того насколько качественно и грамотно поставлена система риск-менеджмента.

В мировой практике при работе с контрагентами выделяют 2 риска. Первый — это риск клиента (а именно риск мошенничества) и второй — это риск дебитора (а именно кредитный или риск ликвидности). Риски сопровождают осуществление факторинговой деятельности на всех этапах проводимых сделок. Поэтому уже на

первом этапе Фактору необходимо произвести качественный отбор клиентов с дебиторами. При этом необходимо оценить наличие спроса на продукцию, присутствие сезонных колебаний, каковы перспективы расширения каналов сбыта, есть ли возможность развивать производства, темп роста прибыли, насколько прочные отношения между поставщиком и покупателем и т.д.

На втором этапе, который заключается в сопровождении сделки возникновение рисков в основном зависит от того насколько хорошо налажена база данных и аналитика у Фактора, какое ПО. Ведь с помощью последнего осуществляется мониторинг дебиторской задолженности, лимитов финансирования.

У Факторов система риск-менеджмента основывается на таких принципах, как:

1. всегда должен проводиться анализ финансово-хозяйственной деятельности клиента

2. должна присутствовать оценка платежной дисциплины дебитора

3. обязательно анализируются договора поставок (насколько долгосрочные отношения налажены между поставщиком и покупателем, какие условия сотрудничества и т.д.)

4. также анализируется информация, которая может каким-то образом повлиять на оценку финансового состояния, как клиента, так и его дебиторов (экономическая и т.д.)

Ключевой момент заключается в том, что если финансовую отчетность о результатах деятельности поставщика получить можно, то компания-дебитор не обязана предоставлять свою финансовую отчетность ни компании-поставщику, ни Фактору. Факторинговые компании обычно проводят встречи с дебиторами. Подобная процедура пришла из европейской практики и проводится в основном тогда, когда речь идет о больших лимитах.

Основной проблемой для Факторов — отсутствие накопленной статистики по контрагентам. Поэтому применение скоринговых методик оценки риска становится невозможным. Компания «Еврокоммерц» в течение первых лет своей работы специально обслуживала не свой целевой сегмент (крупные компании). Таким образом, руководство собиралось повысить эффективность процесса накопления статистики и минимизировать риски. Источником основного риска являлся крупный клиент. И уже через него проводился анализ малых, средних поставщиков и их покупателей. Впоследствии формировалась отраслевая статистика. Наличие такой статистики дает возможность держать открытые лимиты финансирования на большую часть целевого сегмента клиентов.

Сущность риск-менеджмента при факторинге в том, что необходимо анализировать не клиента (поставщика), а его дебиторов. Ведь они выплачивают долг Фактору. Прежде чем принять решение брать компанию на финансирование,

необходимо провести анализ ее рыночного положения, проверить аффилированность поставщика с покупателями.

Отложенная система риск-менеджмента — важный момент. Поскольку риск мошенничества — самый значительный риск в факторинговом бизнесе. Особенно для Факторов, которые работают с сегментом МСБ.

Риск мошенничества может возникать в ситуациях, когда клиенты переуступают права требования к одному дебитору сразу нескольким Факторам. Схема очень тривиальная: компания переуступает права требования нескольким Факторам, после отгружает продукцию дебитору, подписывает несколько уведомлений к Факторам и по всем им получает финансирование.

Также значителен управленческий риск (директор компании-поставщика, которому очень срочно нужны деньги, позвонит своему покупателю и попросит его заплатить по поставке, а с банком предложит разобраться сам). В результате банк остается с денежным требованием к поставщику. Ведь по идее компания-покупатель исполнила обязательство перед поставщиком (гл. 43 ГК РФ допускает исполнение первоначальному кредитору), поэтому к ней у Фактора претензий быть не может.

В настоящее время существует предположение, что актив большинства лидеров факторинга России — «мыльный пузырь». По той простой причине, что они не обслуживают и не оценивают портфель в разрезе дебиторов, а просто ставят лимит на клиента.

Следует сделать даже уточнение, что «пузырь» может складываться не только из-за отсутствия оценок портфеля в разрезе Дебиторов и переноса внимания на Клиента, а являться скорее результатом идеологического пренебрежения к реальным источникам рисков по факторингу и к необходимым мерам по их минимизации. Ведь и оценки Дебиторов бывают разные, и каждый может вкладывать в это понятие различные смыслы, объем работ и иные конечные цели.

К примеру, с одной стороны, кто-то на рынке может указывать на наличие у него существенной накопленной статистики по Дебиторам, которая, в первую очередь, помогает ему оценивать факторинговый портфель именно с позиции Дебиторов. С другой стороны, реальные риски по такому портфелю, скорее, меньше не становятся в части «пузыря», потому что сама статистика может быть раздута «воздушными» поставками и, как следствие, оценка Дебиторов будет искаженной к их реальным возможностям в «переваривании» товара и к конечному результату оценок этих Дебиторов.

Беда любого банка — сложившийся стереотип оценки риска клиента и неумение работать с дебиторской. Очень мало Факторов умеет определять «воздушность» поставок. У банка же ко

всему, что касается оценки дебиторов, применяется такой же подход как и оценка клиентов. Использовать банковскую систему риск-менеджмента при факторинге — не самое верное решение. Система риск-менеджмента в факторинге, кардинально отличается от риск-менеджмента в банке. Первая оценивает реальную «пропускную способность» дебитора исходя из возможностей его бизнеса (торговые площади, количество поставщиков и их доли, количество дилеров и т.д. и т.п.), вторая — способность дебитора «выдернуть» из оборота какую-то конкретную сумму для расчетов с поставщиком.

Если банк не хочет создавать другую систему риск-менеджмента, то выходом может служить заключение партнерства с профессиональным Фактором. Деньги — банка, обслуживание, сервис и риск-менеджмент — Фактора.

Иллюстративно можно рассмотреть один из примеров в части применения банковского риск-менеджмента, когда для факторинга он не работает.

Пример. В течение «захода» Клиента на факторинг в универсальном Банке, как правило, происходит следующий стандартный механизм принятия решений и работы:

1. Банк после проверки Клиента со стороны СБ (как правило, без выезда), используя свои передовые банковские технологии «риск-менеджмента от кредитования» и приложении их на факторинг (в основном оценка баланса Клиента), устанавливает на Клиента первоначальный лимит финансирования по факторингу, допустим, лимит Клиента равен 10 млн. руб. (лимит может быть, например — процент от актива (учитывая величину собственного капитала, ликвидность, оборачиваемость, рентабельность и т.п.), или процент от выручки, или процент от собственного капитала (для совсем консервативных)).

2. Далее после заключения Договора факторинга с Клиентом и указания Банка на требование по предоставлению на факторинг от Клиента 3–8 Дебиторов (в зависимости от Банка разные требования по количеству), Клиент предоставляет на проверку и одобрения работы по факторингу данных Дебиторов (заполняя Извещения на Дебиторов).

3. Работа Банка с Дебиторами, как правило, начинается и заканчивается только на первичной «проверки» данных Дебиторов по отсутствию «негатива» (в большей части только проверка со стороны СБ по базам данных на отсутствие криминала (нет выездов и общения с Дебиторами, не готовятся, как правило, какие-либо бизнес-справки по Дебиторам, за исключением, крупных запросов)). Индивидуальные лимиты на Дебиторов на начальном уровне взаимодействия с Клиентом, так же как правило, не ставятся, и Клиент работает в рамках своего лимита в 10 млн. руб.

4. Далее при работе в рамках типичной банковской идеологии, для Банка будет важно в первую очередь отсутствие просрочек и регрессов по Клиенту (просрочки, по мнению Банка — это плохо) и в случае возникновения потенциальных проблем для урегулирования будут звонить и напоминать по оплате именно к Клиенту. Ведь с ним удобнее и привычнее для Банка работать т.к. это полностью ложиться на используемые технологии предоставления кредитов Клиентам.

5. Банку, как правило, затруднительно перекладывать на СБ или кредитных инспекторов функцию по общению и проведению сверок/верификации или урегулирования задолженности по Дебиторам — это не ложится на используемую кредитную инфраструктуру Банка, а разрабатывать и внедрять иную факторинговую инфраструктуру — дорого.

Когда по Дебиторам дано положительное решение Банка и на Клиента определен лимит, то Клиенту, возможно, использовать одну из следующих схем обмана (мошенничества) Банка и его банковского риск-менеджмента при факторинге (обращаю внимание, ниже указан самый простой и элементарный способ, остальные (которых большинство), намного и намного сложнее):

1.1. При наличии верификации первых поставок со стороны Банка, Клиент предоставляет первые «реальные» накладные (поставки) на финансирование в адрес проверенных Дебиторов. Запрос идет в рамках использования лимита Клиента на 5 млн. руб. из 10 млн. руб. установленных на Клиента.

1.2. Клиент дожидается получения оплаты от Дебиторов на 5 млн. руб. для «закрепления» во мнении Банка впечатления о нормальности деятельности Дебиторов в части оплат и деятельности Клиента. Лимит опять восстанавливается до 10 млн. руб. после погашения первого финансирования.

1.3. Далее, когда верификации не будет, новые накладные (поставки) предоставляются от Клиента в адрес Банка уже «рисованные» (поддельные) т.е. составленные Клиентом без ведома Дебитора (используются за Дебитора его сканированные печати или их оттиски, подделанные подписи Дебитора и т.п.), но на сумму только в 5 млн. руб. из 10 млн. руб. установленных на Клиента.

1.3.1. При отсутствии верификации и сверок вообще в Банке, «рисованные» поставки, могут быть предоставлены Клиентом сразу с первого раза в рамках лимита Клиента из 10 млн. руб., опять же на 5 млн. руб.

1.4. После, когда наступает срок выплаты по первым «рисованным» накладным на 5 млн. руб. (т.е. через например, 30 дней), Клиент предоставляет в Банк новые «рисованные» накладные на следующие 5 млн. руб. со

следующим сроком поставок 30 дней (ведь лимит Банка на Клиента 10 млн. руб.).

1.5. Получив новое второе финансирование по вторым «рисованным» накладным на 5 млн. руб., этими средствами Клиент закрывает предыдущее первое финансирование по первым «рисованным» поставкам на 5 млн. руб. Для обхода банковского риск-менеджмента . Клиент обязательно погашает финансирование по первым фиктивным поставкам до наступления просрочки по оплате. Нет просрочек, нет беспокойства Банка, нет возможных звонков к Дебиторам, нет возможности вскрыть обман.

1.5.1. Закрыть первое финансирование по первым «рисованным» поставкам можно любым способом в зависимости от хитроумности Клиента. Как прямой платеж (т.е. объяснив, что Дебитор ошибся и заплатил не на факторинговый счет, а напрямую к Клиенту) или через подставное третье лицо (с иной конторы Клиента) за Дебитора (объяснив, что это внутренний взаимозачет или платежи деньгами, опять же типа по ошибке). По банковской идеологии риск-менеджмента главное возможное «зло и негатив» — это просрочка и обращают в Банке, как правило, внимание в большей части именно на это, т.к. воспринимают факторинг, как кредит. Источник погашения для Банка не так важен (прямой платеж или третье лицо), хотя это важный индикатор в предотвращении и защите реальных рисков по факторингу.

1.6. Соответственно т.к. первое финансирование по первым «рисованным» поставкам будет погашено Клиентом до наступления просрочки из второго финансирования по вторым «рисованным» поставкам, то Лимит Клиента опять освобождается на 5 млн. руб. (из 10 млн. руб. установленных) и схема возобновляется со стороны Клиента многократно. Т.е. когда нужно будет платить за второе полученное финансирование, далее рисуются третьи поставки и из третьего финансирования погашается второе и т.д. Как правило, Банк не будет обращать внимание на прямые платежи и платежи третьих лиц, ведь для него главное отсутствие просрочки по финансированию и отсутствие регресса.

1.7. Фактически получается, что первые 5 млн. руб. по первым фиктивным поставкам Клиент получает почти навсегда и в постоянное свободное пользование. Эти первые 5 млн. руб. ему не нужно будет возвращать в Банк фактически никогда, пока работает схема «пирамиды» (пузыря), т.к. второй частью лимита Клиента всегда будет погашаться предыдущее финансирование и далее следующее и только из денег Банка. Клиент ничего не будет в это вкладывать.

1.8. В итоге, далее через определенный период времени и рассматривая «великолепную» платежную и кредитную историю Клиента, его Банк увеличит на него сначала лимит с 10 млн. руб.

до 15 млн. руб. (ему же нужен рост бизнеса, выполнение бизнес-плана и т.п.).

1.9. Клиент «растет» и рисует поставки первые на 7.5 млн. руб., далее к сроку погашения, получив вторую часть лимита по вторым поставкам в 7.5 млн. руб. от остатка лимита, гасит предыдущую, освобождая лимит и т.п.

1.10. Итог: по указанной схеме Клиент с лимитом в 10 млн. руб. через 2–3 года (в зависимости от аппетитов Банка и Клиента) может вырасти до 100–150 млн. руб. и уже будет высвобождать для себя на личные цели намного большие суммы.

1.11. Показатели роста факторингового бизнеса у данного Банка будут ежегодно удваиваться (утраиваться) и радовать общественность, т.к. таких Клиентов и с такими (другими) схемами в его портфеле будет значительная часть. Ведь соблазн Клиентов получить «просто так под бумажки много денег» очень велик, как и велик аппетит текущих и новых игроков «урвать свой кусок» на рынке факторинга.

И это только одна и самая простая из схем мошенничества, которые могут применяться в факторинге, и где нужен специализированный риск-менеджмент.

Даже эта якобы простая схема может видоизменяться и усложняться Клиентами, например, следующим образом:

- чередовать с разной интенсивностью реальные и «рисованные» поставки,
- раскидывать «рисованные» поставки по разным Дебиторам,
- «рисовать» поставки в разные сроки (не последовательные и пересекающиеся) и на разные суммы,
- использовать периодически собственные ресурсы Клиента для закрытие «рисованных» поставок досрочно (что бы не вызывать подозрения).
- использование различного размера «рычага» величину свободного лимита) для закрытие предыдущих «рисованных» поставок.

Обнаружить «воздушные поставки» по указанной схеме поможет проведение постоянной верификаций и сверок по Дебиторам Клиента на предмет определения суммы их задолженности перед Фактором (Банком). Если при звонке Дебитору, тот указывает, что по его мнению его задолженность перед Фактором (Банком) существенно меньше, чем профинансировал Фактор (Банк), то это указывает на возможное мошенничество Клиента.

Далее при обнаружении мошенничества, финансирование скорее приостанавливается и Клиент уже не может из очередного нового финансирования погашать предыдущее и тогда те суммы, которые он взял на личные цели, нужно будет возвращать в Банк. Особенность в том, что

факторинг — это не кредит и обеспечения в виде залога активов нет, т.е. взыскать с Клиента нечего, да и с Дебиторов ничего также не получить, т.к. поставки «рисованы» Клиентом и не имеют к Дебиторам отношения. Остается только «уговаривать»/«заставлять» Клиента к возврату, но если Клиент исчезнет, то у Банк останется без обеспечения риск (а то и убыток) на суммы значительно большие, чем первоначальный лимит Клиента в 10 млн. руб.

Следует обратить внимание, что Клиенты решившие воспользоваться данной схемой с «рисованием» или подделкой документов или любой иной схемой мошенничества Клиентов по факторингу, не отдают себе отчета в том, что указанные схемы, классифицируется в 159 ст. УК РФ (мошенничество).

Риск-менеджмент в факторинге работает. Правда, при условии, что оцениваются именно риски факторинга, а не только кредитный риск на клиента. Данная схема не новая, и с разными вариациями используется в вексельных сделках и торговом финансировании. Но почему то российские банки с упорством, достойным лучшего применения, довольно часто замыкают весь риск менеджмент по РВП исключительно на РВПС исходя из позиции ТОЛЬКО одной стороны сделки. Получаемый результат вполне закономерен.

Приведем один пример, возможно поясняющий стремительный рост некоторых специализированных факторинговых компаний с иной точки зрения, чем заявленные этими компаниями уникальные позиции и достижения, исходя из нескольких аспектов, наблюдаемых у данных компаний (из их действий, условий работы, PR и результатов).

Аспекты:

- во-первых, из их главного заблуждения — «защита рисков факторинга в селекции» (хотя на самом деле в мониторинге),
- во-вторых, недостаточного собственного опыта и способности выявления действительных и крупных (катастрофических) источников риска при факторинге, а именно риска мошенничества клиентов (использование верификаций — это чрезмерно мало),
- в-третьих, их заблуждения и переоценки важности собственной внутренней статистики при работе с дебиторами и роли скоринга.

Не касаясь первых двух аспектов и, возвращаясь к тому, что статистика у некоторых участников рынка факторинга может быть «раздута», рассмотрим и дополним аналогом указанного выше первоначального примера. Возможно это объяснит почему используемые сейчас некоторыми методы, так же не работают для факторинга и способствует превалированию (росту) «пузыря» в факторинговых объемах.

После того, как с клиентом МСБ заключили договор в одной из факторинговых компаний (которой необходим стремительный рост бизнеса и которая делает упор в защите рисков на собственно разработанными скоринг и статистку в оценке клиентов и дебиторов), клиент может получить (в зависимости от различных условий) следующее:

1. либо определенный процент финансирования от поставки по каждому одобренному дебитору без «негатива» (например, 20 % от поставки до оплаты первой поставки от дебитора), который будет автоматически расти с 20 % до 90 % по мере роста статистики оплат дебитором и роста его оплаченного лимита.

2. либо автоматический минимальный лимит по каждому одобренному дебитору без «негатива» (например, 1 млн. руб. до оплаты первой поставки от дебитора), который будет автоматически расти соразмерно росту статистики оплат дебитором и роста его оплаченного лимита.

3. либо просто лимит финансирования на клиента (т.е. аналог лимита клиента в Банке, проблемы использования которого описаны выше (в предыдущем примере) и далее рассматриваться и повторяться не будут).

Хотя может показаться, что это разные типы определения лимитов, но зависят они все же от клиента и никаким образом не имеют отношения к одному из видов реального обеспечения риска по факторингу, а именно к проверке и установлению действительной кредитоспособности (платежеспособности) дебитора, которая исходит из размеров его бизнеса и предельной возможности «в переваривании» полученного им товара, а не «надутой клиентами» статистики оплат.

Конечно, некоторые из новоявленных спец. факторинговых компаний (в отличие от большинства Банков) все же пытаются защищаться и делать верификацию поставок (определять реальность задолженности), но следует признать, что это всего лишь 10 % от настоящего и эффективного комплексного факторингового риск-менеджмента в международном понимании.

Ведь далее, когда клиент разберется с автоматической методологией установления лимита по скорингу т.е. от положительной статистики оплат со стороны дебиторов/клиента, то ему возможно использовать очередную из схем обмана (мошенничества) для этих некоторых новоявленных спец. факторинговых компаний и их квази-факторингового риск-менеджмента под названием — «сговор клиента и дебиторов». Ниже указан, хоть и чуть сложнее, но все же простой и распространенный способ, который на самом деле умело вскрывается при наложенной и комплексной системе факторингового риск-менеджмента, ведь остальные случаи еще сложнее и не «ловятся» скорингом и банковской идеологией риск-менеджмента):

1. Клиент, учитывая знания о наличии верификации первых и возможно очередных поставок со стороны некоторых новоявленных спец. факторинговых компаний, уже не может «просто рисовать (подделывать)» поставки без ведома дебиторов, т.к. это очень легко вскрывается любым нормальным фактором при работе с дебиторами.

2. Следовательно, клиент находит единомышленников среди дебиторов (или сам «создает» их), которые поддерживают его (за возмездную плату или помогают клиенту по незнанию/непониманию) в возможности необоснованного обогащения через одну из факторинговых компаний. Для простоты, примера, возьмем 2 дебиторов, хотя в практике используется большее количество дебиторов для «запутывания следов» случаев мошенничества.

3. Далее клиент без движения товара оформляет первую поставку (либо на 1 млн. руб., либо сразу на 5 млн. руб. по дебитору, участвующему в сговоре), получив по ней печать и подпись, как правило, ген. директора (руководства) сговорившегося дебитора.

4. Обратим внимание на то, что т.к. мошенничество по факторингу уголовно наказуемо, то со стороны дебитора о сговоре знает ограниченное число руководящего состава дебитора и поэтому на накладных будет подпись именно ген. директора или коммерческого директора дебитора (руководства). Поэтому, как правило, если накладные идеально оформлены и подписаны руководством сторон, то это большая вероятность мошенничества.

5. После при формальной верификации поставок со стороны факторинговой компании (как правило, на имя руководства дебитора и по просчитываемому алгоритму для клиента) — сговорившийся дебитор «формально» будет подтверждать якобы получение товара, а факторинговая компания будет считать данную задолженность реальной и обеспеченной. Возможно, даже не догадываться, что в действительности задолженности дебитора нет и это — «воздух».

6. Далее, в рамках «уникальных и собственно разработанных» лимитных скоринговых политик этих факторинговых компаний, клиент по данной «воздушной» поставке получает либо рассчитанный процент финансирования, например 20 %, или автоматический минимальный лимит по дебитору (или наоборот в зависимости от компаний).

7. Затем (например, через 30 дней) к необходимой дате платежа по договору поставки по первым «воздушным» поставкам на первого Дебитора и дате возврата финансирования клиентом (до просрочки) происходит следующее. Клиент повторяет схему формирования «воздушных» поставок уже на второго

сговорившегося дебитора (или на того же) на аналогичную сумму или чуть больше и получает такую же сумму нового финансирования от факторинговой компании с очередной новой датой платежа.

8. Когда клиент, получает деньги по «воздушным» поставкам за второго дебитора, то этими средствами закрывает (погашает) финансирование по «воздушным» поставке по первому дебитору до просрочки по контракту или уже тем более до регресса.

9. Как было указано в первом примере, закрыть первое полученное финансирование по первым «воздушным» поставкам, возможно, любым способом в зависимости от хитроумности клиента (прямой платеж, через подставное третье лицо за дебитора или же отправить деньги через сговорившегося дебитора). Согласно международной практике и опыту Факторов — это все умело вскрывается и выявляется. Однако при условии, что на это обращают внимание и выстраивают под это комплексную систему.

10. Соответственно, т.к. первое финансирование по первым «воздушным» поставкам за первого сговорившегося дебитора будет погашено до наступления просрочки из второго финансирования по «воздушным» поставкам от второго сговорившегося дебитора, то лимит первого сговорившегося дебитора — автоматически будет восстановлен и увеличен. Может быть увеличен сразу, согласно якобы великолепной статистике оплат дебитора, либо постепенно (при повторении схемы перекидывания) и до суммы близкой или выше оплаченного лимита дебитором (т.е. с 20 % до 90 % или с 1 млн. руб. до 5 млн. руб.).

11. Далее схема возобновляется со стороны клиента многократно, т.е., опять же, когда нужно будет платить за второе полученное финансирование от «воздушных» поставок по второму дебитору, далее рисуются новые вторые «воздушные поставки» по первому дебитору и из третьего финансирования погашается второе и т.д.

12. Как правило, некоторые факторинговые компании не будет обращать внимание на прямые платежи и платежи третьих лиц и отсутствие просрочек по дебиторам, ведь для них главное в защите рисков понимание, важности отсутствия просрочки по финансированию и уже тем более отсутствие регресса клиентов. Даже тарифы таких компаний, как правило, настроены таким образом, что бы максимально жестко штрафовать клиентов за просрочки дебиторов после даты платежа по договору поставки, накручивая факторинговые комиссии до 40–50 % годовых.

13. Как и в первом примере, стоит обратить внимание, что фактически же получается, что первое финансирование по первым «воздушным» поставкам первого сговорившегося дебитора на 20 % или 1 млн. руб. (а далее больше по росту

лимитов и росту якобы объемов факторинга) клиент получает почти так же в постоянное свободное пользование. Это финансирование (разницу при росте лимитов и объемов) ему не нужно будет возвращать в факторинговую компанию, пока работает схема «пирамиды» (пузыря), т.к. новыми «воздушными» поставками клиента всегда будет погашаться предыдущее финансирование и далее следующее и только из денег этой факторинговой компании. Клиент сам ничего не будет в это вкладывать, оплата будет производиться только за услуги и факторинговые комиссии.

14. Далее через определенный период времени и рассматривая отличную платежную и кредитную историю, как клиента, так и его дебиторов, факторинговые компании увеличат сначала лимиты в 2 раза, потом в 3 раза и т.д. (поскольку необходим стремительный рост бизнеса, исполнение планов и т. п.)

15. Итог: по указанной схеме клиент, также как и в первом примере, с лимита финансирования 5 млн. руб. через 2–3 года может вырасти до 50–100 млн. руб. и будет безвозмездно забирать себе огромные суммы финансирования до момента «обрушения пирамиды».

Показатели роста факторингового бизнеса у данных некоторых факторинговых компаний будут ежегодно не то чтобы удваиваться, а утраиваться, впечатляя общественность (аналитиков, инвесторов, кредиторов, других клиентов), т.к. указанных выше клиентов и с подобными и другими схемами в их портфеле может быть существенная часть и которые будут «гнать» рост объемов факторинга.

Именно поэтому клиентам таких факторинговых компаний, как правило, все равно сколько платить за услуги факторинга (хоть до 40–50 % годовых), потому что платят за это не они, а сами факторинговые компании, предоставляя очередное финансирование под «воздушные» или схожие по типу поставки.

