

ФГБОУ ВПО «Иркутский государственный университет»
Байкальская международная бизнес-школа

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

октябрь 2016 **N3[5]**

СОДЕРЖАНИЕ

Бобкова Н. Г., Зарубина А. А. Новый подход к оценке качества прибыли предприятия.....	3
Горбатенко В. В., Катровский Ю. А. Актуальность управленческого учета для малого и среднего бизнеса	7
Гулюк Н. В. Сравнительный анализ моделей менеджмента: изменение ценностей сотрудников с личностных на корпоративные	10
Данилович В. Ю. Российская банковская система в условиях санкций — проблемы и вызовы	12
Дорожков Н. Д., Купчинская Ю. А. Инвестиционная привлекательность и составляющие её факты	16
Дынкина Е. Д. Геймификация, как новый тренд в обучении персонала	18