Кстати, согласие клиента на любые условия факторинговой компании и в т.ч. отсутствие спора по комиссии за услуги — самый распространяй кейс по выявлению мошенничества в международной факторинговой индустрии.

Самим же факторинговым компаниям в свою очередь может быть все равно под какие ставки (вплоть до 15–16 % и выше) привлекать деньги с рынка заимствования для размещения у подобного рода клиентов, т.к. такой бизнес может себя воспроизвести и расти под 200–400 % в год в большинстве случаев тогда, пока работает «пирамида» / «пузырь» и здесь, к сожалению, может быть уместен пример плачевного финала быстрого роста ипотечного американского рынка.

Обнаружить «пирамиду/воздух» по указанной схеме возможно при выстраивании риск-

менеджмента с учетом международной практики и опыта (в котором уже многое из подобного происходило). Достаточно целесообразно выстроить комплексную факторинговую систему риск-менеджмента, согласно мировой практике факторинговых отношений, что будет и источником роста и источником защиты.

Положительные примеры некоторых участников рынка факторинга уже есть. Показательно, что указанные типовые случаи мошенничества, как и другие, им известны и именно поэтому, согласно их информации, их система риск-менеджмента в факторинге и работа их подразделений выстроена таким образом, чтобы предотвратить и не допустить подобные и другие случаи мошенничества.

Отметим тенденцию, что система риск-менеджмента — это «ноу-хау» каждого Фактора. Риск-менеджмент — оружие против двух угроз — обычного кредитного риска (который становится не страшным при правильной постановке работы) и мошенничества. Последнее — самая опасная вещь, недооценивание ее — дорога к банкротству. Самое интересное, что этим злоупотребляют не меньше половины всех клиентов. А начинаться может все с малого. Причина — потребность в деньгах. Инструменты — аффилированность, встречные поставки и/или обязательства, технические прокладки, элементарная подделка документов и т.д. и т.п.

Также отметим некоторые узкие места в риск-менеджменте Факторов:

1. Не верифицируются поставки с Дебиторами случайным образом для Клиента и не проводятся выборочно физические верификации у Дебиторов на месте;

2. Не проводятся постоянно выборочные/сплошные сверки уступленной дебиторской задолженности по Дебиторам;

3. Доля нестандартных транзакций в обороте Клиента по факторингу (прямые платежи, регресссы, платежи третьих лиц, возвраты) более 10–20 %;

4. Не проверяются досконально Дебиторы (в т.ч. с посещением) на предмет соответствия размеров их бизнеса с точки зрения возможного «переваривания» товара (заявляемых Клиентом лимитов). В основном Фактор полагается на собственную статистику (закупочные лимиты);

5. По Дебиторам Клиента и у самого Клиента, как правило, отсутствуют существенные просрочки;

6. Вам предоставляют, как правило, сразу новые поставки после погашения предыдущих и возможно на чуть большую сумму, а обороты по Клиенту постоянно растут.

Риск мошенничества при проведении факторинговых сделок — один из самых высоких в сфере кредитования юридических лиц и

индивидуальных предпринимателей. Для его снижения важно контролировать финансовое состояние клиента и платежную дисциплину его покупателей, документальную базу. Клиент должен иметь все необходимые сертификаты, лицензии на торговлю, которую финансирует фактор, иначе сделка по отгрузке может быть признана недействительной. Важно диверсифицировать факторинговый портфель, в целях снижения риска высокой доли просроченной задолженности по факторингу. Также необходимо проводить экспертную оценку ликвидности товара, которым торгует клиент (в том числе наличие обременений на этот товар (залог и т.п.), отсутствие отрицательной динамики рыночного спроса на него, ценовую политику клиента. После начала финансирования полезно проводить регулярный мониторинг рынков, на которых работают клиенты для контроля снижения спроса на реализуемый товар.

Контроль рисков и использование всех доступных методов для их снижения позволит снизить уровень проблемных долгов и повысить рентабельность факторингового бизнеса. ■

1. Jeff Callender. TOP 10 Illusions about Risk and Loss, Faulty Assumptions for Factors and Consultants – U.S.A.: Dash Point Publishing, 2008.
2. Кузнецов А. В. Риски фактора, возникающие при финансировании уступленных требований, и методы их снижения. «Российское предпринимательство», №11 вып.1 (195) за 2011 г, стр.121-127.
3. Докукина Е. В. Эволюция факторинговых услуг / Е.В.Докукина // ФГОУ ВПО РГУТИС, г. Москва Журнал «Вестник МГУС». -2008. -№2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/payments/factoring_evolving
4. Информационный обзор российского рынка факторинга, 2015. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://asfact.ru/analitika/reports/>
5. Про факторинг, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.profactoring.ru/factoring/>
6. Просто о факторинге, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.factoring.ru/simply_factoring/why_is_it_effective/
7. Факторинг для крупного бизнеса, 2015. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.123credit.ru/biz/faktoring_dlja_krupnogo_biznesa
8. Энциклопедия менеджера, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.executive.ru/wiki/index.php>
9. Энциклопедия экономиста, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/vidy-ucheta.html>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Докукина Е. В. Эволюция факторинговых услуг / Е.В.Докукина // ФГОУ ВПО РГУТИС, г. Москва Журнал «Вестник МГУС». -2008. -№2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/payments/factoring_evolving

Информационный обзор российского рынка факторинга, 2015. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://asfact.ru/analitika/reports/>

Кузнецов А. В. Риски фактора, возникающие при финансировании уступленных требований, и методы их снижения. «Российское предпринимательство», №11 вып.1 (195) за 2011 г, стр.121-127.

Про факторинг, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.profactoring.ru/factoring/>

Просто о факторинге, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.factoring.ru/simply_factoring/why_is_it_effective/

Факторинг для крупного бизнеса, 2015. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.123credit.ru/biz/faktoring_dlja_krupnogo_biznesa

Энциклопедия менеджера, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.executive.ru/wiki/index.php>

Энциклопедия экономиста, 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/vidy-ucheta.html>

Jeff Callender. TOP 10 Illusions about Risk and Loss, Faulty Assumptions for Factors and Consultants – U.S.A.: Dash Point Publishing, 2008.

Risk of fraud in the implementation of factoring operations of credit organization

© Peshkova A., 2016

The article deals with the risk of fraud when carrying out factoring transactions. This risk is one of the highest in the area of lending. Since the factoring business is a fairly high-risk activity for banks, this topic seems relevant. We consider the typical fraud schemes and draw attention to issues that may signal that there is this risk. Also observed bottlenecks in the system of risk management factors. Examples of how there may be «air supply» and what it can lead.

Keywords: factoring, the risk of fraud, air supply, risk management, factor.

УДК 334.7

ВОЗНИКОВЕНИЕ КОНЦЕССИОННЫХ ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И СЛОЖНОСТИ

СОГЛАШЕНИЙ, ПРИМЕНЕНИЕ,

Концепция государственно-частного партнёрства (ГЧП) активно применяется за рубежом как альтернатива приватизации объектов. Концессии называют наиболее развитой и перспективной формой ГЧП. Именно они, являясь элементом экономической политики российского и советского правительства, активно использовались во второй половине XIX — начале XX в. В современной России важность реализации такой формы ГЧП, как концессии, недооценена. Концессионные соглашения обеспечивают не только привлечение инвестиций в экономику, но и позволяют эффективно использовать имущество, находящееся в государственной или муниципальной собственности. Также подобная форма взаимодействия частного сектора и государства значительно повышает качество товаров, работ и услуг, предоставляемых потребителям. Для обеспечения эффективного функционирования и дальнейшего развития концессии, государство, как сторона ГЧП, должно принять ряд симулирующих мер.

Авторами статьи было рассмотрено понятие концессионного соглашения, история его происхождения, этапы развития, а также различные модели заключения концессионных соглашений и риски, которые могут возникнуть в процессе принятия подобных решений. Для полноты понимания механизма реализации концессионных соглашений был рассмотрен опыт Великобритании в строительстве объектов социальной инфраструктуры с использованием государственно-частного партнёрства.

Ключевые слова: государственно-частное партнёрство (ГЧП), концессия, концессионные соглашения, концессионер.

Развитие инфраструктуры является одним из важнейших направлений в экономике для государства. Следовательно, государство заинтересовано в том, чтобы бюджет был использован с наибольшей эффективностью. Среди множества механизмов развития инфраструктуры выделяют концессию, одну из форм государственно-частного партнерства (ГЧП).

Концессионные соглашения были одной из первых форм взаимоотношений предпринимателя и государства. Они представляли собой договор между государством и инвестором или предпринимателем с целью направления деятельности последнего на развитие национальной экономики. Для достижения поставленной цели предприниматели получали возможность использовать государственную собственность, в том числе природные ресурсы, и устанавливать монополию на определенную деятельность. Изначально прообразом концессионных соглашений являлся откуп. Откуп — форма соглашения, при которой государство за определенную плату на оговоренных условиях передает право сбора налогов и других доходов. Данный вид договоров принимался во времена ведения натурального хозяйства, когда еще не существовали кредиты, а государство испытывало финансовые затруднения. Принято считать, что впервые концессии применялись уже в Древнем Риме в VI—IV веке до нашей эры. Местные общины заключали соглашения с государством в следующих инфраструктурах: транспортная, торговая и сфера услуг.

Следующее упоминание концессионных соглашений приходится на 1256 год. В Испании была зафиксирована первая концессия по освоению полезных ископаемых. В 1400 году в Италии был заключен договор по добыче нефти, что самое интересное, добыча производилась в медицинских целях. А Франция предпочитала развивать

экономику своей страны за счет предоставления предпринимателям концессии в сфере коммунальных услуг. Следствием этого стал концессионный договор на строительство канала в 1554 году. В 1901 году Иран использовал концессию для добычи нефти, но уже в геологоразведочных целях. В дальнейшем это привело к созданию Anglo-Persian Oil Company в 1909 году. Сейчас эта компания известна как British Petroleum. Можно заметить, что большинство концессий государство выдавало для добычи полезных ископаемых страны, в частности, предпочтение отдавалось поиску нефти.

В мире активно начали использовать концессии в XX веке. В 20ые годы XX века в США была создана нормативно-правовая база в отношении концессионных соглашений. Активное развитие концессионных соглашений в Юго-Восточной Азии пришлось на середину XX века.

В России также концессии стали популярны только в XX веке. И уже в начале XX века в Дореволюционной России строительство 90 % железных дорог осуществлялось по концессионным соглашениям. В период с 1921 по 1937 года уже насчитывалось около 178 заключенных договоров. Сравнительно недавно, в 2005 году, был издан закон «О концессионных соглашениях в РФ» [1].

На протяжении последних двадцати лет благодаря заключению концессионных соглашений развивается нефтедобывающая отрасль в таких странах, как Латинская Америка, Африка и Юго-Восточная Азия

В Европейских странах концессионные соглашения начали пользоваться популярностью в средние века. Если рассматривать все время с того момента и до наших дней, то развитие концессии в Европе можно разделить на три периода. Первым периодом называют промежуток времени, который оканчивается с открытием Америки. Считается,

что подобного рода соглашением можно считать передачу огромных земель Короной, примером тому могут служить имения в Англии. Во время второго периода концессионные соглашения заключались с компаниями, пользующимися определенными привилегиями, такими как The Hudson's Bay и The East India. Эти компании получали полномочия управлять колониальными территориями. Последний, третий период приходится на время современной индустрии. Концессионные соглашения становятся привилегией. В дальнейшем развитии концессия превратилась из скрытой привилегии в договор с прописанными условиями соглашения.

Концессия в современном ее значении появилась в XIX веке в Европе в следующих странах: Франция, Германия, Италия и другие. Европейский союз активно участвовал в создании правовой базы. Первую директиву, с правилами и процедурами заключения контрактов с частными компаниями в сфере общественных услуг, он выпустил в 1992 году. В нормативно правовых актах Евросоюза оговариваются вопросы государственно-частного партнерства (ГЧП) касательно сфер электроэнергии, газа и железных дорог. В 2004 году Европейский союз издал Зеленую книгу, которая была посвящена ГЧП и законодательству по государственным концессиям. Данное законодательство характеризуется высокой адаптируемостью к изменениям во внешней среде. Благодаря этому, страны, входящие в состав Евросоюза, довольно рано начали создавать институты партнерства, в сравнении с другими европейскими странами.

Сейчас в сфере концессионных соглашений прослеживается тенденция расширения отраслей, в которых могут заключаться подобные договора. Оборона, образование, здравоохранение — новые сферы, сравнительно недавно вступившие в одну из рассматриваемых нами форм ГЧП.

Теперь рассмотрим непосредственно применение концессионных соглашений на Западе. На данный момент на долю концессий в отдельных странах приходится до 80 % всех партнёрских договоров, заключённых между государством и частным бизнесом. Объём привлекаемых частных инвестиций опережает объёмы инвестиций в другие формы ГЧП. Концессионные контракты, в их классическом понимании, используют почти в 40 странах мира.[2]

Рассмотрим наиболее распространённые разновидности концессий в зарубежной практике.

Начнём с BOT (Build, Operate, Transfer — строительство, эксплуатация/управление — передача). Данная модель получила широкое распространение в современной России. Она подразумевает под собой реализацию концессионного соглашения в три этапа: создание инфраструктурного объекта, передача объекта государству, получение концессионером права

использования объекта (однако собственником является концедент). Привлекательность модели для частного инвестора обусловлена низким начальным риском, то есть на этапе подготовки концессионер практически не несёт никаких рисков, но его риски возрастают по мере реализации проекта. Что же касается государства, то оно, в противоположность, несёт максимальный уровень риска при инициации проекта.

Следующей разновидностью концессионного соглашения является модель ROT (Rehabilitate, Own, Transfer — восстановление — владение — передача). Реализацию данной модели можно также условно разделить на три этапа. В первую очередь, инфраструктурный объект передаётся частному инвестору. Далее, частный инвестор или концессионер осуществляет модернизацию данного объекта. И наконец, концессионер принимает определённые обязательства по последующей эксплуатации объекта концессионного соглашения.

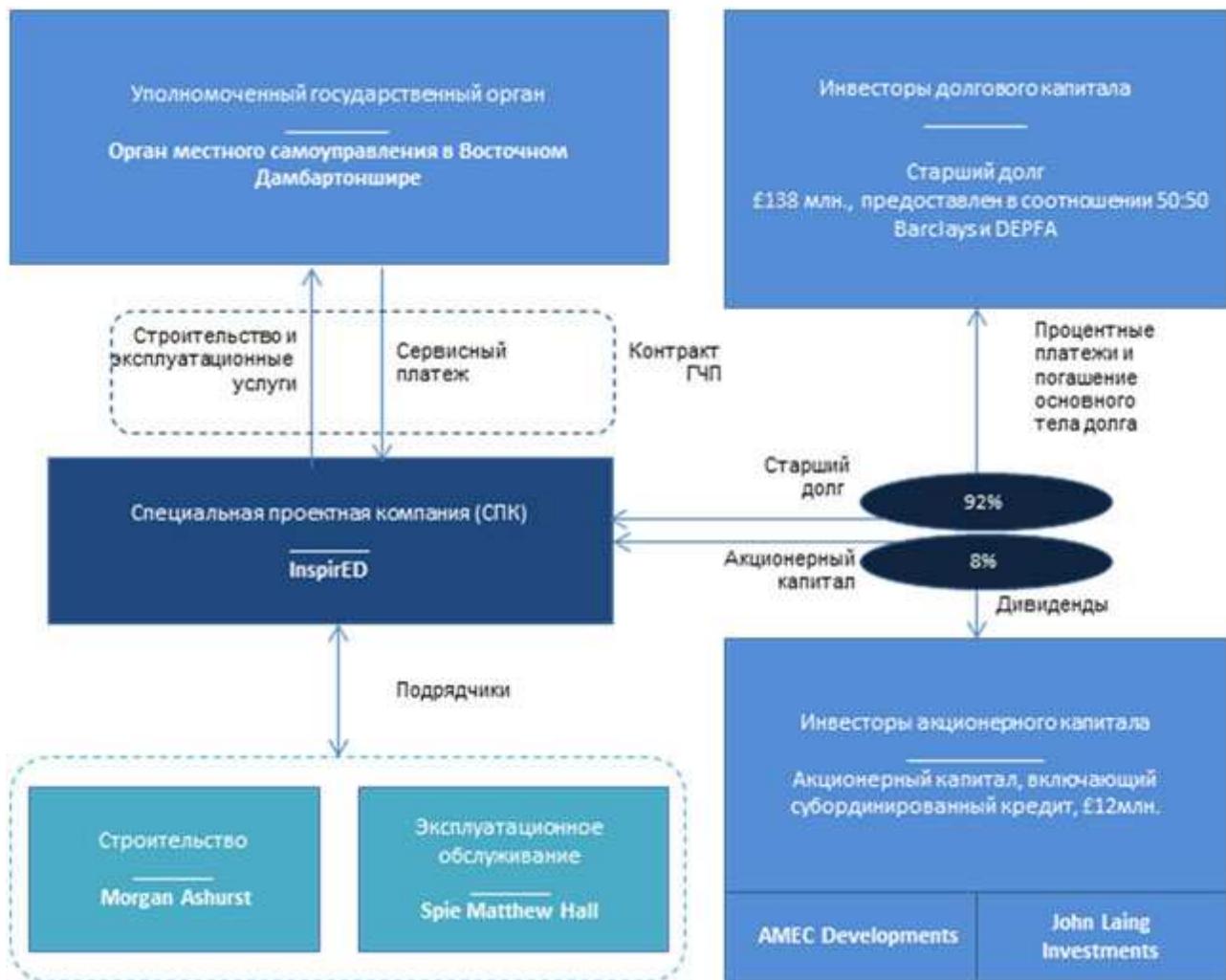
И наконец, контрактная практика как ещё одна распространённая модель концессионных соглашений. В данном случае, частная компания перенимает в управление государственное предприятие, то есть концессионер полностью отвечает перед государством за свои управлочные функции. Управляющая компания при этом получает прибыль за счёт сокращения издержек.

Для демонстрации механизма осуществления концессионных соглашений рассмотрим опыт Великобритании в строительстве объектов социальной инфраструктуры с использованием государственно-частного партнёрства. Возьмём за пример реальный проект по сносу старых и строительству 6 новых школ. Общая стоимость проекта составила 134 млн. фунтов стерлингов (капитальные затраты). Участниками проекта, как можно увидеть в Приложении 1, являлись: орган местного самоуправления, частный сектор, подрядчики, а также инвесторы. Программа проекта подразумевает взаимодействие участников ГЧП по модели BOT, а это значит что специальная проектная компания несёт ответственность за реализацию этапов проектирования, строительства, финансирования и обслуживания. Контракт был заключён на 30 лет с момента финансового закрытия проекта. Подробную схему взаимодействия всех заинтересованных лиц в реализации данного концессионного соглашения можно посмотреть в Приложении 1. В данном варианте ГЧП после успешного завершения строительства государство осуществляет регулярные выплаты частному подрядчику за то, что он обеспечивает ученикам возможность пользоваться объектом в соответствии с оговоренными положениями и условиями контракта. Эти регулярные выплаты называются

сервисным платежом (unitary charge). Плата привязана к тому, насколько качественно частный сектор обеспечивает эксплуатацию здания школы в течение срока действия ГЧП контракта.

При реализации любой модели концессионного соглашения важно учитывать трудности, которые могут быть с ними связаны. Обратим внимание на самые распространённые проблемы. Первое, трудности в планировании долгосрочных параметров на длительный срок.

Второе, трудности в планировании количества и объёмов подключений потребителей и инвестиционных обязательств по ним. Третье, требование обязательной регистрации передаваемого имущества. Четвёртое, сложный механизм реализации межмуниципальных концессий. И наконец, пятое, отсутствие в законодательстве необходимости возмещения расходов концессионера.



Приложение 1. Схема взаимодействия участников концессионного соглашения на примере строительства школ в Великобритании ■

1. Госкомимущество Чувашии / Официальный сайт/ Архив событий/ Вестник минимущества России/ Исторический ракурс/ Концессия (исторический ракурс) – URL: http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=10&id=34136 (Дата обращения: 27.03.16)

2. CyberLeninka / Научные статьи / Экономика и экономические науки / Concession as the form of state-private partnership – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/concession-as-the-form-of->

state-private-partnership (Дата обращения: 28.03.16)

3. Центр развития государственно-частного партнёрства / Официальный сайт / Практика применения концессионных соглашений в Российской Федерации (статистика за 2014 год и прогнозы на 2015) – URL: http://ppcenter.ru/assets/docs/Koncess-BlockA4_26-03-2015_web.pdf (Дата обращения: 29.03.16)

4. Линёв И. В. Концессия как форма государственно-частного партнёрства / И. В. Линёв // Теоретические основы развития экономических систем в современных условиях: Вестник Астраханского государственного технического университета. – Астрахань, 2001. – С.49-54.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Госкомимущество Чувашии/ Официальный сайт/ Архив событий/ Вестник минимущества России/ Исторический ракурс/ Концессия (исторический ракурс) - URL: http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=10&id=34136 (Дата обращения: 27.03.16)

Линёв И. В. Концессия как форма государственно-частного партнёрства / И. В. Линёв // Теоретические основы развития экономических систем в современных условиях: Вестник Астраханского государственного технического университета. – Астрахань, 2001. – С.49-54.

Центр развития государственно-частного партнёрства/ Официальный сайт/ Практика применения концессионных соглашений в Российской Федерации (статистика за 2014 год и прогнозы на 2015) – URL: http://pppcenter.ru/assets/docs/Koncess-BlockA4_26-03-2015_web.pdf (Дата обращения: 29.03.16) CyberLeninka/ Научные статьи/ Экономика и экономические науки/ Concession as the form of state-private partnership - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/concession-as-the-form-of-state-private-partnership> (Дата обращения: 28.03.16)

© Safronova S., Chekhovskaia S., 2016.

In economy of some foreign countries the concept of state-private partnership is widely applied as an alternative to privatizations of objects. Concessions are the most developed and perspective form of state private partnership. Concessions, being an element of economic policy of the Russian and Soviet governments, were actively used in the second half of the XIXth — the beginning of the XXth. In modern Russia the implementation this form of state-private partnership as concession underestimated. Concession agreements provide not only an attraction of investments into economy, but also provide an effective utilization of the property which is in the state or municipal ownership. Besides, this form of interaction between the private sector and the state immensely improve the quality of goods, labour, services offered to costumers. For maintenance of effective functioning and the further development of concession, the state as a party of state-private partnership should accept a number of stimulating measures.

The authors of the article reviewed the concept of the concession agreement, the history of its origin, development stages, and different models of concession agreements, and risks that may arise in the process of adoption of such solutions. For completeness of understanding the experience of Great Britain was considered like mechanism of implementation of concession agreements in the construction of social infrastructure through public-private partnerships.

Keywords: state-private partnership, concession, the concession agreement, concessionaire.

Origin of the concession agreement, their use, main problems and challenges

УДК 336.763

СЕКЮРИТИЗАЦИЯ: НАДЕЖНОСТЬ И ДОХОДНОСТЬ ЦЕННЫХ БУМАГ

© Сафронова С. Э., Чеховская С. А., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье авторы попытались внести ясность в такой новый для России финансовый инструмент как секьюритизация. Несмотря на многочисленные ассоциации данного термина с охранными службами, секьюритизация не имеет ничего общего с защитой и страховкой. Секьюритизация — это техника привлечения финансирования для определенных активов благодаря эмиссии ценных бумаг. Авторами работы были выделены основные типы секьюритизации и описаны особенности каждого из них. Также были рассмотрены все роли участников данного процесса в пошаговом алгоритме работы при секьюритизации. Основной блок работы был посвящен изучению выгодных преимуществ данной финансовой процедуры для всех действующих лиц. Особое внимание при этом уделялось компаниям, инвесторам и государству. В заключении авторами был сделан вывод о том, что в России из-за недостатков в законодательной базе данный механизм не может существовать в своём полном объёме.

Ключевые слова: секьюритизация, классическая секьюритизация, синтетическая секьюритизация, компания-организатор, специальная компания, проектная компания.

В последнее время все чаще можно услышать слово «секьюритизация» в СМИ и новостях от представителей банковской сферы, сферы бизнеса и власти. Финансовый рынок достаточно быстро развивается, и люди не всегда успевают уследить за новыми явлениями и понятиями, так стремительно входящими в их жизнь. В различных странах рынок секьюритизации начал развиваться в разное время:

в США с 1970 годов, в Западной Европе 1980–1990. В России секьюритизацию активов проводят с 2004 года, и на данный момент времени эта очень востребованная операция. Так что же обозначает это таинственное слово?

Финансовый термин «секьюритизация» имеет английское происхождение. «Securities» с перевода на русский — «ценные бумаги». Сам термин понимается как техника привлечения

финансирования для определенных активов благодаря эмиссии ценных бумаг. Выделяется несколько причин, способствовавших развитию секьюритизации. Рассмотрим основные причины: нестабильность процентных ставок по кредиту, налоговых и банковских норм, быстрое развитие информационных технологий, а стоимость финансовых средств гораздо меньше, по сравнению со стоимостью на кредитном и фондовом рынках.

В процесс секьюритизации вовлечены три стороны: оригиналатор, проектная компания и инвесторы. Оригиналатор — обладатель активов, выступающий инициатором в нашем процессе. Специальная компания (специальное юридическое лицо, Special Purpose Vehicle — SPV, Special Purpose Entity — SPE) создается для реализации определенных целей оригиналатора. Эта проектная компания осуществляет эмиссию ценных бумаг, обеспеченных пулом активов, но не ведет реальную деятельность. Инвесторами же являются покупатели выпущенных проектной компанией активов.

Существует два вида секьюритизации: классический и синтетический. Основное различие заключается в том, что продажа активов может осуществляться либо не осуществляться.

Рассмотрим первый, классический вид. Сначала компания создает SPV, а затем продает ей свои активы. SPE, со своей стороны, финансирует покупку активов посредством ценных бумаг, выпущенных на рынок капитала. Специальную компанию создают главным образом для того, чтобы оградить от рисков активы, обеспечивающие платежи по ценным бумагам, которые будут приобретены инвесторами. Таким образом, имущество, обеспечивающее интересы инвесторов может быть использовано лишь для удовлетворения требований по приобретенным ценным бумагам. Классическая схема имеет свои недостатки: высокая стоимость, сложности с законодательством. Например, в странах СНГ отсутствует необходимая законодательная база, что затрудняет развитию секьюритизации. Из-за возникающих сложностей была предложена новая модель — синтетическая.

Перейдем непосредственно к синтетической секьюритизации. Это структура, объединяющая свойства классической секьюритизации и кредитных деривативов (финансовый инструмент, созданный для передачи кредитного риска от одной стороны к другой). Цель — использование кредитных деривативов для синтезирования экономического эффекта обычной секьюритизации (первый тип). Некоторые синтетические структуры используют проектные компании, другие — нет. Если SPV присутствует, то, так же, как при классическом методе, компания перекладывает свои кредитные риски проектной компании,

которая продает кредитные деривативы. На вырученные средства приобретают высоколиквидные ценные бумаги, доходность по которым позволит SPV погасить кредиты в одно время с поступлениями по кредиту от главной компании. Если SPE не создается, то покупатель переуступает кредитный риск продавцу или кредитные деривативы могут быть проданы на фондовом рынке. Синтетический тип признан более эффективным, так как расходуется гораздо меньше средств на проведение секьюритизации [1].

После того как были рассмотрены участники секьюритизации и её типы, необходимо обратить внимание на сам процесс секьюритизации. На самом деле механика процесса проста. Как мы уже поняли, инициатором секьюритизации является компания — оригиналатор, которая решилась привлечь финансирование путем секьюритизации. Первое, что ей необходимо сделать, так это аккумулировать все свои активы в один большой портфель. Второй шаг заключается в том, что компания продаёт свой портфель третьему лицу или проектной компании (SPE и SPV). Важно отметить то, что фактически после продажи активов, их дальнейшая судьба теперь находится в руках проектной или, говоря иначе, специальной компании. Естественно, что на данном этапе, у проектной компании возникают определенные обязательства перед той компанией, которая продала ей свои активы. И проектная компания, чтобы рассчитаться по ним инициирует эмиссию собственных ценных бумаг. Как и полагается, ценные бумаги, долговые обязательства различного типа, облигации или векселя, обеспечиваются тем пулом активом, который имеет компания — оригиналатор. Далее идет один из самых важных этапов секьюритизации. Это получение кредитного рейтинга для новых ценных бумаг. Очевидно, что чем выше рейтинг, тем надежнее долговые обязательства целевой компании. Одним из заключительных шагов является процесс размещения долговых обязательств целевой компании на рынке ценных бумаг, где их, впоследствии, и приобретут инвесторы. И, наконец, целевая компания передаёт выручку от продажи своих ценных бумаг создателю и тем самым расплачивается за проданные активы [2].

На первый взгляд, вся механика выглядит очень чисто и прозрачно, но если присмотреться и обратить внимание на детали, то можно отметить некоторые особенности. Конечно же, в самом начале процесса компания-оригиналатор не теряя контроль над активами после продажи своего портфеля. Фактически она продолжает управлять ими на основе специально-созданного субконтракта. Интересно отметить также и то, что в течение всего процесса секьюритизации компания-оригиналатор находится в тени всей сделки. Все свои долги, плохую репутацию и сторонние

обязательства она оставляет вне поля зрения инвесторов. И, наконец, если быть до конца честными, мы можем сказать, ссылаясь на авторитетные источники информации, что в большинстве примеров секьюритизации, активы, которые в самом начале были проданы проектной компании, вовсе и не принадлежали компании-оригинатору [3]. Возможно, что она только лишь собиралась их приобрести, да вот денег не хватало...

Предметами секьюритизации могут послужить: кредитный и облигационный портфели, обороты по корреспондентским счетам, арендные и лизинговые платежи, выручка от продажи товаров или любые однородные потоки денежных средств, которые могут быть реально спрогнозированы и при этом являются однородными. В России же разрешено использовать только ипотечные кредиты. Все правила, касающиеся механизма секьюритизации, прописаны в Федеральном законе «Об ипотечных ценных бумагах» от 2003 года [4].

Прежде чем говорить о тех выгодах и преимуществах, которые нам даёт такая финансовая процедура как секьюритизация, необходимо сделать небольшое отступление. На Западе очень популярно такое понятие, как *win win* (вин вин), если обратиться к словарю, то можно увидеть следующее определение: беспроигрышный, такой, при котором все стороны выигрывают; при котором не приходится ничем жертвовать. В условиях Российской действительности, такое выражение используется крайне редко, иногда его путают с компромиссом. Однако, компромисс — это всегда взаимная уступка. Однако обратимся к тем потенциальным выгодам, которые секьюритизация может принести своим участникам.

Начнём с компаний-оригинаторов. Напомним, что к ним могут относиться банки, ипотечные и страховые компании, предприятия госсектора. Они осуществляют секьюритизацию своих активов, исходя из следующих побуждений. Во-первых, снижение стоимости финансирования. Если произвести соответствующие расчёты, то затраты на привлечение финансирования через банки или другие заимствования значительно выше, чем затраты на секьюритизацию. Во-вторых, улучшение показателей баланса. И, в-третьих, получение доступа к различным источникам финансирования. Компании при секьюритизации становятся ничем не ограничены, поэтому они могут получить доступ к рынкам капитала напрямую.

Для инвесторов, приобретающих ценные бумаги, плюсы секьюритизации также заключаются во многих аспектах. Прежде всего, это, конечно, высокая доходность за счёт того, что ценные бумаги обеспечены активами. Это значительно отличает их от государственных или банковских облигаций. Более того, при секьюритизации ценные бумаги намного надежнее, за счёт того, что они

практически не подвержены ценовым колебаниям. Более того, инвесторы вправе сами выбирать тот вид активов для инвестирования, который им наиболее подходит. Производя правильное соотношение риска и доходности, инвестор имеет возможность оптимизировать свой портфель.

А теперь необходимо задать следующие вопросы, а какие плюсы для экономики страны имеет секьюритизация и стоит ли её поддерживать на государственном уровне? Секьюритизация способствует более эффективному распределению рисков по всему финансовому сектору. А для развивающихся рынков, по мнению экспертов, секьюритизация должна стать логическим продолжением становления базисных финансовых инструментов — государственных и ценных бумаг.

В заключении хотелось бы сказать, что секьюритизация — это не компромисс или взаимная уступка, секьюритизация — это финансовая процедура, которая выгодна всем: компаниям, инвесторам и государству. ■

1. Научный журнал «Молодой ученый»/ Международные научные конференции/ Синтетическая секьюритизация как инновационный метод управления кредитным риском URL: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/15/2130/> (Дата обращения: 03.12.15)

2. Библиотека Гумер – история / Голубицкий С. Как зовут вашего бога? Великие аферы XX века URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/golub/28.php (Дата обращения: 28.11.15)

3. AllbestRu / Библиотека Revolution/ Секьюритизация активов банка URL: http://revolution.allbest.ru/bank/00349582_0.html (Дата обращения: 28.11.15)

4. Авторские курсы Селивановского А. С. / Правовые риски ипотечного агента URL: http://www.selivanovsky.ru/pages/riski_ipotechnogo_agenta/ (Дата обращения: 02.12.15)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Авторские курсы Селивановского А. С. / Правовые риски ипотечного агента URL: http://www.selivanovsky.ru/pages/riski_ipotechnogo_agenta/ (Дата обращения: 02.12.15)

Библиотека Гумер – история / Голубицкий С. Как зовут вашего бога? Великие аферы XX века URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/golub/28.php (Дата обращения: 28.11.15)

Научный журнал «Молодой ученый»/ Международные научные конференции/ Синтетическая секьюритизация как инновационный метод управления кредитным риском URL: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/15/2130/> (Дата обращения: 03.12.15)

AllbestRu/ Библиотека Revolution/ Секьюритизация активов банка URL:

Securitization: reliability and profitability of securities

© Safronova S., Chekhovskaia S., 2016

In this article, the authors tried to clarify such new financial instrument for Russia as securitization. Despite numerous association of this term with security services, securitization has nothing in common with protection and insurance. Securitization is a technique of attraction financial

flow through issuance of securities. The authors has mentioned the different types of securitization and described the peculiarities each of them. The roles of all stakeholders in the process of securitization were also described. The main part of the work was devoted to study of the profitable benefits of this financial procedure for all actors. Particular attention in this case was paid to companies, investors and the state. In conclusion, the authors summarized that, in Russia, securitization as a mechanism could not function properly because of the lack of legal basis.

Keywords: securitization, classic securitization, synthetic securitization, company — the originator, special company, project company.

УДК 304.3

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

© Сивач О. Б., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Студенческое самоуправление в России появилось сравнительно недавно. Поэтому можно без преувеличения сказать, что ССУ является «инновационным» в российском образовании. Но в то же время было бы неправильным считать, что история студенческого самоуправления России насчитывает чуть более двух десятилетий. И российское, и европейское студенчество богато многовековыми традициями создания и развития студенческих объединений. В условиях модернизации системы образования и общества в целом студенческое самоуправление как социальный институт в современном мире выходит на новый уровень развития. Это позволяет ССУ участвовать во всех процессах, связанных со студенчеством, влиять на вышестоящие органы и решать проблемы в пользу студента. За несколько десятилетий развития ОССУ приобрели поддержку и со стороны органов государственной власти. В новом законе об образовании от 22.12.2012 года «Об образовании в РФ» указывается, что без подтверждения и согласия органов студенческого самоуправления в вузах не может подписываться официально ни один документ. Поддержка работы студенческого самоуправления со стороны органов государственной власти является огромным достижением и результатом большой работы. Но по результатам проведенного анкетирования среди обучающихся студенты не готовы к самоуправлению и брать на себя ответственность. Поэтому необходимо формировать институт органов студенческого самоуправления, механизмы и принципы работы этого направления.

Ключевые слова: самоуправление, студенческое самоуправление, профсоюзная организация, общественные организации, студенты, обучающиеся.

На сегодняшний день термин самоуправление имеет широкий спектр реализации и представляет собой один из важнейших институтов современного общества от политики до бизнеса.

Корпорации активно используют метод партисипативного управления, где деятельность компании зависит от работника: он принимает участие в делах фирмы и вовлечен в управление, следовательно, является таким же собственником компании, как и акционеры. С точки зрения методологии управления человеческими ресурсами работники из объекта управления превращаются в субъект управления, который самостоятельно решает проблемы развития организации. На основе самоуправления работник может реализовать свои потребности в самовыражении, признании и соучастии, а

предприятие достигает высокой производительности труда и качества продукции.

Кроме этого, в условиях развития современной России стоит обратить внимание на местное самоуправление, которое является одновременно формой самоорганизации граждан и составной частью гражданского общества, уровнем публичной власти (инструментом демократического участия граждан в управлении общими делами) и элементом рыночной экономической системы. Хочется отметить, что работа по развитию местного самоуправления является приоритетной задачей государства, которое обозначено Правительством РФ. В декабре 2008 года отмечалось 15-летие действующей Конституции РФ, которая и заложила основы новой модели организации местного самоуправления в стране. Также в 2009 году закончился переходный период реализации ФЗ №131 «Об общих принципах

организации местного самоуправления в РФ». В результате этого, вступили положения на каждой территории субъектов РФ об организации местного самоуправления [1].

Основная идея состоит в том, если общество хочет повысить качество и уровень жизни, бизнеса, условий труда и другое, нужно принимать участие в процессе самоуправления. Если анализировать деятельность самоуправления в нашей повседневной жизни, то активное развитие получила жилищно-коммунальная сфера, где жильцы сами принимают решения и управляют. Учитывая стратегическую и тактическую актуальность заявленной темы, возникает вопрос, готово ли наше молодое поколение включаться в самоуправление или оно в основном старается избегать ответственности и надеяться на кого-то. Рассмотрим данный вопрос на примере студенческого самоуправления.

Студенческое самоуправление в России появилось сравнительно недавно. Поэтому можно без преувеличения сказать, что ССУ является «инновационным» в российском образовании. Но в то же время было бы неправильным считать, что история студенческого самоуправления России насчитывает чуть более двух десятилетий. И российское, и европейское студенчество богато многовековыми традициями создания и развития студенческих объединений. В условиях модернизации системы образования и общества в целом студенческое самоуправление как социальный институт в современном мире выходит на новый уровень развития. Это позволяет ССУ участвовать во всех процессах, связанных со студенчеством, влиять на вышестоящие органы и решать проблемы в пользу студента.

Термин «самоуправление» появился во французском языке лишь в начале 60-х годов и употреблялся применительно к Югославии. Однако политическая теория и общественное движение, то есть та самая реальность, которую он отражает, имеют более древние и глубокие корни. Согласно теории К. Маркса и Ф. Энгельса, термин самоуправление означает «такое объединение людей, где свободное развитие каждого явится условием свободного развития всех». Таким образом, основой самоуправления является утверждение равенства между людьми. Подобное понимание уходит корнями в глубокую древность, так как еще философы-стоики считали каждого человека «гражданином мира» [2].

Считаю, что целью студенческого самоуправления является создание условий, способствующих самореализации студентов в творческой и профессиональной сфере и решению вопросов в различных областях студенческой жизни.

Признаки студенческого самоуправления в современном мире:

1. Системность — совокупность элементов, находящихся в определённых взаимоотношениях и связях между собой и образующих определённое единство.

2. Автономность — относительная независимость студенческого самоуправления в постановке целей и задач деятельности коллектива, разработке её основных направлений; возможность формировать позицию.

3. Иерархичность, которая отображается в упорядоченности деятельности ОССУ, структурных подразделений вуза, общественных студенческих формирований, установления между ними взаимосвязей и т. д.

4. Связи с внешней средой, выражающиеся во взаимодействии с органами управления вуза, преподавательским корпусом, хозяйственными службами, с другими образовательными учреждениями, общественными и государственными организациями.

5. Наличие органов самоуправления, выражающееся в создании на каждом уровне иерархии студенческого самоуправления его органов. Каждый ОССУ действует на основе собственного положения, порядок утверждения в каждом конкретном случае предусматривается индивидуально.

6. Самодеятельность, которая предполагает творческую активность в осуществлении управлеченческих функций (планировании деятельности, организации, мотивировании участников, контроле и руководстве), доведении до исполнения принятых решений.

7. Целенаправленность, которая предполагает способность органа студенческого самоуправления ставить цели собственной деятельности и развития, соотносить их с ключевыми целями образовательного учреждения, государственной молодёжной политики.

8. Независимость — финансовая и юридическая независимость ОССУ от администрации вуза.

9. Участие в управлении вузом — участие в работе ученого совета вуза [2].

Министерство образования и науки РФ определяет следующие формы студенческого самоуправления:

1. Первичные профсоюзные организации студентов;

2. Объединенные советы обучающихся;

3. Студенческие комиссии объединенных первичных профсоюзных организаций;

4. Другие студенческие общественные объединения, действующие в соответствии с Федеральным законом от 19.05.95 N 82-ФЗ «Об общественных объединениях»;

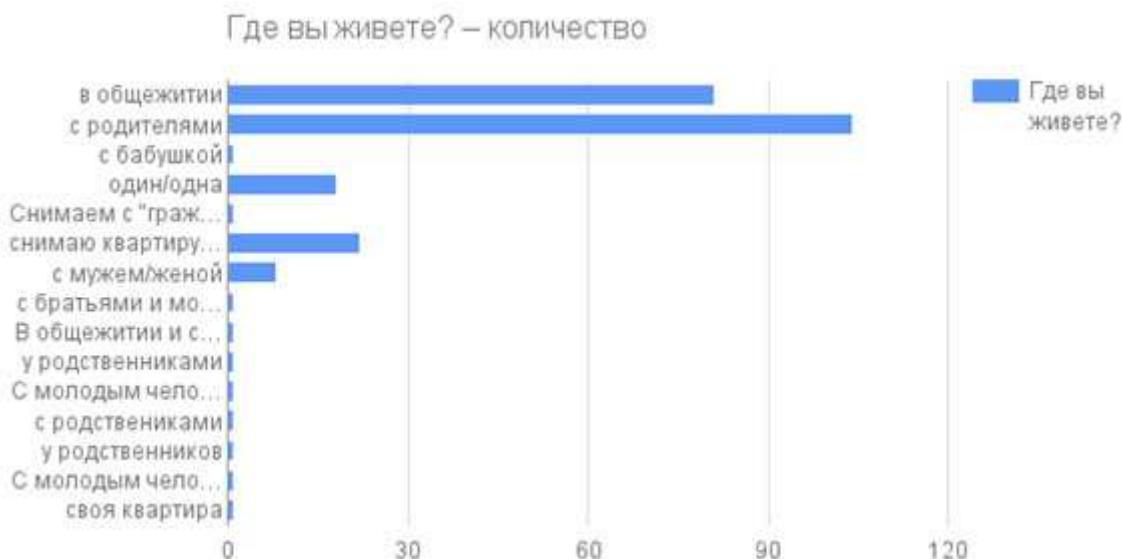
5. Студенческие советы, формируемые на основании Примерного положения о студенческом совете в образовательном учреждении (филиале) высшего профессионального образования, одобренного 29.09.2006 г. на заседании Совета по

вопросам развития студенческого самоуправления [3].

Однако давайте посмотрим, готовы ли студенты к самоуправлению. Нами было проведено анкетирование обучающихся Иркутского государственного университета, в котором приняло участие 250 респондентов. Цель исследования — понять уровень самостоятельности студентов, уровень готовности к самостоятельной жизни и к самостоятельным решениям. Категория студентов от 17 до 23 лет, где 17 — это возраст поступления в университет, 23 — год окончания и определения

дальних действий по развитию и самоопределению.

При проведении анкетирования рассматривался блок вопросов касающихся общего уровня дохода и условий проживания обучающегося. По итогам исследования на вопрос «где вы живете?» большее количество 120 респондентов ответили, что с родителями или родственниками. Несмотря на свободные места в обычном общежитии и комнатах с повышенной комфортностью, большинство студентов проживают с родителями. Лишь 23 человека проживают самостоятельно: снимают квартиру или комнату отдельно.



Следует отметить, что студенты не готовы взять на себя финансовую ответственность по оплате за обучение в университете. Так на вопрос «кто платит за ваше обучение в университете?» 83,2 % респондентов ответили, что родители и близкие родственники являются плательщиками. Самостоятельно оплачивают лишь 2 % респондентов. Также следует обратить внимание на вопрос «почему вы не работаете в настоящее время?» большинство респондентов ответили, что не могут найти работу, не могут найти работу по специальности, не устраивает заработка плата, сложно совместить с учебой и просто не хотят — 126 обучающихся. Кроме этого, 102 респондента ответили, что не работают, потому что нет материальной необходимости и против этого родственники / родители. 18 респондентов затрудняются ответить на данный вопрос. Следовательно, в большинстве обучающихся не работают и не хотят работать по многим причинам, которые перечислены выше, более того большую роль играет мнение родителей и отсутствие необходимости работать ввиду финансовой обеспеченности студентов родителями.

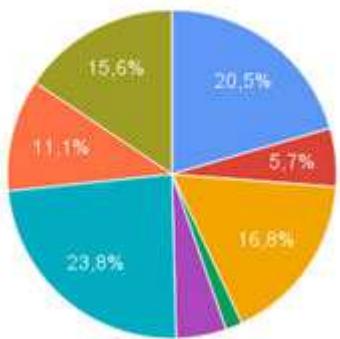
На следующий вопрос «от чего зависит ваше благосостояние?» большинство респондентов (138) считает, что от внешних факторов (условий жизни, положения дел в обществе); 89 обучающихся, считают, что от внешних факторов и собственных усилий в равной степени и лишь малая часть считает, что от их самих, целеустремленности и активности.

Интересно проанализировать ответы на вопрос «назовите источник ваших материальных средств?», лишь 20 человек обеспечивают себя самостоятельно и 25 обучающихся занимаются активной деятельностью в университете (активисты), при этом 95 — живут только на стипендию (средний размер стипендии в ИГУ от 2000 рублей). При этом, всего 17 человек работают, а большую часть 80 респондентов обеспечивают денежными средствами родители и близкие родственники. Следовательно, студенты не готовы и не хотят брать на себя финансовую ответственность по содержанию себя.

Следующий вопрос: «Каковы ваши жизненные планы на ближайшие 5–7 лет?» большинство ответов связано с созданием семьи (20,5 %) и получением хорошего образования (23,8 %). Далее,

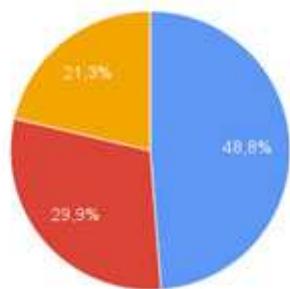
ответы заниматься любимым делом (16,8 %), добиться материального благополучия (15,6 %), получить приличную работу (11,1 %). Таким образом, большинство обучающихся в основном не нацелены на развитие, открытие бизнеса, а на первое место ставят создание семьи и получение образования.

Какие ваши жизненные планы на ближайшие 5-7 лет? – количество



Если говорить о выходных данных и категории студентов, которые принимали участие в анкетировании, то 73,4 % (женский пол) и 26,6 % (мужской пол).

Ваш возраст? – количество



Исходя из результатов проведенного анкетирования среди обучающихся в возрасте от 17 до 23 лет, можно сделать вывод, что на сегодняшний день существуют проблемы с развитием студенческого самоуправления. Большинство студентов не готовы оплачивать свое проживание и обучение, решать самостоятельно проблемы, зарабатывать. При предоставлении студентам возможности проживания в общежитии большинство из них предпочитают жить с родителями или родственниками. Если говорить о перспективах, то, к сожалению, большинство респондентов считают, что их благосостояние от них в будущем не зависит, ключевыми факторами являются не они сами и их активность, а внешние факторы. В ближайшие 5–7 лет обучающиеся планируют создать семью и получить хорошее образование, крайне мало внимания уделяется развитию, работе, созданию собственного бизнеса и достижению материального благополучия.

Данная тема имеет актуальность в связи с активным развитием самоуправления в условиях гражданского общества. Студенты, которые

принимали активное участие в период обучения в студенческом самоуправлении, будут в дальнейшем руководить на всех уровнях государственной власти, развивать бизнес. Поэтому необходимо формировать институт органов студенческого самоуправления, механизмы и принципы работы этого направления. ■

1. Местное самоуправление в России: состояние, проблемы, пути совершенствования. Итоговый доклад. – М.: Экон-Информ. 2009. – 524с.

2. Состояние третьего сектора характеризует уровень развития гражданского общества в России. Электронная статья от 18 сентября 2002 года. Источник: <http://ashpi.asu.ru/kiak/dn15c.html>

3. Козина И. М. Российские профсоюзы: трансформация отношений внутри традиционной структуры / И. М. Козина. – Экономическая социология. Электронный журнал, т. 3, 2002, № 5

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Козина И. М. Российские профсоюзы: трансформация отношений внутри традиционной структуры / И. М. Козина. – Экономическая социология. Электронный журнал, т. 3, 2002, № 5

Местное самоуправление в России: состояние, проблемы, пути совершенствования. Итоговый доклад. – М.: Экон-Информ. 2009. – 524с.

Состояние третьего сектора характеризует уровень развития гражданского общества в России. Электронная статья от 18 сентября 2002 года. Источник: <http://ashpi.asu.ru/kiak/dn15c.html>

Assumptions of the social institute of student government formation in the context of the society modernization

© Sivach O., 2016

Student government in Russia doesn't have a long history; therefore it may be said without exaggeration that the system of student government is innovative in Russian education. At the same time it would be incorrect to think that the history of the student government in Russia numbers more than two decades. Russian and European student governments are rich of traditions of creation and development of student communities. Consider the modernization of educational system and the society in whole, the system of student government in the modern world is going to level up. It allows the system to participate in all the processes, which are connected with student's life and influence the authority and solve the problems in favor of students. Student government in Russia has got the support from the authority during the last decades. In a new education law «About education in Russian Federation», which was launched on the 22nd of December in 2012, it is pointed that no document can be signed without approval of student government. The support of the authority is a great achievement and can be considered as the result of a lot of efforts. On the contrary, according to the results of survey, students are not ready for student governments and take responsibility for this. Considering this, it is necessary to

form the institute of student government and study methods and principles of this.

Keywords: student, self-government, student government,

trade Union organization, social organization, students studying.

УДК

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В КОМПАНИИ ООО «БАЙКАЛЬСКИЙ МЕБЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

© Скрипка Е. В., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье представлено исследование существующей системы оплаты труда в компании ООО «БМК», специализирующейся на производстве мебели из ценных пород древесины. Также автор приводит аргументы в пользу необходимости разработки новой, эффективной системы оплаты труда на основе внедрения системы сбалансированных показателей. Данный подход позволит повысить эффективность работы сотрудников и, следовательно, увеличит производительность труда и прибыль компании.

Ключевые слова: применение сбалансированной системы показателей при формировании заработной платы сотрудников на производстве, человеческие ресурсы, эффективность и производительность труда.

Today, small business in Russia is hardly formalized and exists in volatile conditions. Many entrepreneurs believe that the company of a small size with low turnovers can happily exist with no clear-cut organizational structure at hand, without organizational culture, and without modern tools of managing employees performance.

Indeed, until the recent times, this strategy was frequently put into practice successfully; however, every company comes through the hard times when top managers in the organization must make a choice: changes (restructuring, staff rotation, implementation of modern managerial tools, etc.) or demise of a company. Reality is that managers should not be afraid of changes; we must be able to use both external and internal conditions (unfavorable at times) to bring a company to success.

The balanced scorecard (BSC) is rapidly gaining popularity among Russian companies and has a good reputation among Western companies. According to the research center SuperJob (2015), key performance indicators (KPI) are used in big companies in almost 80 % of cases; the percentage of using KPI applicable to small businesses is 31 %.

The research is done for LLC «БМК» (short for Baikal Furniture Combine); object of study — Salaries and wages system. Remarkably, a research of this kind is extremely beneficial for the company is getting through the hard times of the 2014 economic crisis. Thus, the goal of the research is to:

- Analyze the current payment system
- Identify problems
- Develop solutions through implementation of KPI in wage system
- Along with the main goal, the following objectives to achieve the goal were defined:
- Describe the current system of remuneration of

employees in the company «БМК»;

- Analyze statistical data on company's HR turnover in 2012–2014;
- Determine problems and suggest possible solution
- Develop new wages system for one position using KPI.

Provide company management with other recommendations.

Bibliography

In order to successfully develop and implement a new wages system based on key performance indicators, it is important to understand the essence of balanced scorecard.

According to Davig, Elbert, & Brown (2004, p.18), small manufacturing businesses tend to rely on financial performance indicators when evaluating the work of its employees rather than estimate their work upon both financial and non-financial measurements. This approach is widespread since financial performance is easy to measure. Having conducted a research among 75 small manufacturing businesses, Davig et al. (2004, p.19) found out that in terms of performance evaluation two major types of the companies can be defined: companies applying balanced scorecard (BSC) and firms relying on financials indicators only. However, companies applying BSC frequently do not analyze data and consequently achieve no positive results. Small businesses have a significant advantage over the large corporations in understanding of «key-drivers in the customer perspective» (David et al., 2004), yet they have no system of analyzing data. This article is a good resource for those wanting to implement balanced scorecard in small manufacturing firms.

Feliniak & Kolodziejczyk (2005) stated in their research «The balanced scorecard and managing human resources — the case of employee

remuneration» that BSC is becoming more and more widespread in small companies. The problem of standard remuneration system is that personal objectives of workers usually are not related to a business strategy of a company. According to Feliniak & Kolodziejczyk (2005), only «...51 % of senior managers had personal objectives related to their firm's strategy». As for the mid-size businesses, the share of such workers is 21 %. Authors claim that balanced scorecard is aimed to motivate employees as far as it takes into consideration various characteristics of performance. However, when implementing BSC another question concerning weights that should be given to these characteristics appears. In addition, the authors provide the reader with a vivid example of implementation of BSC in a consulting company. This article is distinctive in explaining which key performance indicators are better to choose in certain cases.

In her article, Gabčanová (2012) mentioned that non-financial measurements should be closely connected with company's strategy. The author tells about the importance of creation of strategy maps with goals, objectives and strategy of a firm. One of the most important things to remember when creating BSC for a company is to build direct links from key performance indicators to goals, from goals to objectives, and from objectives to strategies. There are also two types of indicators: leading and lagging. Both are extremely important as far as they allow considering a historical aspect and creating a strategic plan. Leading aspects imply the future developers and drivers, and lagging indicators are aimed to measure results, analyze the retrospective data on company's performance. This article is useful for those who is developing BSC for companies.

Today balanced scorecard goes beyond formal quantitative characteristics showing the performance of the company. Archana & Palo (2012) state that BSC's main advantage is emotionally involved and highly motivated employees who contribute to success of the company. Implementation of BSC leads to the improvement of such psychological conditions as meaningfulness and safety; moreover, it is important to involve leaders in developing KPI. These measures are extremely important when preparing employees to the implementation of new wages system. Changes are always connected with resistance and stress, and workers are reluctant to perceive these changes. In such terms, their involvement in the creation of balanced scorecard diminishes negative perception. This article provides the reader with key psychological aspects of BSC.

To sum up, BSC is a unique tool that helps to connect strategic goals of the company with personal objectives of its employees, that in turn leads to the improvement of work efficiency. BSC allows to increase the motivation of workers and to improve the work environment; however, there is no standardized way of implementing BSC. Each company is a unique

case that requires a thorough analysis and well-considered approach.

Methodology

To ensure objectivity, several methods were used to identify, study, and solve the problem of low work efficiency caused by inefficient wage system. Each method has its advantages and drawbacks. In this research three methods were used; they are the analysis of the company's documentation, interviews with heads of the departments, and questionnaires among all employees.

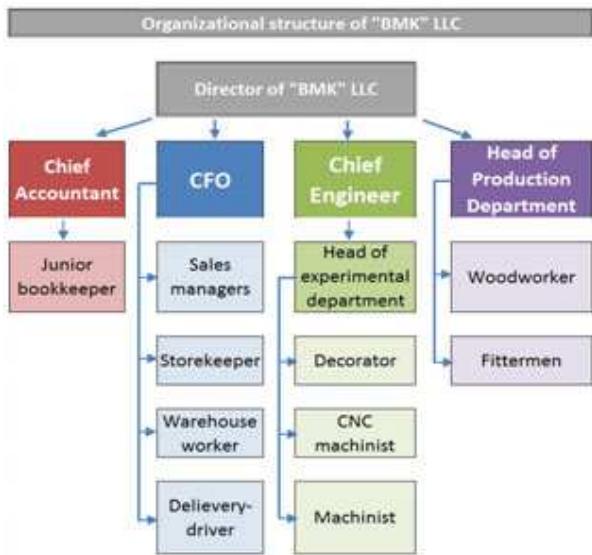
The first method applied in the research is the analysis of work documentation. This method eliminates the interaction with the employees of the company, yet it helps to understand and present the structure of the company, to understand how the work is organized, which is very helpful in solving potential problems.

The second method was a non-structured interview. This approach has a number of attractive features. The advantage of the non-structured interview is that it avoids extra formalization. This type of communication provides for the interviewed persons the opportunity to express all their thoughts, emotions, expectations, suggestions, etc. It was decided to conduct this interview among the heads of the departments only in order to define main problems concerning low productivity caused by inefficient wages system. There were two questions attributable to those interviews, «Do you think employees in your department have adequate and fair wages?» and «Are you satisfied with your salary? If not, provide us with at least two reasons to support your point of view». Two methods presented above were combined; so, below you can see two-parts analysis: description of the position and attributable salary, and a problem defined after conducting interviews.

The subject of the research is LLC «BMK», the company which produces furniture: staircases, kitchens, doors, arches, etc. The company has been successful in business for more than 15 years. The manufacturing department is fitted with the most modern and innovative equipment from Italy, Germany, and Spain. The clients of the company are the municipal administration, major banks, health care institutions, commercial and nonprofit organizations, and individuals. («BMK», LLC, 2015).

In order to clarify the problem, we should first describe the structure of the company. It has four departments. The first is a production department, the main purpose of which is to yield superior in quality furniture. Another office is a sales department, which attempts to meet or even exceed the sales target. The third significant part of the company is an accounting division, which is in charge of the funds management. The storage department is responsible for supplying production department with raw materials. A complete organizational structure can be seen in the Figure 1 below.

Figure1. Organizational structure of «BMK» LLC.



Description of the current remuneration system in «BMK», LLC and how it is related to performance of employees

At first, it is important to mention that human resources can be divided into the following categories: administrative workers and production department workers.

Below you can see only positions in terms of which problems were registered.

Sales manager is responsible for taking orders, developing work documentation and graphics package. The firm is small, so the sales manager performs the duties of designer as well.

Current way of forming wages for this position:

Having fulfilled a plan by 80 %, sales manager gets the fixed part of the salary; otherwise, the CFO may send a note of disapproval to manager. Remarkably, this note does not influence the amount of money paid to employee. If a worker performs 100 %, he/she may claim for a end-of-year bonus.

Current problem: low quality of services performed; not enough orders

Storage keeper

Storage keeper has a fixed salary; no bonuses available for this position. So far, no fines were levied to refund losses.

Problems: bad discipline, numerous violations of rules, loss of materials/ small goods

Head of production department

His main duties are preparation of work documentation, monitoring operations, ongoing interaction with storage department. Salary is fixed. Bonuses in the end of year are possible.

Problem: services performed not in time; significant delays. Quality control needed.

Head of experimental department

Responsible for operation control and coordination of subordinates. Salary is fixed. Bonuses in the end of the year are possible.

Problems: Deadline missed; poor discipline at work, low motivation

Decorator

Provides vacuum pressing and veneering products. Salary consists of fixed and variable (working hours) part. Bonuses in the end of the year are possible.

Problems: low quality of work. The «worst part» in a production chain

The next step in analyzing company's documents is the analysis of human resources turnover for at least the period of two years. Below you can see the table 2 presenting this information for LLC «BMK».

The movement of personnel in a company for the period of 2012–2014

Table 1. The movement of HR in «BMK»,

	2012	2013	2014
number of employees at the beginning of the year	24	12	20
hired during the year	6	6	11
laid off during the year by request	0	0	0
laid off during the year by mutual agreement	8	8	8
number of employees at the end of the year	22	20	23

LLC

As we can see from the Table 1 above, employee turnover over the period of 2012 totaled approximately 35 %; in 2013 this ratio reached 38 %, and for 2014 this characteristic totaled 36 %. It is noteworthy, that for the last three years no workers intended to leave their workplace; the reason why they were laid off was unsatisfactory quality of their job and low work efficiency.

All respondents in the interviews mentioned that not all their subordinates were satisfied with their salary. Head of production department stated that he is not quite satisfied with his fixed salary; even if he wanted to do an additional job or work overtime, no remuneration is to be provided.

Polls and questionnaires. Quantitative data analysis

In the interests of objectivity, it was considered that quantitative data would usefully supplement and extend the qualitative analysis. Therefore, the third method involved different surveys. The questionnaires concerned the working environment in each of the four departments. Twenty-three employees were surveyed for this study. The following questionnaire was used to collect required data:

1. Are you satisfied with your job (does it correlate with your interests and values)?
 1. Are you satisfied with your salary?
 2. If not, please tick off the possible reasons
 - 2.1. I would like to work more and earn more money, but there is no opportunity (salary is fixed, no growth prospects for development)
 - 2.2. My salary is just small! Decision was made by a director, and I believe it was unfair

2.3. I want to know how my salary is computed. I want it to be transparent for me.

Having analyzed questionnaires we found out that 20 % are satisfied with their salary, 15 % of workers are truly involved and would like to earn more and put in more effort, 5% believe that their salary is unfair, and the majority of workers (60 %) want their salary to be more transparent.

Analysis of the situation. Identifying the causes of the problems. Developing a solution

Having analyzed the current situation in the company, we can define the problem of low working efficiency and consequently decrease in Net Income and Cash Flow from operations.

There are several reasons that contribute to the unfavorable financial situation in the company:

1. No delegation of authorities

Lack of delegation of authorities results in the situation when workers do not have any responsibility. Consequently, very often it is quite difficult to define workers who are supposed to take responsibility for work performed. However, in terms of controversial financial situation and unfavorable economic conditions it may be difficult to delegate authorities inside small manufacturing company.

2. The current wage system is inefficient, and employee salary fund is not proportional to the cash flow generated by the company for a certain period of time. («BMK» LLC has registered the net loss from operations for the period of five months.)

The problem of wages system in the company caused by the fact that employees are neither given «real» bonuses nor fined if they did their work inappropriately. Director of the company explained that he does not fine workers not to demotivate them. Well, in terms of this wages system employees will never do their best, since they realize that they do not get penalized. The current remuneration system should undergo significant adjustment.

We propose implementation of a new wages system based on balanced scorecard. Such system takes into consideration various factors when estimating work efficiency of an individual employee. Thus, balanced scorecard provides qualified and ambitious employees with opportunities to grow and develop. Another advantage of a wages system using KPI is its transparency. Each worker is able to see all criteria how his/her work is estimated so as see why he/she finally has this certain salary. However, KPI should be implemented only in case of variable part of the salary. Employees should have fixed part so they can get it not depending on their performance. The thing is Russian economic conditions are not always favorable, so sometimes a certain result cannot be achieved due to external factors, not because of a bad performance of company workers.

Key performance indicators must include both individual and team performance. Monthly sales are related to KPI of the whole department to avoid extra competition between sales managers as the result of

which the quality of their work could decrease. However, workers also need individual KPI to influence their wages directly. It is believed that such a combination of individual and team performance measurement contributes to the high motivation of employees and favorable work environment in the department.

If a worker performed worse than «baseline», his salary decreases proportionally to his performance (coefficient declines); In case an employee showed bad results for several months, he/she can be reprimanded or fired. Baseline performance is still not a positive performance; however, if an employee performed in accordance with baseline indicators, it means he/she completed a minimum amount of work required. The norm means that a worker achieved the goal stated previously; his/her work can be considered as satisfactory. Target column is usually achieved by the most involved and talented employees. They are the loyal to a company people who is interested in self-development. Consequently, such performance should be encouraged.

Conclusion

The introduction of new techniques and technologies in the company always involves difficulties. People are conservative by nature, and in the majority of situations, top managers or directors follow the rule, «The perfect is the enemy of good». When dealing with a small business, we should realize the human factor significantly influences a decision-making process. Only a small percentage of entrepreneurs are ready to constant experiments; they are usually young people who do not have many subordinates. However, directors and founders of industrial enterprises such as Baikal Furniture Factory, existing on the market for over 15 years, are reluctant to implement changes in HR sphere. Nevertheless, companies should not be afraid of changes in the HR sphere. Such changes as implementation of a new system will contribute to the attraction of highly qualified employees and the improvement of their productivity.

Undoubtedly, this is just a first step towards to serious massive changes such as restructuring of the company. Further research of various working processes and defining of weak places is required. ■

1. Archana, Y. A. U., & Palo, S. (2013). Engaging employees through balanced scorecard implementation. *Strategic HR Review*, 2013, 12(6), 302-307. <http://dx.doi.org/10.1108/SHR-08-2012-0057>

2. Davig, W., Elbert, N., & Brown, S. (2004). Implementing a Strategic Planning Model for Small Manufacturing Firms: An Adaptation of the Balanced Scorecard. *SAM Advanced Management Journal* (07497075), 69 (1), 18-24. Retrieved from: <http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.umuc.edu/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=84eac19c-9f9f-4af8-8147-4ed36ae34bf6%40sessionmgr4005&vid=14&hid=4111>

3. Feliniak, U., & Kouodziejczyk, I. (2005). The balanced scorecard and managing human resources – the case of employee remuneration. *Management of Organizations: Systematic Research*, 36, 19-31. Retrieved from: <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.umuc.edu/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=12b19416-f893-4fdc-a57e-941862e8e553%40sessionmgr111&vid=0&hid=104>

4. Gabčanová, I. (2012). Human Resources Key Performance Indicators. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 117. Retrieved from: <http://www.doaj.org/doaj?func=openurl&genre=article&issn=1804171X&date=2012&volume=4&issue=1&page=117>

5. KPI are used in every second company. (2015). SuperJob.ru. Retrieved from: http://www.superjob.ru/research/articles/111689/kpi-ispolzuyut-pochti-v-kazhdoj-vtoroj-kompanii/?utm_source=sjobmail&utm_medium=mail-campaign&utm_campaign=mail-campaign-497&utm_content=118251606-6

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Archana, Y. A. U., & Palo, S. (2013). Engaging employees through balanced scorecard implementation. *Strategic HR Review*, 2013, 12(6), 302-307. <http://dx.doi.org/10.1108/SRR-08-2012-0057>

Davig, W., Elbert, N., & Brown, S. (2004). Implementing a Strategic Planning Model for Small Manufacturing Firms: An Adaptation of the Balanced Scorecard. *SAM Advanced Management Journal* (07497075), 69 (1), 18-24. Retrieved from: <http://eds.a.ebscohost.com.ezproxy.umuc.edu/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=84eac19c-9f9f-4af8-8147-4ed36ae34bf6%40sessionmgr4005&vid=14&hid=4111>

Feliniak, U., & Kouodziejczyk, I. (2005). The balanced scorecard and managing human resources –

the case of employee remuneration. *Management of Organizations: Systematic Research*, 36, 19-31. Retrieved from: <http://eds.b.ebscohost.com.ezproxy.umuc.edu/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=12b19416-f893-4fdc-a57e-941862e8e553%40sessionmgr111&vid=0&hid=104>

Gabčanová, I. (2012). Human Resources Key Performance Indicators. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 117. Retrieved from: <http://www.doaj.org/doaj?func=openurl&genre=article&issn=1804171X&date=2012&volume=4&issue=1&page=117>

KPI are used in every second company. (2015). SuperJob.ru. Retrieved from: http://www.superjob.ru/research/articles/111689/kpi-ispolzuyut-pochti-v-kazhdoj-vtoroj-kompanii/?utm_source=sjobmail&utm_medium=mail-campaign&utm_campaign=mail-campaign-497&utm_content=118251606-6

Balanced Scorecard Remuneration Practices in LLC «Baikal Furniture Manufacturing Combine»

© Skripka E., 2016

This paper is aimed to analyze the current wages system in «BMK, LLC, manufacturing company that produces furniture from precious wood, and develop a new, efficient wages system based on balanced scorecard. The author presents a detailed analysis of the company's current wages system and provides her recommendations to a sales manager for the improvement of the remuneration system based on Balance Scorecard.

Keywords: application of Balanced Scorecard in Manufacturing business, Human Resources, Work Efficiency, Salaries and Wages formation.

УДК 336.748

ВЛИЯНИЕ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ США, РОССИЕЙ И КИТАЕМ НА ПОЛИТИКУ РЕГУЛИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ В ДАННЫХ СТРАНАХ

© Скрипка Е. В., 2016

Иркутского государственного университета, г. Иркутск

В данной статье представлен сравнительный анализ монетарных политик США, России и Китая, а также политических, экономических и других факторов, влияющих на регулирование национальных валют в приведенных выше государствах. В статье приводится исторический обзор в отношении регулирования курса нац. валют в каждой из стран; анализ торгово-экономических отношений между США, Россией и Китаем; возможный сценарий развития экономической ситуации в мире в случае официального появления такой резервной валюты, как китайский юань.

Ключевые слова: регулирование национальной валюты, валютные интервенции, плавающий и фиксированные валютные курсы, резервные валюты

Today the majority of countries all over the world are in close economic relations even though some of them have conflicts of interest. After WW2, the U.S. took the leading position, and to date it has been the most powerful economy in the world. The US dollar is a reserve currency, in which other countries keep their reserves; many strategic goods like oil and gas are traded in the US dollars. China is a country, which has shown a unique economic growth; the country that has literally performed an economic miracle over the recent decades. Today China is the leader in production and export of goods, and China aims to make the yuan a reserve currency.

As to Russia, it is the largest country in the world that has immense natural resources and a key geographical location. This country has had a great political influence, yet for a long time its economy has been primarily oriented to export of resources. However, currently it is changing the economic pattern by pursuing a policy of import substitution for one. Whether it is possible or not?

So, how do trade and economic relations affect the national currency adjustments? The object of this paper is to examine how each country implements monetary policy, depending on both internal and external factors.

Monetary policy and national currency adjustment policy in the USA

We will begin with the USA as a state whose currency is the «number one» reserve currency in the world.

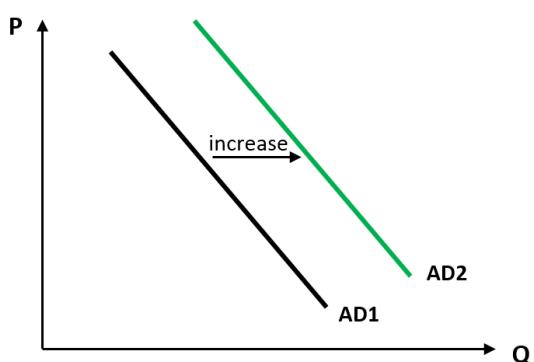
The recession in the US and the global financial crisis of 2008–2009 had led to fundamental changes in the monetary and credit policy implemented by the Federal Reserve System. During the crisis, the US monetary authorities faced unprecedented difficulties. The tools of the previous monetary policy did not work. The thing is that Fed could no longer maintain the functioning of the financial system, the stability of certain financial institutions and prices.

In facing a threat of deflation as the most dangerous «disease» for economy built on massive loans and consumption, Fed implemented the policy of quantitative easing (QE).

In order to understand the essence of QE and realize how this program is connected with national currency adjustment policy, we should have a clear view of massive loans and consumption in the US economy are. The USA is a country with a well-developed economy, and it faces a problem of overproduction. Nevertheless, the only way to maintain the successful functioning of the economy (low unemployment rate, growth of GDP, etc.) the U.S. has to encourage consumption. The only way to do so is to lower interest rates and thus to encourage customers to obtain cheaper mortgages, services, products, etc. In turn, to keep the interest rates low, Fed increases the money supply, e.g. implements an expansionary policy

(Monetary Policy, 2009), (The Saylor Foundation, 2012).

Graph 1. An expansionary monetary policy



However, the Fed creates money electronically; there is no physical emission of the U.S. dollar.

At the same time, investors prefer to accommodate their money in developing countries, as far as investors are always attracted to higher interest rates. In 2013 Fed had announced that they were planning to finish QE. Since that time, Fed gradually reduced the economic boost tapering the program to the end (Kearns, 2015). It means that interest rates will become higher in the US attracting investors. Consequently, the developing countries may soon suffer from money outflow.

Monetary policy and national currency adjustment policy in Russia

Since 2000, Russia has gone through three stages in monetary policy in the field of regulation of the exchange rate implemented by the Central Bank of Russia.

The first stage covers the period from 2000 to 2003. At this time, the Central Bank (CB) pursued a policy of floating exchange rate regime. In this mode, the CB did not take any obligation regarding the maintenance of the exchange rate. As long as Russia lacked sufficient reserves after the August 1998 crisis, the CB literally had no choice except implementing such a policy. In addition, significantly depreciated currency aligned with the interest of domestic producers (some countries deliberately lower their currency to increase an export). However, in 1998 Russian economy was in deplorable condition: the majority of factories went bankrupt, the government stopped investing in innovative technologies and other spheres). Thus, this stage is characterized by the depreciation of the domestic currency against the U.S. dollar and Euro.

The second stage in Russian monetary policy began in 2004 and ended in the fall of 2008. During this period, the Bank of Russia pursued a policy of managed floating exchange rate. The essence of this tactic the CB applies is purchasing foreign currency on the domestic market (implementation of currency interventions). Remarkably, this policy hindered the appreciation of the ruble relative to dollar and euro. The increase in foreign exchange reserves had little to do with real economic growth. The overall policy of

the Central Bank of the Russian Federation of this period can be characterized as relatively independent. The floating exchange rate regime had significantly mitigated fluctuations in exchange rates. The consequence of this policy was an excess of foreign exchange reserves and, consequently, increase in money supply.

The third stage in the monetary policy of the CB of the Russian Federation begins with 2009, when the CB as a regulator tries to switch the monetary policy from a managed floating exchange rate to free floating exchange rate.

To implement this transition, the Bank of Russia was going to systematically weaken the national currency rate against the dollar-euro basket. At the same time, free the exchange rate *ceteris paribus* led to a decrease in foreign exchange reserves. To manage this factor, the CB of Russia implemented the interest rate policy. Taking into consideration that refinancing rate and inflation rate depend on the interest rates established by CB of Russia, the interest rate policy is much more complicated than currency interventions applied previously.

It should be noted that among economists there is no consensus about what the goal of monetary policy is optimal. In the Keynesian concept of state regulation of the economy Central Bank should adjust short-term interest rates, because such a policy would better meet the requirements of long-term economic growth. A modern interpretation of this policy is a corridor system of interest rates, limited the minimum and maximum values. In monetarist concept of the optimum the Central Bank's objective is sustainable growth of the money supply. In accordance with the basic principle of the quantity theory of money, inflation is the result of a large amount of money at a relatively lower volume of production. In the end, this policy implies a reduction in the assets of the Bank of Russia foreign exchange reserves and increase in loans made to commercial banks.

Next, in order to understand the actions taken by Central Bank of Russia, we need to examine the factors affecting the prospects of the free float of the ruble:

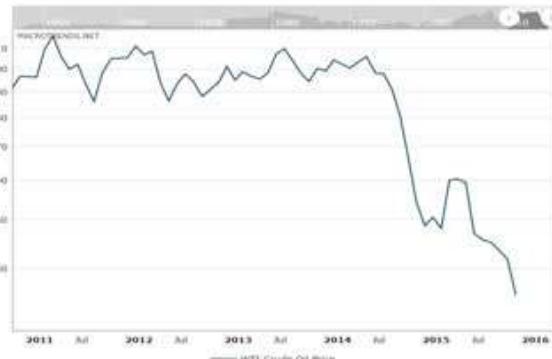
1. As long as tax and customs payments from foreign trade depend on the exchange rate, the Federal Budget of Russia benefits from free float of the ruble (depreciated national currency);

2. The determining factor in the exchange rate is the price of oil and other exported goods. When oil prices fall, less dollars come to the country, and the ruble falls. If oil and gas prices rise, the ruble is strengthening, and the amount of dollars in the domestic foreign exchange market increases. Consequently, the demand for the national currency grows.

As we can see from the graph 2 below, oil prices decreased dramatically since July, 2014. As a result, the Russian ruble depreciated from 35–40 rubles for one US dollar to 70 rubles for one US dollar. Thus, the

floating exchange rate in today's situation in the market certainly is not in favor of Russian economy;

Graph 2. Crude oil prices 2011–2016. (Retrieved from: Macrotrends.net)



1. The ruble is dependent on the movement of capital and on the level of borrowing. If foreign investors come to invest in the Russian economy, the country will have more dollars, and the demand for the ruble will grow;

2. The ruble appreciation reduces the competitiveness of domestic production.

One of the disadvantages of ruble floating is high volatility that does not add to the stability of trade relations. Moreover, emerging markets usually do not have a sufficiently developed infrastructure to allow the company to effectively hedge its currency risks.

The second disadvantage is short-term weakening of the national currency that is beneficial for exporters that may lead to a stable ruble devaluation. As a result, the ruble will not be attractive for foreign and domestic investors because of its instability. It can lead to capital outflow and make money extremely expensive for a domestic market. In addition, the falling ruble may reduce competitiveness of imports and, consequently, may reduce the desire of domestic manufacturers to improve technologies.

It is important to note that the devaluation of the ruble today is the result of folding out the US quantitative easing program, due to which the capital flows have changed direction (as it was stated above): now they go from developing to developed countries.

To sum up, for Russia the devaluation results in more disadvantages than advantages:

- foreign investment reduction;
- the low pace of economic modernization;
- slow growth of the economy.

Change of the exchange rate regime is not simply another way to determine the fair value of the national currency, it is a very significant change in an economic policy. To this must be prepared both the Central Bank and the market. In fact, the transition to a free floating exchange rate policy in the transfer is a powerful tool to influence economic development from public to private hands.

Monetary policy and national currency adjustment policy in China

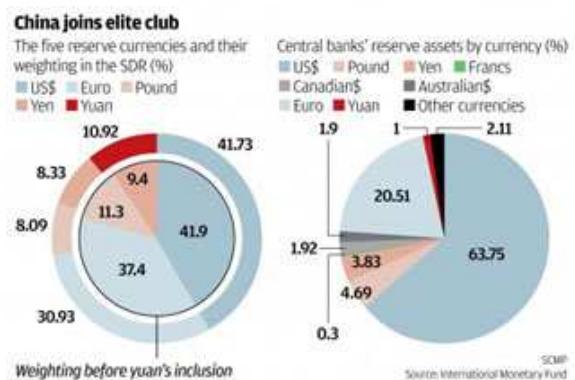
Historically, Chinese yuan came through five steps (the similar story we have just observed with Russian ruble). At the initial stage, the Chinese government was constantly changing the exchange rate of yuan in relation to prices of goods. During the second stage (until 1973), the *yuan* was manageable and relatively stable. For a long period of time Chinese yuan was the fixed currency in relation to the US dollar. At the third stage the national currency of China was closely connected with dollar-euro basket. At the fourth step China implemented a double exchange rate (official domestic exchange rate and a market rate). In the sixth step China gave up double exchange rate. Since 1994, the Chinese yuan has been closely related to the US dollar. It can be explained that the bulk of Chinese export comes to the USA. Until 2005, the Chinese yuan was a fixed currency and equaled 8.27 yuan for 1 US dollar. China tried to lower its national currency to make export profitable. Then the Chinese CB made an attempt to make the Chinese yuan dependent on currency basket. However, the financial crisis of 2008 forced the Bank of China to fix the exchange rate.

Currently the Bank of China established an exchange rate of yuan relative to dollar as 6.42. The modern policy relative to yuan is also known as «*dirty float*»; ‘it is controlled through central bank’s buying and selling currencies in a bid to cap its appreciation» (Desloires, 2015).

Nevertheless, it seems that China strives to achieve a «*clean float*», but cannot really pursue such a policy given the current market instability. The deputy governor of the Bank of China Yi Gang has recently proved this hypothesis relative to the yuan exchange rate, «Our long-term goal is a clean float, which entails little intervention. But under the current managed float mechanism, we have to intervene at times to stabilize the market» (Yang, 2015).

Without any doubt, lowering of national currency contributes to the increase in export. However, there’s been a lot of speculation to the effect that China aims to make a yuan another reserve currency. But it is a controversial matter. If Chinese yuan becomes a reserve currency, the Bank of China will be unable to lower the exchange rate of the national currency (to apply the regime of a «*dirty float*»). At the same time, growth of export leads to the appreciation of the currency. As far as we understand, China does not want yuan to appreciate; for sure, it will dramatically decrease an export of goods. Decrease in export may lead to instability of national economy, but the stability of economy is a key factor for currency to become reserve currency. The issue of recognizing yuan a reserve currency *de jure* is contradictory and involves complex procedures; however, today for some countries yuan has already become a reserve currency *de facto*. Below you can see a chart showing the weight of Chinese yuan in the Special Drawings Rights basket.

Chart 1. Reserve currencies and their weights in the SDR basket. South China Morning Post.



For instance, Russia and China signed a 30-years energy contract for delivery of Russian oil to China (Engdahl, 2015). The important thing is China will be making payments in national currencies. Thus, Russia and China try to break free from dollar- dependence. Another example of the fact that China tends to establish yuan as its national currency or at least become less dependent on the dollar is the establishment of other payments in national currencies between Russia and China. Thus, in Chinese city Suifenhe, which is close to the Chinese-Russian border, payment payments both in the Chinese yuan and the Russian ruble are quite possible.

To sum up, we live in constantly changing economic conditions and it is almost impossible to predict the economic situation even in the near future of 5–10 years. However, if the Chinese yuan becomes another reserve currency, it will definitely have negative consequences for the US its economic and political power. At the same time, the reducing significance of the USD as a reserve currency may contribute to the economic growth of some developing countries such as Russia. ■

1. (Macro) Episode 32: Monetary Policy. (2009). [video file]. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=HdZnOQp4SmU>
2. Kearns J. (2015). The Fed Eases Off. Tapering to the End of a Gigantic Stimulus. Bloomberg Quick Take. Retrieved from: <http://www.bloombergview.com/quicktake/federal-reserve-quantitative-easing-tape>
3. Energy Information Administration, BLS. (2015). Crude Oil Price History Chart. MACROTRENDS. Retrieved from: <http://www.macrotrends.net/1369/crude-oil-price-history-chart>
4. Engdahl, F. W. (2015). Russia Gets Very Serious on «De-dollarizing». The Russia-China «Silk Road» Strategy. Global Research. Retrieved from: <http://www.globalresearch.ca/russia-gets-very-serious-on-de-dollarizing/5455390>
5. The Saylor Foundation. (2015). Money and Banking. Saylor.org. Retrieved from: <http://www.saylor.org/site/textbooks/Money%20and%20Banking.pdf>
6. Yang, J. (2015). Managed float to continue for Chinese yuan despite milestone IMF decision. South China Morning Post. Retrieved from: <http://www.scmp.com/section/business/economy/article/1700033/managed-float-continue-chinese-yuan-despite-milestone-imf-decision>

from:<http://www.scmp.com/business/markets/article/1885595/managed-float-continue-chinese-yuan-despite-milestone-imf-decision>

7. Desloires, V. (2015). 'Dirty float': how China manages its currency. The Sidney Morning Herald. Business Day. Retrieved from: <http://www.smh.com.au/business/markets/currencies/dirty-float-how-china-manages-its-currency-20150811-giwgcs.html#ixzz3uDjGKloK>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Desloires, V. (2015). 'Dirty float': how China manages its currency. The Sidney Morning Herald. Business Day. Retrieved from: <http://www.smh.com.au/business/markets/currencies/dirty-float-how-china-manages-its-currency-20150811-giwgcs.html#ixzz3uDjGKloK>

Engdahl, F. W. (2015). Russia Gets Very Serious on «De-dollarizing». The Russia-China «Silk Road» Strategy. Global Research. Retrieved from: <http://www.globalresearch.ca/russia-gets-very-serious-on-de-dollarizing/5455390>

Energy Information Administration, BLS. (2015). Crude Oil Price History Chart. MACROTRENDS. Retrieved from: <http://www.macrotrends.net/1369/crude-oil-price-history-chart>

Kearns J. (2015). The Fed Eases Off. Tapering to the End of a Gigantic Stimulus. Bloomberg Quick Take. Retrieved from: <http://www.bloombergview.com/quicktake/federal-reserve-quantitative-easing-tape>

(Macro) Episode 32: Monetary Policy. (2009). [video file]. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=HdZnOQp4SmU>

The Saylor Foundation. (2015). Money and Banking. Saylor.org. Retrieved from: <http://www.saylor.org/site/textbooks/Money%20and%20Banking.pdf>

Yang, J. (2015). Managed float to continue for Chinese yuan despite milestone IMF decision. South China Morning Post. Retrieved from: <http://www.scmp.com/business/markets/article/1885595/managed-float-continue-chinese-yuan-despite-milestone-imf-decision>

The Impact Of Trade And Economic Relations Between The Usa, Russia And China On National Currency Adjustment Policy In These Countries

© Skripka, E., 2016

This article presents a comparative analysis of the monetary policy of the United States, Russia and China, as well as political, economic and other factors affecting the regulation of national currencies in the above states. The article provides a historical overview of national currency regulation in each country; analysis of trade and economic relations between the US, Russia and China; possible scenario of the economic situation in the world in case of emergence of the new reserve currency — Chinese yuan.

Keywords: the regulation of the national currency, foreign exchange intervention, floating and fixed exchange rates, reserve currencies.

УДК 332.1

ВНЕДОРОЖНЫЙ ТУРИЗМ ИРКУТСКОГО ПРИБАЙКАЛЬЯ

© Сольский М. Б., 2016

Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск

Статья посвящена исследованию проблеме развития туризма как отрасли региональной экономики. Использованы два понятия: городской и внедорожный туризм. Сделан вывод о перспективности развития внедорожного туризма.

Ключевые слова: туризм, отрасль региональной экономики, внедорожный туризм.

В соответствии с федеральным законодательством, туризм это «Туризм — временные выезды (путешествия) граждан с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» (ФЗ № 132 от 24.11.1996 в редакции от 29.06.2015)

Неблагоприятная для российской экономики конъюнктура внешнего рынка углеводородов,

сформировавшаяся к середине 2014 года, привела к развитию серьезного экономического кризиса. К середине 2015 года стало понятным, что кризис будет затяжным, что возврата к благоприятным для нашей экономики условиям 2010–2013 годов не будет, что не будет чуда.

Для региональных экономик настало время активного поиска направлений своего развития, максимального использования имеющихся преимуществ.

В Иркутской области одной из перспективных отраслей региональной экономики традиционно является туризм. Сама природа создала

уникальные предпосылки для его развития. Байкал, Саяны, Лена — это не просто географические названия. Это — бренд.

Привлекательность туризма как отрасли экономики для Прибайкалья не является открытием. Про него много говорят. Но, по общему признанию, рекреационный потенциал Иркутской области освоен далеко не полностью. Вклад туристической отрасли в экономику Иркутской области значительно меньше, чем в среднем по России: доля туристических услуг в ВРП Иркутской составляет всего 0,1 % (для сравнения, по России этот показатель в 3 раза больше), а величина стоимости одной предоставленной региональными фирмами туристической услуги отстает от среднероссийского уровня в 4 раза [1].

Ежегодно Иркутскую область посещают около миллиона человек. В том числе Прибайкальский национальный парк — более 500 тыс. человек. Сколько в этом трафике наших земляков, а сколько приезжих сказать трудно. Но думается, что 75 % — это «наши». А вот иностранных туристов в общем потоке не так много. Всего 7–8 % [2].

Туристический поток в Иркутскую область ежегодно растет. Но лишь на 3–5 %. А хотелось бы больше. Каким реально должен быть туризм в Прибайкалье — мы рассмотрим в нашем коротком исследовании.

Исходным материалом статьи послужили интернет дискуссии, общение с туроператорами и известными туристами Прибайкалья, личный опыт автора.

Прибайкальский туризм: «городской» и «внедорожный».

В глубине России, на полпути от Москвы до Владивостока, в Сибири, на огромном расстоянии от Европы и Америки находится мировая достопримечательность — самое глубокое (1642м) пресное озеро на Земле — Байкал.

Озеро Байкал — это:

- 19 % мировых запасов чистейшей пресной воды;
- рекордное для России число солнечных дней (до 328 дней в году);
- очень короткое, не очень жаркое лето и долгая суровая зима;
- красивая, но скупая и уязвимая природа.

По своей площади Байкал не самое большое озеро. Среди пресноводных озер он занимает лишь 6 место.

Окруженное горами и каменистыми плато, озеро Байкал существует в условиях резко континентального климата. Среднегодовая температура воздуха находится в диапазоне от минус 0,5 до минус 4,6 °С. Зимой не редко затяжные морозы (ниже минус 30°C). Дневные колебания температур достигают 25 градусов.

Байкал — холодное и глубокое озеро, в котором нет красивых водорослей и рыб. Среднегодовая температура воды на поверхности озера всего +4 °С.

Казалось бы, что Байкал сам по себе может быть «магнитом» для глобального туризма. Но практика настойчиво показывает, что это не так. Почему?

Специалисты разделяют туризм на:

- Познавательный;
- Рекреационный;
- Религиозный;
- Деловой;
- Медицинский;
- Шопинговый;
- Спортивный.

Мы укрупним эту классификацию и будем говорить всего только о двух видах туризма: «городском» и «внедорожном» (OutDoor).

Первые шесть видов туризма относятся к городскому типу. Городскому туризму нужны отели, рестораны, кафе, магазины, аттракционы, яхты и т.д. Это очень фондоемкий вид деятельности, но зато не требующий большого организационного участия властей.

Абсолютное большинство исследователей проблематики туризма Иркутской области обсуждают именно городской туризм: отели, дороги, транспорт.

Городской туризм в Иркутской области уже состоялся. Но он приносит в областную казну лишь 0,1 % ВРП. Темпы роста городского туризма 3–5 % в год. И больше не будет. Не помогут ни новые отели, ни новый аэропорт.

Мы составили таблицу оценок «туристической привлекательности экзотики Прибайкалья» для разных видов туризма.

Таблица 1. Оценки привлекательности экзотики Прибайкалья

Вид туризма	Международный турист	Российский турист	Местный турист
Познавательный туризм	Низкая	Низкая	Крайне низкая
Рекреационный туризм	Крайне низкая	Низкая	Высокая

Деловой и «другой» туризм (религиозный, развлекательный...)	Крайне низкая	Крайне низкая	Крайне Низкая
Внедорожный туризм	Средняя	Средняя	Средняя

Таблицу 1 можно анализировать и по столбцам, и по строкам.

Для городского иностранного туриста Прибайкалье — малопривлекательный регион. Основная причина, заключается в территориальной удаленности, транспортной труднодоступности и инфраструктурной неустроенности. Нужны очень веские причины, чтобы иностранный турист или его Российский «собрат» захотели вытерпеть дорогую и долгую дорогу в Иркутск.

А таких причин на самом деле нет. Экзотика города Иркутска не сопоставима с привлекательностью городов старой Европы или городов европейской России. А экзотика помоек «городского» Байкала вызывает «только слезы». И даже если убрать мусор и убогие туалеты городской Байкал не сможет сравниваться с красотами Африки, Непала, Новой Зеландии, Китая или Канады.

Слабо развитая инфраструктура отдыха, провинциальный уровень обслуживания, низкий уровень безопасности усиливают негативизм и приводят общую оценку городской туристической привлекательности к уровню «низкая».

И никакие инвестиции (даже сверх) не создадут для Прибайкалья притягательности для городского туриста больше того уровня, который есть. А надо?

В нашей таблице выгодно выделяется строчка притягательности внедорожного туризма. Роль этого вида туризма для Прибайкалья совсем не оценена должным образом. Внедорожный туризм у нас пренебрежительно называют «диким». На официальном уровне про него вообще не говорят. И ничего серьезного не сделано, чтобы внедорожный турист перестал быть «диким».

К «диковому» туристу у нас «дикое» отношение. А за рубежом внедорожный турист в почете. Целая индустрия работает над его экипировкой и снаряжением в стиле OutDoor. Ведь масса людей предпочитают хождению по улицам пешие переходы по пересеченной местности с рюкзаками и специальными палами.

Внедорожный туризм — особый вид отдыха, чрезвычайно распространенный во всем мире.

Одежда и обувь внедорожного туриста в разы дороже, чем городского. Разнообразное снаряжение стоит очень дорого. И на все — постоянный массовый спрос. Для Иркутского региона внедорожный туризм — естественный вид отдыха. И не потому, что нет отелей или проживание в них дорого. Сама Природа, явив Байкал и возведя Саяны, внесла свой вклад в этот

вид отдыха и создала явные «внедорожные» преимущества перед другими регионами.

Осталось лишь совсем немного: чтобы на внедорожный туризм обратили внимание власти региона, а в его экономическую целесообразность поверили инвесторы.

И тогда поток «диких» туристов в Иркутской области превратится в поток цивилизованного OutDoor, которые согласны платить «просто за специфику». Нужна областная программа развития внедорожного туризма. Ведь правильный внедорожный туризм — это не только способ отдыха. Это здоровье, патриотизм, культура общения и многое-многое другое.

Для Иркутской области естественным и перспективным направлением развития туризма является внедорожный туризм (рекреационный, спортивный, экстремальный).

Этому виду туризма не уделяется должного внимания со стороны региональной власти. Поэтому держится внедорожный туризм на мелком частном бизнесе, энтузиазме или остается «диким».

Между тем, развитие этого вида туризма может привести скачкообразному развитию туристической отрасли региональной экономики. Все необходимые природные предпосылки для этого есть. ■

1. Федотов Д. Ю. Проблемы развития туризма в Иркутской области. // Д. Ю. Федоров. Известия Иркутской государственной экономической академии, Выпуск № 3(77) / 2011

2. Официальный сайт компании Байкалов [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.baikalov.ru/kazakevich>

3. Официальный сайт компании ГринЭкспресс [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.greenexpress.ru>

4. Официальный сайт компании АльПИндустрия [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://alpindustria.ru/>

5. Ангара: портал для любителей активного отдыха [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.angara.net>

Официальный сайт компании BaikalNature [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.baikalnature.ru/>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Федотов Д. Ю. Проблемы развития туризма в Иркутской области. // Д. Ю. Федоров. Известия Иркутской государственной экономической академии, Выпуск № 3(77) / 2011

Официальный сайт компании Байкалов [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.baikalov.ru/kazakevich>

Официальный сайт компании ГринЭкспресс [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.greenexpress.ru>

Официальный сайт компании АльПИндустрія [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://alpindustria.ru/>

Ангара: портал для любителей активного отдыха [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.angara.net>

Официальный сайт компании BaikalNature [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.baiklnature.ru/>

УДК 338.26

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ. АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО КЛАСТЕРА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Труфанова Д. Н., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается развитие инновационной политики, а так же развитие инновационных территориальных кластеров на территории России. Так же произведен анализ по созданию инновационного кластера в Иркутской области и приведены успешные примеры зарубежных инновационных кластеров.

Ключевые слова: инновации, инновационный менеджмент, инновации в России, инновационные кластеры.

Мир не стоит на месте и на протяжении последних десятилетий наблюдается рост разработок новых технологий, продуктов, и внутрифирменных изменений, как в России, так и за рубежом. Прежде всего, это связано с тем, что растет конкуренция на международном и национальных рынках, происходят изменения в государственном регулировании, а так же процесс глобализации. Таким образом, компании вынуждены искать новые пути не только повышения своей экономической эффективности, но и способы «выживания» на рынке.

Инновации — это конечный результат внедрения новшества в целях изменения объекта управления и получения экономического, экологического, научно-технического или другого вида эффекта^[1]. Обычно инновации появляются в результате научных разработок, исследований или научных открытий. Российским социологом и доктором философских наук, А.И. Пригожиным, была разработана классификация инноваций, основанная на следующих признаках:

- распространенность;
- место в производственном процессе;
- преемственность;
- ожидаемый охват доли рынка;
- степень новизны и инновационный потенциал

The outdoor tourism at the Baikal Region

© Solski, M., 2016

The article investigates the problem of the development of tourism as a sector of the regional economy. Use two concepts: the urban and off-road tourism. The conclusion about the prospects of the development of off-road tourism.

Keywords: Tourism, sector of the regional economy, outdoor tourism.

[3].

Вышеперечисленные признаки имеют подразделения:

- по преемственности (замещающие, отменяющие, возвратные, ретровведения и др.);
- по ожидаемому охвату доли рынка (местные, системные, стратегические);
- по месту в производственном цикле (продуктовые, сырьевые, обеспечивающие) и др.

Так же стоит отметить, что инновации могут быть новыми как в мире, так в стране или для данного предприятия. В зависимости от этого нужно предугадать, как на этом можно заработать и как не потерять вложенные инвестиции.

Инновации всегда связаны с непредсказуемыми результатами, рисками и нестандартными решениями. Поэтому, бывает достаточно сложно предугадать состояние компании в будущем, которая внедряет инновации в своей деятельности, и то, как на новшества отреагирует рынок. Так же проблемой является то, что на данный момент отсутствует единый закон, контролирующий инновационную деятельность.

Однако, в 2012 г. Председателем Правительства Российской Федерации было утверждено поручение о создании 25 территориальных инновационных кластеров. Инновационный кластер — это совокупность предприятий,

корпораций, венчурных, исследовательских центров и университетов, в которых протекает процесс инноваций. Изменения в экономике страны, при помощи образования кластерной экономики имеет цель достижения высоких темпов экономического роста, а также привлечения дополнительных инвестиций в регионы. Так же создание кластерной политики подразумевает возможность дать толчок для роста конкурентоспособности, как предприятий, так и поставщиков.

Данные 25 кластеров отбирались путем конкурсного отбора совместно с заинтересованными федеральными органами

исполнительной власти. Решения о том или ином кластере выносил ряд экспертов, в который входили представители экспертного управления Администрации Президента Российской Федерации, аппарата Правительства Российской Федерации, Минпромторга России, Академии наук, высших учебных заведений и научных организаций, институтов развития, общественных организаций, компаний с государственным участием [2]. Министерству экономического развития России было поручено сформировать меры государственной поддержки. Таким образом, были образованы следующие инновационные кластеры (рис.1):



Рисунок 1. Инновационные кластеры России

Кластеры были разделены по следующим специализациям:

- Ядерные и радиационные технологии;
- Производство летательных и космических аппаратов, судостроение;
- Фармацевтика, биотехнологии и медицинская промышленность;
- Новые материалы;
- Химия и нефтехимия;
- Информационные технологии и электроника.

При отборе регионов для создания кластеров, эксперты, прежде всего, ориентировались на наличие на территории регионов научных институтов, дочерних точек транснациональных

компаний, а также территории с особыми экономическими зонами, что в дальнейшем может повлечь за собой рост производственной, научной или инвестиционной деятельности.

Если говорить об очевидных преимуществах кластеров, то это одна из наиболее эффективных форм интеграции финансового и интеллектуального капитала, обеспечивающей необходимые конкурентные преимущества.

В настоящий момент в России насчитывается 26 инновационных кластеров, при этом рассматривается возможность включения 27-го кластера — Пермского края. Так же правительство активно выделяет субсидии, из которых в 2013–2015 годах кластеры получили 98 млрд. рублей из

бюджетов различного уровня, а также 362 млрд. рублей внебюджетных инвестиций. Первоначально субсидии составляла 1,3 млрд. рублей, в 2014 году увеличилась до 2,5 млрд. рублей, однако в 2015 году в связи с сокращением бюджетных расходов уменьшилась вдвое. Данные субсидии, прежде всего, идут на развитие инфраструктуры кластеров.

Сумма, на которую кластеры выпустили свою продукцию в 2015 году, составила около 2 трлн. рублей, что на пол миллиарда больше, чем в 2013 году. При этом, значительный рост экономики отмечается в Нефтехимическом кластере Башкортостана, кластере фармацевтики, биотехнологий и биомедицины Калужской области, кластере информационных технологий Новосибирской области и аэрокосмическом кластере Самарской области^[5].

Несмотря на тенденцию к развитию и увеличению показателей инновационной деятельности в России, все же показатели РФ остаются ниже в 3–5 раз по сравнению с развитыми странами. Региональная инновационная политика прежде всего направлена на развитие региона. Однако, в каждом регионе имеются особенности по

ее реализации. К ним можно отнести законопроекты регионов, научно-технические базы, кадровый потенциал, экономическую конкурентоспособность региона и др.

Что касается Иркутской области, то она обладает достаточно высоким интеллектуальным и природным потенциалом. Так же она занимает выгодное географическое положение, так как находится в непосредственной близости от Китая и Монголии. Среди преимуществ региона — это низкая стоимость электроэнергии, крупные запасы полезных ископаемых, лесных ресурсов, богатые водные ресурсы. Однако, так же существуют проблемы развития области, к которым можно отнести отток населения в другие регионы (от 18–19 тыс. человек в год), низкая производительность труда, низкое качество жизни в сельских поселениях, низкий процент развития предпринимательства, неоптимальная структура населения, а так же низкая инновационная составляющая. Можно отметить, что до 2013 года по Иркутской области наблюдался рост по выданным патентам, однако после этого наблюдается спад (Рис. 2).

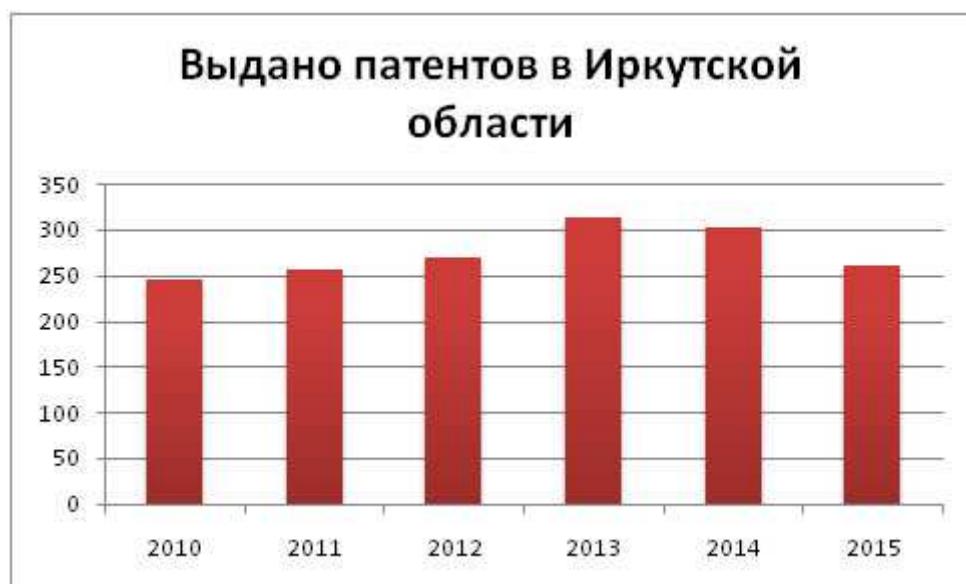


Рисунок 2. Статистика выданных патентов по Иркутской области

Для развития Иркутской области была разработана «Концепция социально-экономического развития Иркутской области на период до 2020 года». Согласно ей приоритетными задачами предусматривалось развитие в регионе комплексной переработки природных ресурсов, повышение качества жизни, обеспечение производственной безопасности региона путем развития сельского хозяйства, а так же возвращение региону статуса делового, научно-образовательного и культурного центра Восточной Сибири. Реализация инновационного сценария состоит из нескольких зон опережающего развития. К ним относятся:

Первая зона — «Транссибирская Магистраль», центром которой будет город Иркутск. Данная зона должна концентрироваться на разработке и внедрении инноваций, разработке новых технологий, а так же развитии человеческого капитала. Так же будет необходимо направить все усилия на формирование инновационной структуры, в которую войдут институты для привлечения дополнительного финансирования. В области находятся «Байкальский центр нанотехнологий», технопарк ИрНИТУ, «Иркутский инновационный бизнес-инкубатор» и другие, которые ежегодно представляют ряд перспективных разработок в сфере

нанотехнологий, биотехнологий, энергетики. Это может способствовать развитию инновационного кластера с многонациональным нанотехнологическим центром.

Вторая зона — «Северо-Сибирский индустриальный пояс». Данная зона находится севернее Байкало-Амурской магистрали и представляет собой развитие комплексной глубокой переработки природных ресурсов, а также развитие газовых ресурсов. Так как на севере Иркутская область граничит с Красноярским краем и Республикой Саха Якутия, необходима инфраструктурная интеграция за счет расширения БАМа и строительства новых автодорог.

Третья зона — «Экология и туризм». Данная зона будет расположена на территории около озера Байкал. Создание инновационного, научно-образовательного центра так же сможет послужить толчком к созданию инновационного кластера в регионе. Планируется, что данный центр будет разрабатывать и внедрять технологии, ориентированные на экологию, а также использовать озеро в качестве образовательного объекта. Так же планируется создание особой экономической зоны путем образования туристического центра.

Четвертая зона — «Сельское хозяйство». Регион должен развить сельское хозяйство для самообеспечения аграрными продуктами, а также наладить экспорт в соседние регионы, в том числе на Дальний Восток^[5].

Первые шаги по формированию кластерной политики в регионе были предприняты еще в 2014 году, путем создания пилотного фармацевтического кластера, а также создания машиностроительного кластера.

Таким образом, у Иркутской области есть большой потенциал развития кластерной политики в будущем, преимущество которой отдается инновационному кластеру.

В свое время инновационные кластеры получили свою популярность во многих странах и стали известны на весь мир. К ним можно отнести «Силиконовую Долину» в США, «Долину Медикон» в Дании и Швеции, и «Технопарк Жонггуанкун» в Китае. Данные кластеры включают в себя большое количество технопарков, университетов, а также исследовательских центров. Большое количество сотруднических отношений с различными компаниями и банками только помогают развить регионы. Так, например, «Силиконовая Долина» стала национальным лидером в национальном экспорте США и на нее приходится более 40 % экспортной торговли штата Калифорния.

В результате этого, уже заметен экономический рост в регионах России, а выделенные субсидии дают хороший фундамент для более сильного развития. Если инновационные кластеры смогут

добиться такого же успеха, как и в западных странах, это может вывести экономики страны в целом на несколько позиций вперед. ■

1. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Алексеев. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 247 с.

2. Инновационные территориальные кластеры — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [titul.htmhttp://innovation.gov.ru/taxonomy/term/545#members-regions_clusters-0](http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/545#members-regions_clusters-0)

3. Классификация и виды инноваций — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/menedzhment/vidy-innovaciy.html>

4. Концепция социально-экономического развития Иркутской области — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/sites/default/files/documents/2014/5676/1302.pdf>

5. Минэкономразвития в 2016 году расширит программу поддержки территориальных инновационных кластеров — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depino/20160220>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Алексеев. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 247 с.

Инновационные территориальные кластеры — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [titul.htmhttp://innovation.gov.ru/taxonomy/term/545#members-regions_clusters-0](http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/545#members-regions_clusters-0)

Классификация и виды инноваций — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/menedzhment/vidy-innovaciy.html>

Концепция социально-экономического развития Иркутской области — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/sites/default/files/documents/2014/5676/1302.pdf>

Минэкономразвития в 2016 году расширит программу поддержки территориальных инновационных кластеров — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depino/20160220>

Innovative regional clusters. Analysis of the possibility of innovation cluster in the Irkutsk region

© Trufanova D., 2016

The article tells about government measures aimed to stimulate innovations and development of innovative clusters in Russia. Also, the article contains analysis of the innovative cluster in Irkutsk region. Moreover, the article provides

УДК 338.26

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

© Федоров А. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья посвящена вопросу применения проектного управленческого учета в фармацевтической отрасли. В статье рассмотрена сущность управленческого учета. Затем дается определение управленческого учета и методы его формирования. Данная статья также содержит подтверждение актуальности применения управленческого учета в фармацевтической отрасли. Приведено сравнение бухгалтерского и управленческого учета. Также в статье описаны особенности постановки управленческого учета именно в фармацевтической отрасли.

Ключевые слова: учет, управленческий учет, система бюджетирования, затраты, управление, принятие решений.

На территории России, до настоящего времени, в литературе по данной теме, нет четкой трактовки понятия «управленческий учет». Среди отечественных авторов, изучающих данную проблему, отсутствует единое мнение о его роли, месте в системе управления компанией и сущности управленческого учета.

В российской литературе по управленческому учету данный термин появился после публикации научных работ Н.Г.Чумаченко («Учет и анализ в промышленном производстве США», 1971), С.С. Сатубалдина («Учет затрат на производство в промышленности США», 1980) [1, с. 64-65].

Как отмечает В.Ф.Палий и Рей Вандер Виль, «суть управленческого учета заключается в предоставлении информации, которая необходима или может пригодиться менеджерам в процессе управления предпринимательской деятельностью». Далее они подчеркивают, что «от управленческого учета обязательно требуется основное внимание уделять будущему и тому, что можно сделать, чтобы повлиять на ход дел. Прошлое нельзя изменить, но его можно исследовать с целью руководства на будущее» [2].

По мнению А. Д. Шеремета, изучение особенностей управленческого учета позволяет говорить о том, что он служит для:

- «предоставления необходимой информации администрации для управления производством и принятия решений на будущее;
- исчисления фактической себестоимости товаров (работ и услуг) и отклонений от установленных норм, стандартов;
- определения финансовых результатов по реализованным изделиям или их группам, новым технологическим решениям, центрам ответственности и другим позициям» [3].

В наше время очень высока скорость потока информации, поэтому, управленческий учет

выступает в качестве стратегии и тактики компании, её основным информационным фундаментом управления внутренней деятельностью организации. Базовое назначение управленческого учета — это своевременное предоставление аутентичной информации руководству компании для принятия, быстрых и заведомо верных управленческих решений.

Анализ отечественной и зарубежной литературы позволил сформировать основные взгляды авторов на проблему формирования управленческого учета.

Большинство из авторов отмечают следующее:

- вся информация, получаемая управленческим учетом, рассчитана для применения непосредственно внутри компании, поэтому данные управленческого учета можно назвать коммерческой тайной;
- данные системы управленческого учета применяются руководством для принятия заведомо верных управленческих решений;
- одну из самых больших частей в системе учета составляет информация о затратах организации;

Некоторые из авторов (О. Е. Николаева, Т. В. Шишкова, Б. Нидлз, Л. Чмель, и др.) поддерживают мнение, что основным назначением управленческого учета является агрегирование информации, её регистрация и группировка непосредственно учетной информации, то есть в их понимании система управленческого учета — это один из пунктов бухгалтерского учета.

Выше названные авторы считают, что:

- объектами управленческого учета выступают затраты и результаты;
- данные собранные посредством системы могут использоваться только для принятия своевременных решений;
- учетная информация служит для контроля над структурными подразделениями компании [3].

Но подавляющее большинство авторов (Т. П. Карпова, В. Э. Керимов, С. А. Николаева, А. Д. Шеремет и другие) считают, что система управленческого учета необходима для нормирования, планирования, контроля и анализа деятельности компании [4, 5].

Очевидно что, система управленческого учета показывает не только информацию о затратах и результатах деятельности, но и некоторые другие составляющие, информация о которых необходима для принятия своевременных управленческих решений.

Данные полученные посредством управленческого учета могут использоваться для задач разного рода, например таких как: принятие как текущих (оперативных), так и стратегически важных (долгосрочных) управленческих решений. Информационный поток управленческого учета предназначен для того, чтобы руководство могло грамотно управлять как компанией в целом, так и её подразделениями в отдельности.

Исходя из этого, вторая группа авторов определяет управленческий учет обширную

интегрированную в компанию систему, позволяющую организации стратегически развиваться.

Система управленческого учета, с одной стороны, — это система управления бюджетами организации (то есть планирования) и система оценки деятельности предприятия и его подразделений, а с другой — это более подробная система организации учета для целей контроля за деятельностью организации, то есть это управленческий, нежели бухгалтерский инструмент.

Можно сделать вывод, что система управленческого учета основывается на финансовом учете, но с другой стороны не является четкой системой «исключительно учета». Отразим схематически зависимость управленческого и бухгалтерского учета (рис. 1).

Назначение бухгалтерского учета — это составление отчетных документов установленного содержания, в основном ориентированных на внешних пользователей.



Рис. 1. Взаимосвязь управленческого и финансового учета [4]

Главная задача, которую решает управленческий учет, это — своевременное предоставление достоверной информации руководящему составу фирмы, для принятия ими верных управленческих решений.

Бухгалтерский учет обязателен для компаний, управленческий нет. Обязательность ведения бухгалтерского учета, определяется Федеральным законом Российской Федерации (далее РФ) от 21.11.1996 года № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (последняя редакция от 28.06.2013 г.), действие которого распространяется на все организации, находящиеся на территории РФ. Необходимость ведения управленческого учета компания решает самостоятельно. Ведение данного типа учета считается обоснованным, если информация получаемая от управленческого учета более ценна, чем затраты на его организацию и ведение.

Бухгалтерский учет направлен на отражение хозяйственных операций, прогнозируемые данные он не отражает. Система управленческого учета —

это в основном учет затрат, выявление факторов вызывающих отклонения от оптимального состояния.

Бухгалтерский учет жестко регламентируется законодательством и должен производиться в соответствии с инструкциями, разработанными государственными органами. Ведение управленческого учета в каждой компании ведется по-разному, в соответствии со спецификой деятельности и особенностями управленческих задач.

Информацией получаемой из бухгалтерского учета пользуются в основном налоговые органы, инвесторы, собственники, органы государственной власти, то есть, внешние потребители. Данные получаемые из управленческой отчетности предназначены исключительно для руководителей организаций (менеджеров) разного уровня полномочий и ответственности, в зависимости от этого им предоставляется разного рода информация.

Бухгалтерский учет ведется путем двойной записи на взаимосвязанных бухгалтерских счетах. При ведении управленческого учета от этих принципов можно отказаться. Отслеживание издержек, доходов и активов можно вести статистическими методами, выборки, сравнения.

Бухгалтерский учет ведется по организации в целом, рассматривает ее как единую систему. Все учетные данные отражаются в обобщенных по компании суммах, без разделения их по структурным подразделениям или видам деятельности. Нарушение методологии финансового учета преследуется по закону.

Ведение управленческого учета не регулируется никакими органами или внешними документами. Управленческий учет ведется по центрам ответственности, секторам рынка, местам формирования затрат, причинам и отклонений и только при необходимости обобщается по компании.

В этих двух видах учета, отличается не только их содержание, но и периодичность. Бухгалтерская отчетность может быть составлена за месяц, квартал или год; сроки и форма представления определяются нормативными документами, а в управленческом учете периодичность и форма получения информации может быть любой: ежедневной, еженедельной, ежемесячной — в зависимости от нужд и задач органа запрашивающего информацию. Некоторые отчетные данных формируются по мере их надобности или к определенному сроку.

Данные, которые организация может получать от финансового учета, характеризуют результат определенных действий за прошедший период времени, отображает их по принципу «как это было». Информация из управленческого учета ориентируется на решение «как это должно быть». Сбор фактических данных для управленческого учета тоже важен, но в основном как база для принятия решений. Управленческий учет не может заменить бухгалтерский и не может продублировать его. Он опирается на его данные о фактических затратах и результатах деятельности, долговых обязательств, изменении стоимости активов и источников их формирования.

Точность данных управленческого и бухгалтерского учета, вычисления показателей их отчетности может отличаться. Бухгалтерские отчеты должны быть максимально точными, ведь внешние пользователи могут отнести с недоверием к содержанию бухгалтерской отчетности. Для управленческого учета допустимы примерные оценки, ориентировочные показатели, вероятностные расчеты. Здесь решающую роль играет быстрота получения данных (с целью оперативного их использования), их многовариантность и удобство использования.

Потребность в формировании системы управленческого учета обусловлена требованиями

к защите коммерческой тайны деятельности предприятия, при которой принимаются управленческие решения. Данные бухгалтерской отчетности доступны практически для всех. Это можно сказать и о бухгалтерском учете, который открыт для проверок налоговым службам и аудиторам. Организация бухгалтерской отчетности должна быть понятной. Данные, предоставляемые управленческим учетом, должны быть конфиденциальными и не доступными для лиц, не имеющих отношения к деятельности организации. К управленческим отчетам должны иметь доступ только высшие менеджеры компании, опирающиеся на данную информацию в процессе принятия управленческих решений.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что управленческий учет разниться с бухгалтерским, прежде всего тем, что данные его отчетов используются внутренними потребителями информации. Главной целью управленческого учета является сбор данных и последующее их предоставление руководящему составу с целью управления организацией.

Высшая цель управленческого учета — помочь руководству принимать заведомо верные управленческие решения. Строгое следование формам отчетности и инструкциям это прерогатива простого бухгалтера, а эксперт в сфере управленческого учета может выбирать любые формы отчетности, инструкции, методы и приемы анализа данных, для таких специалистов, главное — правильно понять происходящие на предприятии экономические процессы и вовремя среагировать на сложившуюся ситуацию, сообщив об этом руководителю. Управленческий учет — это не что иное, как система информационной поддержки управления.

Для того чтобы перейти к анализу методологии управленческого учета, необходимо ввести несколько основных положений по формированию системы управленческого учета в компании.

Элементы системы управленческого учета присутствуют в любой компании, поэтому, необходима их агрегация и систематизация в логически завершенную, полную и целостную систему управленческого учета. При определении этого положения принимался во внимание тезис А.Черненко: «управленческий персонал, так или иначе, организует некую среду управленческой информации для поддержки принятия своих решений».

Расходы на формирование и постановку системы управленческого учета не должны быть больше эффекта, который понесет за собой внедрение данной системы.

Обязательная вовлеченность управленческого персонала на первых этапах разработки и на этапе внедрения, обязательное условие формирования и внедрения системы управленческого учета [6, с. 15-16].

Сложностью в формировании системы управленческого учета в коммерческой компании выступает большое количество данных, которые учитываются при принятии управленческих решений, а также методы их обработки. Разные исследователи по-разному находят состав этих методов. К примеру, М.А.Вахрушина объясняет, что методы управленческого учета включают в состав элементы методов финансового учета, математические методы, приемы экономического анализа, индексный метод. Из-за этого количество составляющих управленческого учета увеличивается за счет добавления новых методов, таких как статистический и математический. О. Е. Николаева и Т. В. Шишкова отмечают, что управленческий учет включает в себя методы управления затратами и калькулирования себестоимости, бюджетирование и планирование, анализ и контроль исполнения бюджетов, работу с отклонениями, предоставление информации для ситуационного принятия решений. Это значит, что в состав методов управленческого учета входят методы, используемые в процессе управления компанией, например управление по отклонениям, управление затратами [7, с. 46-47].

Так как многие специалисты утверждают, что управленческий учет нужен для подготовки и предоставления информации для принятия управленческих решений, то в структуру элементов должны включаться приемы и способы, позволяющие это сделать. Для этого в структуру системы управленческого учета следует включать не только традиционные методы финансового учета, а еще и специфические, которые помогут обобщить аналитические, плановые и контрольные данные.

Первостепенным пунктом управленческого учета является учет затрат и калькулирование себестоимости. В данный процесс включены следующие методы:

- определение точки безубыточности;
- бюджетирование;
- по процессный учет затрат используется в серийном производстве однородных товаров или при непрерывном производственном цикле, затраты распределяются на продукцию, произведенную за определенный период;
- проектный учет затрат (job order cost accounting, позаказный метод) — данный метод используется при реализации специального заказа. Образовавшиеся затраты распределяют на каждый проект или на продукцию, для которой потребовалось какое-либо изменение в производственном цикле;
- попередельный учет затрат используется для массового производства, это значит, что сырье или материалы последовательно превращаются в готовую продукцию;

• нормативный учет затрат, представляет собой набор смет и норм затрат, на основе которых возникает предварительный подсчет нормативной себестоимости продукции, а в конце отчетного периода считаются отклонения от нормы;

• инвентарно-индексный метод учета затрат: в дано методе себестоимость выпущенных товаров считают на основе данных инвентаризации и оценки остатков незавершенного производства на конец месяца;

• директ-костинг — накладные расходы относят непосредственно на счета реализации, а себестоимость продукции рассчитывают в объеме прямых затрат на производство;

• метод ABC (activity-based costing) — это техника количественного измерения затрат и результатов действий, ресурсов и объектов затрат (включая, когда возможно, и накладные расходы). ABC измеряет затраты организации на факторы производства и управления и накладывает их на определенную структуру процессов. Соотнесение затрат и процессов может быть выполнено как строгим образом, так и «креативными» методами. Вне зависимости от метода, ABC является процессом упрощения решений, принимаемых лицами, оценивающими процессы, и высшим руководством. Этот процесс основан на затратах, связанных с действиями, а не с обобщенным распределением затрат [8, с. 20–24].

В современных компаниях термин, бюджетирование — это система согласованного управления отдельными подразделениями компаний на основе систематического сбора и обработки экономических данных в условиях динамично развивающегося бизнеса. Основной задачей системы бюджетирования является повышение эффективности работы хозяйствующего субъекта на основании целевой ориентации и координации всех событий, охватывающих изменение хозяйственных средств организации и их источников, определение рисков и их минимизация, а также повышение гибкости в деятельности экономического субъекта.

Определение бюджета в последние несколько лет заняло прочное место в трудах отечественных экономистов. Так, Е. С. Стоянова определяет систему бюджетирования компании как «количественное воплощение плана, характеризующее доходы и расходы на определенный период, и капитал, который необходимо привлечь для достижения заданных планом целей», данное определение практически аналогично мнению практикующих американских бухгалтеров [9].

Похожую трактовку системы бюджетирования можно встретить и у профессора И.А.Бланка, который определяет систему бюджетирования как «оперативный финансовый план, разрабатываемый

обычно в рамках до одного года, отражающий расходы и поступления средств по отдельным направлениям хозяйственной деятельности, отдельным видам операций, отдельным инвестиционным проектам» [10].

Нельзя не упомянуть, что отечественные экономисты часто подчеркивают, что система бюджетирования, есть инструмент управления экономической деятельностью компании, позволяющей научиться, не только управлять финансовой деятельностью, но и регулировать отношения как внутри субъекта, так и с внешней средой. Как отмечает В. Н. Самочкина, система бюджетирования «представляет собой выраженные в конкретных показателях цели, альтернативы достижения целей, последствия воздействия альтернатив на цели, фактические результаты

реализации управленческих решений, отклонения от запланированных результатов» [11].

Бюджет — это таблица, содержащая плановые и фактические показатели, описывающие динамику развития объектов и бизнес-процессов предприятия [12].

Бюджет консолидирует учетную информацию по определенному объекту или направлению бизнеса. Бюджет составляется, опираясь на нормы, заранее принятые в этом объекте или направлении, с учетом их прошлого опыта функционирования (рис.2).

Реальный опыт формирования системы бюджетирования в компаниях, резюмированный А. М. Карминским и другими практиками, позволяет сформировать пять базовых принципов формирования системы бюджетирования [13].

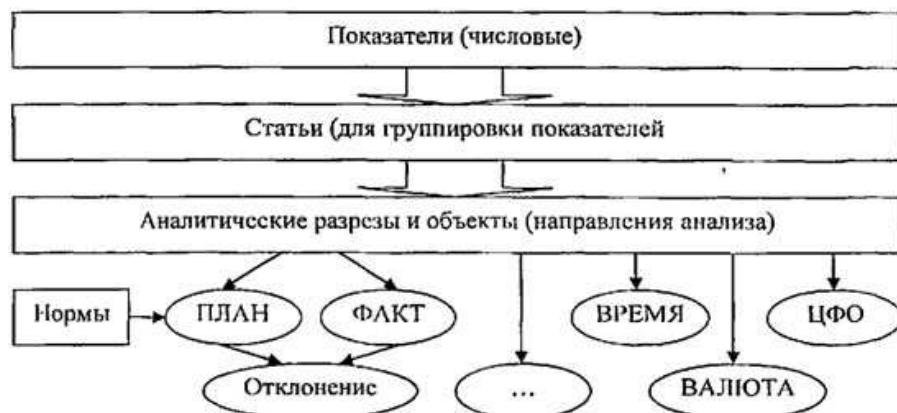


Рис. 2. Консолидация бюджета [12]

- согласованность целей, требующая, чтобы процесс формирования системы бюджетирования происходил «снизу вверх», так как нижестоящее руководство лучше владеет рыночной ситуацией и со своей стороны обеспечит лучшую реализуемость бюджетных показателей. Затем идет процесс корректировка бюджетных планов с руководителями высшего звена, которые утверждают бюджет, не противоречащий целям организации, после этого процесс изменяет свое направление и движется по схеме «сверху вниз»;

- расстановка приоритетов в отношении задач регулирования системы бюджетирования, данный аспект помогает использовать ресурсы, находящиеся в ограниченном количестве более рационально;

- соподчиненность, означает, что каждое из подразделений компании занимается планированием только тех экономических показателей, на которые может оказывать влияние;

- ответственность, заключается в передаче каждому подразделению компании функции контроля над исполнением своей части бюджета с возможностью корректировки бюджета.

- постоянство целей, заключается в том, что определенные величины, взятые за основу, не

меняются кардинальным образом в течение периода действия бюджета.

Система бюджетирования способствует оптимизации финансовых потоков, необходимо заранее определить периоды контроля деятельности компании и необходимость внешнего финансирования. При помощи системы бюджетирования можно выявить наиболее слабые места в управлении компанией и вовремя реагировать на отклонения.

Таким образом, рассматривая главные характеристики термина «система бюджетирования», становится понятно, что данный аспект деятельности компании имеет значительное воздействие на финансовое состояние в целом. Просто говоря, система бюджетирования — это планирование каких-либо показателей деятельности, а сам «бюджет» — это таблица, в которой содержатся фактические и плановые величины, которые описывают развитие бизнес-процессов и объектов в динамике развития предприятия. Система бюджетирования, опираясь на основные принципы, реализовывает важнейшие функции деятельности компании, такие как контроль и планирование, и ряд второстепенных —

координация, коммуникация, ориентация на достижение целей, повышение профессионализма.

В современных условиях развития, можно заметить, что место бухгалтерского учета в организации меняется, об этом свидетельствуют векторы развития учетной практики. К его функциям можно отнести не только непосредственный учет хозяйственной деятельности, а так же анализ, систематизацию, аккумулирование, интерпретацию и передачу информационного потока, который необходим для управления деятельностью компании в настоящем времени, опираясь на перспективные цели развития предприятия. При использовании данных бухгалтерского учета для принятия управленческих решений, произошло разделение учетов на бухгалтерский, управленческий и финансовый.

Руководящему составу и бухгалтерским службам предприятий фармацевтической отрасли очень знакомо определение «финансового учета». Элементы финансового анализа и финансового учета применяются в работе предприятий фармацевтической отрасли для расчета показателей деятельности компании, показывающих состояние компании на определенную дату. Как ни странно, но управленческий учет ни только в фармацевтической, но и в других отраслях по сей день остается новым явлением. На развитие управленческого учета в России повлияло, распространность его на Западе, она сформировала мнение, что система управленческого учета позволяет решить любые проблемы компании. Конечно же, это не так, как показывает практика российских компаний, внедрение системы управленческого учета не всегда способно повысить эффективность функционирования компании.

Как правило, неудачное внедрение в компанию управленческого учета связано с двумя основными причинами:

- ускоренное внедрение. Данная ошибка характерна не только при внедрении управленческого учета, но и при внедрении других систем, это значит, что процесс внедрения происходит со скоростью превышающей возможности бухгалтеров и менеджеров, для начала нужно посвятить их в систему управленческого учета;

- необоснованное внедрение. Это значит, что руководство компании не понимают, для чего нужен когда руководитель и бухгалтер управленческий учет.

Коэффициент полезности внедрения управленческого учета в фармацевтической отрасли подразумевает выполнение определенных условий. Во-первых, обязательно нужно обучить персонал компании, причем на всех уровнях управления. Во-вторых, необходимо взять во внимание тот факт, что системы управленческого

учета используются, как правило, в работе производственных компаний. Обширной практики внедрения управленческого учета в торговых компаниях еще нет, а аптеки, кроме тех, кто занимается производством лекарств, являются компаниями торговли. При всем этом не следует забывать о том, что внедрение системы учета направлено на экономический интерес акционеров компании или же ее собственников, он заключается в повышении благосостояния акционеров, за счет увеличения прибыли, или как в нашем случае, минимизации затрат. Для того что бы во всем разобраться нужно перефразировать определение «аптека», ведь для нас это организационная структура, созданная человеком или группой лиц для осуществления фармацевтической деятельности с целью получения прибыли. Данный подход будет определять направление управленческого учета — он формируется и внедряется для решения главной задачи коммерческого предприятия, получения прибыли. Исходя из этого, становится ясно, что движение денежных средств и прибыльность — это разные вещи, а получение прибыли — это не то же самое, что и получение денег. Необходимо прояснить на примере все выше сказанное. Каждый отчетный период фармацевтические организации сдают финансовую отчетность акционерам (собственнику) и в определенные государственные инстанции. На основании отчетности оценивается экономическая деятельность организации и работа руководителя. Основными показателями оценки состояния компании, являются коэффициент покрытия (текущей ликвидности) и наличие прибыли. Потому что, часто по балансу прибыль есть, а реальных денег нет. При такой ситуации отчисления части прибыли собственнику невозможны. Такие ситуации происходят из-за необоснованного использования денежных средств для закупки товаров, об этом обычно свидетельствует коэффициент покрытия, а точнее его высокое значение, либо, из-за наличия дебиторской задолженности.

В литературе написано, нормальное значение для данного коэффициента должно быть равно 2. Большинство управляющих аптеками пытаются достичь этого значения, но некоторые считают, что чем оно выше, тем лучше. При использовании данной концепции возникает проблема, в том, что коэффициент текущей ликвидности отражает лишь статическое положение компании и дает оценку организации, как будто оно в предликвидационном состоянии. Не учитывается и тот факт, что коэффициент ликвидности ориентирован, прежде всего, на кредиторов, которые хотят иметь хорошие гарантии, в случае невыполнения кредитных обязательств. Для компаний, работающих в торговом комплексе, и имеющих большую оборачиваемость товара, приемлемым считается

значение коэффициента покрытия в районе от 1,2 до 1,5.

При рассмотрении данной ситуации со стороны собственника бизнеса, высокий коэффициент ликвидности (более 1,5 пунктов) может говорить о некомпетентности управленческого персонала компании, о не грамотной кредитной политике организации, о слишком большом товарно-материальном запасе, о нежелании использовать товарные кредиты. Все эти пункты, в конце концов, приводят к отсутствию денежных средств при наличии прибыли в бухгалтерском отчете. Более того, повышение коэффициента ликвидности вызывает уменьшение отдачи собственных средств, потому что, чем меньше процент собственного капитала, в общем объеме средств, используемых для получения планируемой прибыли, тем эффективнее используются собственные средства. Для выхода из данной ситуации, акционеры (собственники) могут ограничить управляющего в расходовании собственного капитала при закупке товаров и установить границы (нормативы) использования собственных средств для закупа товаров, вдобавок установить верхнюю границу дебиторской задолженности и возложить ответственность на управляющего за исполнение данных пунктов. В этой ситуации внедрение управленческого учета станет прекрасным инструментом решения проблемы, ведь для контроля значений управляющему необходимо отслеживать показатели деятельности компании, а с помощью системы учета это будет сделать гораздо проще. Выше описанная ситуация является примером того, что и для компаний торговой сферы существуют точки применения системы управленческого учета, для повышения эффективности работы компании.

Следовательно, главными методами управленческого учета, применимыми к торговым компаниям фармацевтической деятельности, являются системы планирования продаж и закупок, и методы ABC-анализа.

Внедрение системы управленческого учета в аптеках производящих лекарственные препараты, более актуально, потому что рыночные отношения требуют непрерывного совершенствования, как производственного процесса, так и процессов координации деятельности. Постановка управленческого учета в аптеке производственной формы может значительно повысить экономический эффект её деятельности. При внедрении управленческого учета в такие аптеки возникают некоторые сложности, такие как отсутствие отдельно по видам деятельности учета затрат, система тарифов при формировании цены реализации. Для повышения эффективности внедрения системы управленческого учета, нужно чтобы учет был направлен в основном на обеспечение процесса калькулирования себестоимости единицы продукции. Данный аспект

должен быть отражен в учетных документах. Обязательным условием ведения управленческого учета в таких компаниях является, его ведение по видам деятельности. В противном случае, внедрение управленческого учета в производственной аптеке с целью увеличения экономической полезности внутриаптечного производства лекарственных средств будет бессмысленным.

По идее, некий аналог управленческого учета есть практически на каждом отечественном производственном предприятии — на основании «непрозрачных» конфиденциальных данных делались прогнозы и выводы об уместности и целесообразности каких-либо видов коммерческой деятельности. Нужность формирования и внедрения учета, а есть быть точнее, то — совершенствование уже имеющихся способов учета, обусловлена тем, что финансовый учет не отвечает современным требованиям управления организацией. Во-первых, специфика бухгалтерского учета — в отображении уже произошедших действий, тогда как управлять необходимо в момент их появления, что бы была возможность их исправить, ну или хотя бы что-то сделать. Во-вторых, бухгалтерский учет специфически преподносит информацию, как по своему содержанию, так и по форме, поэтому руководящему составу эта информация мало понятна. Вместе с тем, отчеты бухгалтерского учета доступны практически всем, кто имеет право доступа к этой информации, то в системе управленческого учета напротив, огласить можно только результат, а не способы его достижения, тем более что у каждой организации они разные, а общими являются лишь базовые принципы организации учетных технологий.

Выходит, что система управленческого учета, является индивидуальным делом каждой компании, позволяет, в отличие от других видов учета, учитывать уникальные аспекты деятельности конкретной организации. Данный фактор служит возможностью для руководителей, рассчитывать экономический эффект бизнес-проектов, делать анализ структуры затрат по видам продукции (услуг, товаров), избегать неопределенности в отношении рентабельности отдельных программ. Недаром компании на высокоразвитых рынках уделяют большое внимание внедрению и ведению управленческого учета, около 90 % времени и ресурсов и лишь 10 % — на бухгалтерию. Данная система учета не связана с какими-либо юридическими требованиями. Основа управленческого учета — логика, а методы очень гибкие, руководство вольно экспериментировать с разными сценариями, для выработки плана действий эффективного управления.

Управленческий учет не связан какими-либо юридическими требованиями. Его основа — логика, а методы достаточно гибкие:

администрация свободна в эксперименте с различными сценариями, для того чтобы выработать оптимальный план действий для эффективного управления компанией.

Перед тем как приступить к формулировке принципов формирования управленческого учета, нужно описать два подхода к этому понятию. Первый поход основывается на западном термине «контроллинг», это значит что данных подход основан на сборе и интерпретации данных о себестоимости товаров, издержках, затратах и направлен на разрешение определенной управленческой задачи. В процессе этого подхода значительное внимание уделяется нормативному характеру информации и её значению для получения «внешней» отчетности компании. Очевидно, что данный метод наиболее очевиден и прост при формировании и внедрении управленческого учета в рыночном предприятии. Второй подход основан на обеспечении высшего руководства компании достоверной, наиболее полной и своевременной информацией для принятия заведомо верных управленческих решений. При выборе этого подхода нужно помнить, что к нему относятся не только сбор, интерпретации данных о себестоимости товаров, издержках, затратах, но и система бюджетирования, то есть планирование расходов и доходов, и вдобавок система оценки работы подразделений фирмы. Необходимо обратить внимание на методику и технологию формирования управленческого учета, ведь он все больше определяется задачами, которые ставит перед собой компания.

Результатами деятельности компании определяется эффективность работы руководящего состава. В ситуациях, когда работа фирмы не предсказуема, нет понятной, своевременной и полной картины расходов и доходов, формирование и внедрение управленческого учета в данной ситуации является очень сильным антикризисным инструментом. Все-таки сама система управленческого учета не является средством избавления компании от бед. После преодоления предварительного этапа подготовки начинают отрабатывать методологию внедрения учета, для этого необходимо сформулировать определенную управленческую задачу и отобрать необходимые для решения показатели деятельности компании. Обсуждаются методы сбора данных и ведения документооборота, принимаются формы отчетов и пишутся должностные инструкции для исполнителей.

Следующим этапом выступает то, что заведомо принятые решения компилируются с уже организованной учетной политикой компании и бухгалтерской практикой, из-за противоречий информации в управленческих отчетах с нормативными расчетами. В системе

бухгалтерского учета себестоимость калькулируется из расчета: по всем аспектам хозяйственной деятельности компании, без дифференциации достоверного вклада каждого из составляющих эти аспекты элементов, а для управленческого учета наоборот — разная себестоимость для разных целей. Аналогичная ситуация и с издержками. Примером служат затраты на рекламную компанию, она может проводиться для одного препарата, а затраты учитываются в целом. Отсюда следует, что без взаимного приспособления двух типов учета не обойтись, ведь эффективность определяется прибыльностью бизнеса. Для обеспечения хорошей рентабельности обязательно нужно знать издержки по каждому виду товара.

Выше описанные действия позволят обоснованно устанавливать товарную наценку по каждому виду лекарственных препаратов, не ниже переменных затрат, то есть по маржинальной себестоимости. При ухудшении ситуации на рынке, либо при ценовой войне, подобный расчет себестоимости покажет предельно возможное снижение цены на отдельные товары.

Кроме того, при учете издержек на каждое наименование товара можно избавиться от тех позиций, которые не пользуются необходимым спросом при данной цене, а дальнейшее уменьшение стоимости убыточно из-за высоких затрат по этому препаратуре. Исходя из этого, обязательно нужно относить затраты на определенный товар, для того, чтобы иметь по нему финансово – экономические результаты в виде, пригодном для проведения адекватных корректирующих действий [14].

Для успешного внедрения системы управленческого учета необходимо соблюдать все вышеперечисленные этапы внедрения, а также административную заинтересованность в постановке данного вида учета. Нельзя не брать во внимание тот факт, что выгоды фармацевтических организаций от внедрения системы управленческого учета не ограничиваются только более комфортным ведением собственного бизнеса и повышением его эффективности. «Прозрачная» и устойчивая компания с предсказуемыми стратегическими приоритетами обладает высокой инвестиционной привлекательностью, что только подчеркивает ее высокий авторитет, респектабельность и отменную репутацию на фармацевтическом рынке. ■

1. Чумаченко Н. Г. О внедрении управленческого учета / Н. Г. Чумаченко // Бухгалтерский учет. - 2003. — № 19. - С. 64-65.

2. Палий В. Ф. Бухгалтерский учет в системе экономической информации / В. Ф. Палий. - М.: Финансы, 1975. - 160 с

3. Николаева О. Е. Управленческий учет: учеб. пособие / О. Е. Николаева, Т. В. Шишкова. - М.: Изд-во УРСС, 1997. - 368 с.
4. Карпова Т. П. Управленческий учет: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2002.-350 с.
5. Керимов В. Э. Концепция управленческого учета на современном этапе развития экономики / В. Э. Керимов, П. В. Селиванов, Е. В. Минина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2001. — № 4. — С. 134-142.
6. Соколов Я. В. Концепция бухгалтерского учета и аудита в XXI столетии / Я. В. Соколов // Консультант. - 1997.-№ 5.-С. 15-16.
7. Николаева О. Е. Управленческий учет: система сбалансированных показателей / О. Е. Николаева, О. В. Апексеева // Бухгалтерский учет. - 2000. -№ 9. -С. 46-47.
8. Глушаков И. Е. Управленческий учет на современном предприятии: Настольное компактное пособие по управленческому учета / И. Е. Глушаков.-М.: «КноРус»; Новосибирск: «ЭКОР-книга», 2004.-160с.
9. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент. Теория и практика / Е. С. Стоянова. — М.: Перспектива, 1995. — 608 с.
10. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. - К.: Ника-Центр: Эль- га, 2002. - 752 с.
11. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Эффективность и бюджетирование / В. Н. Самочкин [и др.]. - М.: Дело, 2002. - 374 с.
12. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа: учебное пособие для вузов / А. Д. Шеремет, А. В. Негашев. - 3-е изд., перераб.и доп. - М.: ИИНФРА-М, 1999.-208 с.
13. Карминский А. М. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько. - 2-е изд. - М.: Финансы и статистика, 2002. — 256 с.
14. Рейхарт Д. В. Фармацевтический рынок: его особенности, проблемы и перспективы / Д. В. Рейхарт, В. А. Сухинина, Ю. В. Шиленко. - М.: Славянский диалог, 1995. - 304 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. - К.: Ника-Центр: Эль- га, 2002. - 752 с.
- Глушаков И. Е. Управленческий учет на современном предприятии: Настольное компактное пособие по управленческому учета / И. Е. Глушаков.-М.: «КноРус»; Новосибирск: «ЭКОР- книга», 2004.-160с.
- Карминский А. М. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько. - 2-е изд. - М.: Финансы и статистика, 2002. — 256 с.
- Карпова Т. П. Управленческий учет: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2002.-350 с.

Керимов В. Э. Концепция управленческого учета на современном этапе развития экономики / В. Э. Керимов, П. В. Селиванов, Е. В. Минина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2001. — № 4. — С. 134-142.

Николаева О. Е. Управленческий учет: учеб. пособие / О. Е. Николаева, Т. В. Шишкова. - М.: Изд-во УРСС, 1997. - 368 с.

Николаева О. Е. Управленческий учет: система сбалансированных показателей / О. Е. Николаева, О. В. Апексеева // Бухгалтерский учет. - 2000. -№ 9. -С. 46-47.

Палий В. Ф. Бухгалтерский учет в системе экономической информации / В. Ф. Палий. - М.: Финансы, 1975. - 160 с

Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Эффективность и бюджетирование / В. Н. Самочкин [и др.]. - М.: Дело, 2002. - 374 с.

Соколов Я. В. Концепция бухгалтерского учета и аудита в XXI столетии / Я. В. Соколов//Консультант. - 1997.-№ 5.-С. 15-16.

Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент. Теория и практика / Е. С. Стоянова. — М.: Перспектива, 1995. — 608 с.

Шеремет А. Д. Методика финансового анализа: учебное пособие для вузов / А. Д. Шеремет, А. В. Негашев. - 3-е изд., перераб.и доп. - М.: ИИНФРА-М, 1999.-208 с.

Рейхарт Д. В. Фармацевтический рынок: его особенности, проблемы и перспективы / Д. В. Рейхарт, В. А. Сухинина, Ю. В. Шиленко. - М.: Славянский диалог, 1995. - 304 с.

Чумаченко Н. Г. О внедрении управленческого учета / Н. Г. Чумаченко // Бухгалтерский учет. - 2003. — № 19. - С. 64-65.

Theoretical bases of organization management accounting in pharmaceutical industry

© Fedorov A., 2016

This article focuses on how to apply project management accounting in the pharmaceutical industry. First of all, it gives a definition of management accounting. Then article observes management accounting itself and methods of its organization. This article also contains confirmation of the relevance of the application of management accounting in the pharmaceutical industry. We compared of accounting and accounting management. The article also describes the features of management accounting in the pharmaceutical industry.

Keywords: accounting, management accounting, budgeting system, expenses, management, decision-making.

© Черных А. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Корпоративная пенсионная программа является гибким инструментом для управления людскими ресурсами Компании, и можно сделать пенсионную программу, отвечающую всем требованиям и возможностям конкретной Компании. В нынешних российских экономических условиях можно с уверенностью сказать, что вопрос пенсионного обеспечения являются важным для каждого сотрудника компании — от генерального директора до сотрудника вспомогательного состава.

Создавая корпоративную пенсионную программу, Компания позиционирует себя как «социально ответственного работодателя», т.е. придерживается самых высоких стандартов области социального обеспечения работников.

Ключевые слова: пенсия, негосударственное пенсионное обеспечение, негосударственный пенсионный фонд, корпоративная пенсионная программа.

Программа негосударственного пенсионного обеспечения работников предприятия разрабатывается в соответствии с законодательством Российской Федерации и определяет принципы, цели, основные условия и общий порядок организации негосударственного пенсионного обеспечения (далее по тексту — НПО) работников.

Негосударственное пенсионное обеспечение работников осуществляется Негосударственным пенсионным фондом (далее по тексту — НПФ), избранным на конкурсной основе и представившим лучшие условия исполнения договора Негосударственного пенсионного обеспечения работников.

НПО работников предприятия осуществляется в соответствии с Положением, пенсионным договором между работодателем и НПФ, Уставом НПФ, Пенсионными правилами негосударственного пенсионного фонда, которые являются неотъемлемой частью пенсионного договора, договором между работником и НПФ.

Предприятие гарантирует работникам корпоративное пенсионное обеспечение в части финансирования корпоративных пенсий до их назначения, а НПФ — в части пенсионных выплат.

Пенсионный договор — договор негосударственного пенсионного обеспечения, в соответствии с которым вкладчик (предприятие или участник) обязуется уплачивать пенсионные взносы в Негосударственный пенсионный фонд, а НПФ обязуется выплачивать Участникам корпоративные негосударственные пенсии.

Пенсионный взнос — денежные средства, которые уплачивает работодатель в пользу участников или участником в свою пользу в соответствии с условиями пенсионного договора.

Корпоративная пенсия — денежные средства, которые в соответствии с негосударственным пенсионным договором, регулярно выплачиваются участнику.

Пенсионная программа — долгосрочная программа негосударственного пенсионного обеспечения, определяющая его специфические условия для сотрудников предприятия. Пенсионная программа может включать в себя несколько пенсионных планов.

Пенсионные правила НПФ — документ, определяющий порядок и условия исполнения негосударственным фондом обязательств по пенсионным договорам, разрабатываемый, утверждаемый и регистрируемый в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. [5].

Основной задачей корпоративного пенсионного обеспечения является повышение конкурентоспособности Компании на рынке труда, что может быть достигнуто несколькими путями:

- привлечение на ключевые позиции новых квалифицированных сотрудников из конкурирующих или смежных отраслей;
- «омоложение» персонала Компании путем предоставления обеспечение пенсионных выплат сотрудникам, достигших пенсионного возраста при условии их выхода на пенсию для реализации программы по омоложению кадров на предприятии.

Компания, ставящая перед собой цель повышения производительности труда, с помощью реализации программы корпоративного пенсионного обеспечения может достичь следующих результатов:

- повышение уровня лояльности сотрудников к Компании;
- сокращение уровня ротации персонала до уровня, характерного для данной отрасли;
- мотивация талантливых сотрудников к дальнейшему профессиональному росту в Компании;
- Минимизация налогообложения пенсионных взносов предприятия.

Вне зависимости от конкретных целей, которые преследует Компания, внедрение корпоративной пенсионной программы будет способствовать повышению лояльности сотрудников и повышению привлекательности компенсационного пакета.

Рассмотрим основные принципы негосударственного пенсионного обеспечения:

- солидарное участие сотрудников Компании и работодателя в финансировании негосударственного пенсионного обеспечения по определенным пенсионным планам (будущая пенсия складывается из двух частей: пенсии, сформированной из взносов работодателя и пенсии, сформированной из личных взносов сотрудника);
- зависимость размера негосударственной пенсии от объемов накоплений работника;
- инициатором процесса накопления выступает сам сотрудник, при этом работодатель оказывает содействие в формировании пенсионных накоплений работнику.

НПО осуществляется в двух формах:

- корпоративное негосударственное пенсионное обеспечение — негосударственное пенсионное обеспечение, при котором вкладчик за счет собственных средств вносит пенсионные взносы в пользу участников в размерах, установленных в пенсионном договоре с Фондом;
- корпоративно — личное негосударственное пенсионное обеспечение — негосударственное пенсионное обеспечение, при котором работодатель и Сотрудник совместно участвуют в финансировании негосударственной пенсии в размерах, установленных в пенсионном договоре.

В рамках реализации программы НПО работодатель выполняет следующие функции:

- ставит условия и нормы корпоративного пенсионного обеспечения участников программы;
- информирует сотрудников об условиях и нормах корпоративного пенсионного обеспечения;
- уплачивает в НПФ пенсионные взносы в порядке и размерах, предусмотренных пенсионным договором;
- ежемесячно удерживает из заработной платы участников Пенсионных программ по их заявлениям пенсионные взносы и перечисляет их на расчетный счет НПФ, с приложением списка этих участников;
- представляет и защищает перед НПФ свои интересы и интересы участников, требует от НПФ исполнения обязательств по пенсионным договорам в полном объеме, обжалует действия НПФ в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Отличие корпоративной пенсионной программы (КПП) от других мотивационных программ (рис. 1), также входящих в социальный пакет, заключается в получении работником право на дополнительные пенсионные накопления, при условии выполнения условий, которые определил работодатель для участия в КПП. Работодатель таким способом решает сразу управленические задачи в долгосрочной перспективе, такие как, эффективность управления персоналом — его удержание, корпоративная ответственность и самое главное оптимизирует экономические затраты за счет налоговых преференций, которые предоставляет государство (рис. 2.).



Рис.1. Корпоративная пенсионная программа.

Уменьшение налоговой базы по налогу на прибыль	
Пенсионные взносы в пользу сотрудников по договору НПО в размере от общего ФОТ включаются в состав расходов (п. 16 ст. 255 НК РФ)	20%
Снижение расходов по уплате страховых взносов	
Страховые взносы в ПФР с пенсионных взносов в рамках КПП, не уплачиваются (ст. 213.1 НК РФ)	30%
Уменьшение налоговой базы по НДФЛ	
Пенсионные взносы, уплачиваемы за работников в рамках КПП, не облагаются налогом на доходы физических лиц (ст. 213.1 НК РФ)	13%

Рис.2. Государственные налоговые преференции для работодателя

Особенности налогообложения взносов в НПФ

1. Налог на прибыль. Пенсионные взносы по корпоративной пенсионной программе относятся к расходам на оплату труда (ст. 255 НК РФ), таким образом, они уменьшают налогооблагаемую базу по данному налогу. При этом нужно учесть, что совокупная сумма платежей (взносов) работодателя, выплачиваемая по договорам негосударственного пенсионного обеспечения работников, учитывается в целях налогообложения в размере, не превышающем 12 % от суммы расходов на оплату труда.

2. ЕСН. Сумма страховых взносов (платежей), выплачиваемая организацией по договору негосударственного пенсионного обеспечения своих работников, отнесенная к расходам, уменьшающим налоговую базу по налогу на прибыль, то есть в пределах 12 % от суммы расходов на оплату труда на основании пункта 1 статьи 237 НК РФ должна учитываться при расчете налоговой базы по единому социальному налогу. Часть страховых взносов, включенная в состав расходов, не уменьшающих налоговую базу по налогу на прибыль, то есть та часть, которая превышает установленный лимит в 12 % — на основании пункта 3 статьи 236 НК РФ единным социальным налогом не облагается.

Вывод: если сумма пенсионных взносов договору негосударственного пенсионного обеспечения не превышает 12 % от общей суммы расходов на оплату труда организации, то данная сумма уменьшает базу для налогообложения по налогу на прибыль, при этом они включаются в базу по ЕСН.

Если общая сумма пенсионных взносов превышает установленный ст.255 НК РФ 12-ти процентный лимит, то в таком случае данные взносы не уменьшают налогооблагаемую базу по

налогу на прибыль, но при этом они не включаются в базу по налогообложению ЕСН.

3. В соответствии с пунктом 2 статьи 213 НК РФ при определении налоговой базы по налогу на доходы физических лиц не учитываются доходы, полученные налогоплательщиком в виде выплат по договорам негосударственного пенсионного обеспечения, заключенным с негосударственными пенсионными фондами, в случае, если такие выплаты осуществляются при наступлении пенсионных оснований в соответствии с законодательством Российской Федерации. (13 %).

Сотрудники, заключившие договор негосударственного пенсионного обеспечения с НПФ и уплачивающие пенсионные взносы, имеют право на возврат НДФЛ 13 % с этих взносов. Это так называемый социальный налоговый вычет (СНВ).

Дело в том, что ежемесячно у каждого работника из зарплаты удерживается НДФЛ, только после этого из чистой зарплаты выплачивается пенсионный взнос. СНВ же позволяет вернуть ранее уплаченный НДФЛ с сумм, направленных на дополнительную пенсию. При этом при получении такой пенсии повторное налогообложение не производится. То есть и будущая пенсия растет и сегодняшний кошелек пополняется.

Получить социальный налоговый вычет можно по окончании года путем подачи налоговой декларации по НДФЛ в налоговую инспекцию по месту жительства. В СНВ могут быть включены взносы на НПО не более 120 000 рублей в год.

Реализации пенсионной программы предприятия

Внедрение новой пенсионной программы на предприятии преследует следующие основные цели:

- создание условий обеспечения долгосрочных социальных гарантий кадровых работников предприятия;

- создание мотивационных условий для привлечения в качестве пенсионных взносов личных средств работников и членов их семей.

Организация пенсионной программы разрабатывается на основе современных тенденций в области развития негосударственного пенсионного обеспечения в России и исходя из следующих предпосылок:

- совместное участие работника и работодателя в формировании дополнительной пенсии работника;

- достижение приемлемого уровня материального обеспечения работника после выхода на пенсию;

- определение размера корпоративной пенсии индивидуально для каждого работника с учетом трудового стажа на предприятии, особых трудовых заслуг, личного участия в формировании пенсионных накоплений;

- сопоставимость объема личных взносов работников с объемом пенсионных взносов предприятия;

- минимизация налогообложения пенсионных взносов предприятия;

- возможность прогнозирования бюджета пенсионной программы на несколько лет вперед;

- минимизация компенсационных выплат работникам, увольняющимся из предприятия до наступления пенсионных оснований, при сохранении привлекательности внесения личных пенсионных взносов;

- незначительный объем учетно-административных работ предприятия по ведению пенсионной программы.

Сделать первый шаг в создании полноценной корпоративной пенсионной программы должны помочь ответы на нижеприведенные вопросы.

1. Источники финансирования пенсионной программы.

Возможные варианты:

- только за счет средств Компании;
- совместное финансирование за счет средств Компании и сотрудника.

2. Сегментирование персонала для целей пенсионной программы.

Возможные варианты:

- отсутствие сегментирования (равные условия для всех сотрудников);
- сегментирование по занимаемой должности (менеджеры высшего звена, менеджеры среднего звена, вспомогательный персонал Компании).

3. Условия включения сотрудников в пенсионную программу Компании.

Возможные варианты:

- все постоянные работники становятся участниками пенсионной программы;

- работники становятся участниками пенсионной программы при достижении определенного стажа работы в Компании;

- работники, занимающие определенные должности участвуют в пенсионной программе;
- другие условия на усмотрение Компании.

4. Параметры, определяющие величину негосударственной пенсии сотрудника.

Совокупность таких параметров как стаж работы сотрудника в Компании и величина его заработной платы достаточно точно определяют положение и вклад в развитие Компании.

Кроме того, при установлении методики назначения негосударственной пенсии могут учитываться другие параметры.

5. Определение коэффициента замещения, т.е. какую долю от заработной платы сотрудника будет составлять корпоративная пенсия при условии, что сотрудник выработал в Компании определенный стаж (если размер корпоративной пенсии будет поставлен в зависимость от стажа работы и заработной платы).

6. Период времени, по истечении которого сотрудник приобретает право на накопления, сформированные в его пользу.

Возможные варианты:

- в случае увольнения после приобретения права на государственную пенсию;

- в случае увольнения при определенных условиях (например, сокращение численности или штата сотрудников)

- при достижении определенного стажа работы в Компании;

- прогрессивная шкала приобретения прав при увольнении сотрудника (например, перевод с солидарного пенсионного счета Компании на именной пенсионный счет сотрудника увеличивающейся в зависимости от стажа работы в Компании части накоплений, сформированных в пользу сотрудника)

7. Условия исключения сотрудников из корпоративной пенсионной программы.

Возможные варианты:

- увольнение по собственному желанию;
- объявление дисциплинарного взыскания;
- увольнение сотрудника на основании п.п. 5, 6, 7, 8, 9, 10 Статьи 81 Трудового Кодекса РФ;[3].

- другие причины на усмотрение Компании.

8. Степень свободы выбора сотрудником условий выплаты пенсии (пенсионной схемы) после наступления пенсионных оснований (условий, дающих право на получение негосударственной пенсии).

- пенсионная схема с установленными размерами пенсионных взносов. Выплата негосударственной пенсии пожизненно;

- пенсионная схема с установленными размерами пенсионных взносов. Выплата

негосударственной пенсии пожизненно с гарантированным периодом.

9. Срок начала действия корпоративной пенсионной программы (сразу после введения, через какой-то срок).

Ответив на данные вопросы, Компания фактически описала свою корпоративную пенсионную программу, и теперь необходимо рассчитать, сколько она будет стоить для Компании.

Расчет стоимости корпоративной пенсионной программы осуществляется негосударственным пенсионным фондом. Скорее всего, фонду потребуется дополнительная статистическая информация о Компании.

Возможно, что после определения стоимости пенсионной программы, потребуется корректировка ее условий.

Далее, когда условия корпоративной пенсионной программы, приведены в соответствие с ее стоимостью, она (программа) формализуется в виде Положения «О негосударственном пенсионном обеспечении сотрудников Компании» и заключается пенсионный договор с негосударственным пенсионным фондом.

Затем Компания информирует сотрудников о введении корпоративной пенсионной программы и вводит ее в действие. ■

1. Федеральный закон от 07.05.1998 N 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» (ред. от 22.04.2010) // Справ.-правов. система «Консультант».

2. Федеральный закон от 17.12.2001 N 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» (ред. от 27.12.2009) // Справ.-правов. система «Консультант».

3. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.10.2015)

4. Аникеева Л. Как используются пенсионные накопления / Л. Аникеева // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2009. - N 11. - С. 76 - 83.

5. Пенсионные правила ЗАО «НПФ «Социум», редакция от 20.11.2014г.

6. Официальный сайт Национальной ассоциации негосударственных пенсионных фондов [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://napf.ru/146772>

7. Официальный сайт Пенсионного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим

доступа:

<http://www.pfrf.ru/branches/kirov/news/interview/~2014/12/1/6317>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аникеева Л. Как используются пенсионные накопления / Л. Аникеева // Кадровик. Кадровый менеджмент. - 2009. - N 11. - С. 76 - 83.

Официальный сайт Национальной ассоциации негосударственных пенсионных фондов [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://napf.ru/146772>

Официальный сайт Пенсионного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.pfrf.ru/branches/kirov/news/interview/~2014/12/1/6317>

Пенсионные правила ЗАО «НПФ «Социум», редакция от 20.11.2014г.

«Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.10.2015)

Федеральный закон от 07.05.1998 N 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» (ред. от 22.04.2010) // Справ.-правов. система «Консультант».

Федеральный закон от 17.12.2001 N 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» (ред. от 27.12.2009) // Справ.-правов. система «Консультант».

Corporate pensions of employees

© Chernykh A., 2016

Corporate pension plan is flexible tool for human resources management for companies and can make a retirement plan that meets all the requirements and capabilities of a particular company. In the current Russian economic conditions we can confidently say that the issue of retirement security is important for every employee — from the CEO to the support staff.

Creating a corporate pension plan the Company has positioned itself as «socially responsible employer,» that is, It adheres to the highest standards of social security of workers.

Keywords: pension, private pension provision, non-state pension funds, corporate pension plan.

УДК: 004.738.52

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МУСОР КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

© Юдалевич Н. В., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной работе рассмотрены проблемы, связанные с распространением информации в социальных сетях. Рассмотрено понятие информационного мусора, как феномена информационного общества, проведено исследование о количестве поглощаемой пользователями социальных сетей информации, сделаны выводы о необходимости сортировки и утилизации информационного мусора.

Современное общество характеризуется невероятно быстрым ростом уровня технологий, развитием новых способов хранения и обработки информации и увеличением потребности населения в её использовании.

Известно, что быстрое развитие технологий, а следовательно результатов их применения, порождает огромное количество материальных продуктов, которые очень быстро становятся неактуальными вследствие изобретения и выпуска более новых и эффективных версий одного и того же продукта, либо замены на другой, обладающий новыми качествами продукт.

Продвижение и удобство продажи, а также хранения того же продукта ведёт к производству невероятного количества упаковочного материала и рекламной продукции. Всё это очень быстро становится мусором, который человечество в силу разных причин не утилизирует, либо утилизирует с большими негативными последствиями для окружающей среды. И это становится всё большей проблемой, решением которой занимается всё большее количество людей и организаций в разных странах мира. Проблема очевидна, ибо напрямую влияет на человека, его среду обитания и его здоровье.

Но существует другой вид загрязнения — так называемый информационный мусор. Век цифровых технологий, компьютеров, планшетов, смартфонов и прочих гаджетов, способных хранить и обрабатывать информацию, породил новый вид мусора, который также, хоть пока и не на столько очевидно как мусор материальный, влияет на здоровье человека.

Прежде чем определить, что же относится к информационному мусору, следует рассмотреть, каким образом, через какие каналы и в каком количестве современный человек получает информацию. К источникам информации на сегодняшний день можно отнести СМИ (телевидение, радио, пресса), рекламу (наружную, на транспорте, в общественных местах пр.), сарафанное радио (друзья, соседи, сотрудники и пр.). Но самым мощным источником информации для современного человека на сегодняшний день является Интернет. На сегодняшний день вряд ли найдётся человек, не использующий этот канал получения информации. Прошли те времена, когда Интернет использовался исключительно продвинутой молодёжью, сейчас это средство одинаково доступно для всех категорий населения. Им пользуются пока ещё, безусловно, в разной степени но в целом информационное влияние очень сильно.

Интернет содержит огромное количество информации и, к великому сожалению, часть этой информации является информационным мусором.

Любой феномен, любое новшество, прияя в мир, проходит определённые стадии развития, от зарождения и хаоса, к той или иной степени упорядоченности, порождая в ходе своего развития большое количество отходов и побочных продуктов. Особенно актуально это для современных информационных систем, таких как блоги, форумы, системы рассылок и особенно для социальных сетей.

Социальные сети пришли в наш мир в середине прошлого века, но период их бурного развития приходится на начало века нынешнего.

При рассмотрении показателей активности населения в социальных сетях можно рассматривать различные показатели. Так, например, по данным известного маркетолога Альберта Усманова Социальная сеть ВКонтакте «по-прежнему остаётся вне конкуренции по объёму аудитории в России» [1]. Согласно данному источнику, активную аудиторию ВКонтакте составляет 53.6 млн. активных пользователей, то есть тех, кто пишет сообщения в сети, делится мнениями, оставляет комментарии. На втором месте находятся «Одноклассники» — 38.7 млн., на третьем Facebook — 23.7 млн. чел. Если смотреть на аудиторию ВКонтакте, то с другой стороны, по данным самого сайта, на нём зарегистрировано на сегодня более 350 миллионов пользователей [2]. Данные говорят о том, что многие пользователи регистрируют по несколько аккаунтов, а кроме того, создают аккаунты для бизнеса, тематических страниц и пр.

По данным того же источника ежедневно на сайт социальной сети заходят более 81 млн. пользователей, которые ежедневно открывают более 2 600 000 000. страниц. То есть, в среднем, каждый день один пользователь заходит на 32 страницы, просматривая размещённую на них информацию и как-то реагируя на неё.

Если посмотреть на показатели активности российских пользователей за декабрь 2015 года, то видно, что опять же в этой статистике лидирует сеть ВКонтакте [3].

СООБЩЕНИЙ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

Россия, декабрь 2015

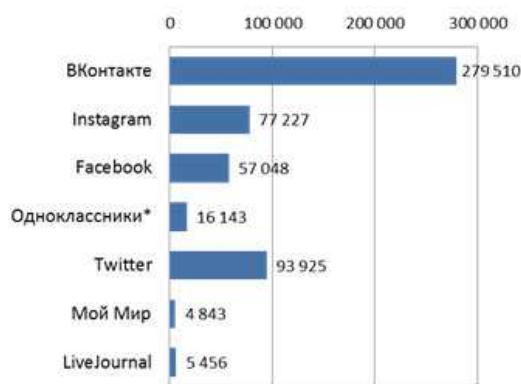


Рис 1. Статистика сообщений пользователей социальных сетей за декабрь 2015 года

Согласно гистограмме, пользователи ВКонтакте за месяц опубликовали 279 510 сообщений, то есть, примерно по 9 тысяч сообщений в день. То есть количества новой информации растёт с устрашающей скоростью. Если экстраполировать данные за декабрь на год, получится 3 с лишним миллиона новых записей за год.

В рамках исследования для круглого стола «Интернет-социум. Возможности и угрозы», были проведены подсчёты, касающиеся того, какое количество информации потребляют участники социальных сетей. Исследование было проведено на данных участников вебинара, состоявших из студентов 1–3 курсов (38 человек), а также на группе пользователей ВКонтакте старше 25 лет (50 человек). Данные показали следующее. Среднее количество страниц (без учёта групп), читаемых пользователями вебинара составляет 57,68 (для других 53,56), среднее количество публикаций пользователей участников вебинара равно 522,61, для других — 1357,44. На основании первой группы данных можно предположить, что пользователи любого возраста в ВКонтакте подписы на более, чем полсотни страниц каждый. Вторая же группа данных говорит о том, что более взрослые пользователи публикуют на своих стенах значительно больше статей.

ВЕБИНАР	min	max	среднее
Друзья	35,00	1511,00	258,79
Страницы	1,00	181,00	57,68
Записи	0,00	4439,00	522,61

ДРУГИЕ	min	max	среднее
Друзья	30,00	6098,00	515,54

Страницы	2,00	495,00	53,56
Записи	8,00	13025,00	1357,84

Рис 2. Статистика страниц, публикаций и друзей пользователей ВКонтакте

Если посчитать на основании исследуемых данных, количество статей, просматриваемых пользователями, и предположить, что каждая страница (как источник информации) публикует в сутки в среднем три статьи, а каждый пользователь в среднем по две, то можно увидеть следующее. Количество статей, просматриваемых в сутки участниками вебинара, колеблется от 78 до 3 514 и в среднем составляет 690 статей. Для других пользователей эти цифры колеблются от 25 до 26 338 статей, просматриваемых за сутки, что в среднем составляет 2 876 статей.

Если ослабить требования и предположить, что друзья публикуют в среднем по 1 статье в сутки, то цифры сократятся до 44–2 003 (в среднем 432) и до 17–13 313 (в среднем 1 518 статей).

Очевидно что, во-первых, работающий человек (или тот, кто учится) не в состоянии не только осмыслить, но и даже прочитать такое количество текстов, даже если они небольшие и даже если часть из них — это графика, лишённая теста. В любом случае, просматривая статью, человек в той или иной степени концентрирует на ней свое внимание, каким-то образом обрабатывая.

С другой стороны, по результатам исследования, проведённого совместно со студентами Сибирско-американского факультета менеджмента БМБШ ИГУ, получилось, что 50–70 % среди 100 записей, взятых подряд со стен случайных пользователей ВКонтакте, составляют репосты других страниц, то есть данные повторяющиеся и, зачастую засоряющие информационное пространство.

Если рассматривать тематику страниц, то можно выделить следующие основные направления:

- познавательные страницы (наука, общество, культура, природа и пр.)
- рекламные (страницы, продвигающие товары и услуги)
- личные страницы (продвигающие деятельность их владельцев)
- официальные страницы организаций (распространяющие некоммерческую информацию о своей деятельности)
- официальные и неофициальные новостные страницы

Что же из этой информации на самом деле обогащает пользователя, а что нет, сказать сложно. Это большой философский вопрос, ответ на который, вероятно, ещё не найдет.

В любом случае очевидно, что у пользователя, ежедневно поглощающего информацию в таких количествах, как показано выше, возникают разного рода проблемы как физического, так и психологического плана.

Что делать? Каков выход из существующей на сегодняшний день ситуации?

Социальные сети, как любое явление, должны пройти определённые стадии развития. В ходе прохождения этих стадий социальные сети будут меняться и преобразовываться. Можно сказать, что сейчас они находятся в стадии неконтролируемого производства информационного мусора. И люди сами должны научиться сортировать этот мусор, как сортируют мусор материальный, выбрасывать ненужное, структурировать нужное. Большим плюсом в утилизации информационного мусора является то, что нет необходимости в его переработке. Но, с другой стороны, последствия долговременного его воздействия на мозг человека могут привести к весьма негативным последствиям. Так что чем раньше человечество задумается о проблеме информационного мусора, тем реальнее возможность минимизация последствий его воздействия. ■

1. Добрынина Н. Аудитория социальных сетей Рунета: где кто запутался? URL:<http://www.cossa.ru/155/108642/> (Дата обращения: 2.03.2016)

2. Статистика ВКонтакте https://vk.com/about?w=page-47200925_44240810 (Дата обращения: 2.03.2016)

3. Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (Дата обращения: 22.03.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Добрынина Н. Аудитория социальных сетей Рунета: где кто запутался? URL:<http://www.cossa.ru/155/108642/> (Дата обращения: 2.03.2016)

Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (Дата обращения: 22.03.2016)

Статистика ВКонтакте https://vk.com/about?w=page-47200925_44240810 (Дата обращения: 2.03.2016)

Information garbage as phenomenon of modern society

© Iudalevich N., 2016

The paper describes the problems connected with distribution of information on social networks are considered. The concept of information garbage is considered as phenomenon of information society, it is carried out research the number of information consumed by users of social networks, conclusions are drawn on need of sorting and utilization of information garbage.

Keywords: information garbage, social network, VKontakte, utilization of garbage.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Барановская Софья Олеговна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: sofi_burceva@mail.ru

Baranovsakaya, Sofia Olegovna

MS Student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: sofi_burceva@mail.ru

Бобкова Наталья Геннадьевна

доцент кафедры стратегического и финансового менеджмента, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: bobkova.nataly@gmail.com

Bobkova, Natalia Gennadievna

Associate Professor, Department of Financial Management, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: bobkova.nataly@gmail.com

Гласова Екатерина Сергеевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: katerina-glasova@mail.ru

Glasova, Ekaterina Sergeevna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: katerina-glasova@mail.ru

Горбунова Инна Владимировна

к. ф. н., доцент кафедры романской филологии

Евразийский лингвистический институт, Московский государственный лингвистический университет

664000, Иркутск, ул. Ленина, 8, тел.: +7 964 356 2209

e-mail: gorbunova28@ya.ru

Gorbunova, Inna Vladimirovna

Associate Professor, department of Roman Philology Moscow State Linguistic University

8, Lenin str., Irkutsk, 664000, tel.: +7 964 356 2209

e-mail: gorbunova28@ya.ru

Гулюк Николай Витальевич

студент, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: nikolaj.gulyuk@mail.ru

Guliuk, Nikolai Vitalievich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: nikolaj.gulyuk@mail.ru

Дорожков Никита Дмитриевич

студент, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: nid.nikita.dor.95@gmail.com

Dorozhkov, Nikita Dmitrievich

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: nid.nikita.dor.95@gmail.com

Егорова Анна Викторовна

студент, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: geters_smaf@mail.ru

Egorova, Anna Victorovna

Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: geters_smaf@mail.ru

Зарубина Анастасия Анатольевна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: kautrum@gmail.com

Zarubina Anastasiia Anatolievna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: kautrum@gmail.com

Изотова Наталья Сергеевна

Старший преподаватель, руководитель
международных программ, Байкальская
международная бизнес-школа ФГБОУ ВО
«Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: natalgorelova@ya.ru

Izotova, Natalia Sergeyevna

Professor, Russian-American Program Director, Baikal
International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: natalgorelova@ya.ru

Кабакова Юлия Андреевна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: Julia555-888@mail.ru

Kabakova, Iulia Andreevna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: Julia555-888@mail.ru

Казаков Руслан Игоревич

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: ruslankazakov93@bk.ru

Kazakov, Ruslan Igorevich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: ruslankazakov93@bk.ru

Калачева Алена Евгеньевна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: alena.e.kalacheva@gmail.com

Kalacheva, Alena Eugenievna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: alena.e.kalacheva@gmail.com

Копылова Наталья Владимировна

К. ф. н., кафедры гуманитарных дисциплин и
иностранных языков, Байкальская международная
бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский
государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: n_v_kopylova@mail.ru

Kopylova, Natalia Vladimirovna

Associate Professor, Baikal International Business
School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: n_v_kopylova@mail.ru

Косарева Полина Вячеславовна

магистрант, Байкальская международная бизнес-
школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: pol94716197@yandex.ru

Kosareva, Polina Vyacheslavovna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: pol94716197@yandex.ru

Кубанов Руслан Анатольевич

К. п. н., доцент, профессор Всемирной академии естествознания, профессор Междисциплинарной академии наук Украины, член-корреспондент Международной академии наук педагогического образования, член-корреспондент Украинской академии акмеологии, докторант кафедры педагогики

Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко
92703, Луганская область, г. Старобельск, пл. Гоголя, 1, тел.: 073-41-303-23, 095-620-10-20
E-mail: mail@luguuniv.edu.ua

Kubanov Ruslan Anatolyevich

Associate professor, Professor of the World Academy of Natural Science, Professor of the Interdisciplinary Academy of Sciences, Corresponding Member of the International Academy of Teacher Education Science, Corresponding Member of the Ukrainian Academy of Acmeological Science, doctoral student in pedagogy

Luhansk National Taras Shevchenko University
1, Gogolya street, Starobilsk, Lugansk region, 92703, Ukraine, Phone: 073-41-303-23, 095-620-10-20
E-mail: mail@luguuniv.edu.ua

Купчинская Юлия Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: julialexan@mail.ru

Kupchinskaia, Iuliia Alexandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: julialexan@mail.ru

Лахтер Марк Денисович

магистр, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: goalkeeper93@gmail.com

Lakhter, Mark Denisovich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: goalkeeper93@gmail.com

Матвеева Евгения Дмитриевна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: igora393@mail.ru

Matveeva, Eugenia Dmitrievna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: igora393@mail.ru

Песков Евгений Вадимович

магистр, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: strelec-fox@mail.ru

Peskov, Eugenii Vadimovich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: strelec-fox@mail.ru

Пешкова Анна Александровна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30
e-mail: p.annochka@mail.ru

Peshkova, Anna Alexandrovna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: p.annochka@mail.ru

Польская Анастасия Игоревна

студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: anastasiya-pol@yandex.ru

Polskaya, Anastasia Igorevna
Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: anastasiya-pol@yandex.ru

Сафонова Светлана Эдуардовна
студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: s.svetlana95@mail.ru

Safranova, Svetlana Eduardovna
student, Baikal International Business School Irkutsk
State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: s.svetlana95@mail.ru

Скрипка Екатерина Владимировна
студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: ekskripka@mail.ru

Skripka, Ekaterina Vladimirovna
Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: ekskripka@mail.ru

Сивач Олеся Богдановна
магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: olesya_sivach@mail.ru

Sivach, Olesia Bogdanovna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: olesya_sivach@mail.ru

Сольский Максим Борисович

Студент, Иркутский национальный
исследовательский технический университет
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, тел.: +7-
3952-405-100, 405-009
e-mail: info@istu.edu

Solski, Maxim Borisovich

Student, National Research Irkutsk State Technical
University
83, Lermontov str., Irkutsk, 664074, Russia, tel.: +7
3952 405-100, +7 3952 405-009
E-mail: info@istu.edu

Труфанова Дарья Николаевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: dasha-trufanova@mail.ru

Trufanova, Daria Nikolayevna

Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: dasha-trufanova@mail.ru

Федоров Александр Андреевич

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: aleksandr-fedorov-93@mail.ru

Fedorov, Alexander Andreevich

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30
e-mail: aleksandr-fedorov-93@mail.ru

Черных Анастасия Алексеевна

магистр, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952

42-71-30

e-mail: 2104chernykh@gmail.com

Chernykh Anastasiia Alekseevna

MS student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: 2104chernykh@gmail.com

Чеховская Светлана Александровна

студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: moyangel7999@mail.ru

Chekhoverskaya, Svetlana Alexandrovna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: moyangel7999@mail.ru

Шершитский Александр Алексеевич

студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: sashasher111@gmail.com

Shershitsky, Alexander Alexeyevich

Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7

3952 42-71-30

e-mail: sashasher111@gmail.com

Юдалевич Наталья Владимировна

старший преподаватель, кафедра стратегического и
финансового менеджмента, Байкальская
международная бизнес-школа, ФГБОУ ВО
«Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: owl@buk.irk.ru

Iudalevich, Natalia Vladimirovna

senior lecturer, Department of Strategic and Financial
Management, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: owl@buk.irk.ru

Якушева Снежана Валерьевна

студент, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный
университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30

e-mail: snezhano4ka22@mail.ru

Iakusheva, Snezhana Valerievna

Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University

1, KarlMarxst., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7
3952 42-71-30

e-mail: snezhano4ka22@mail.ru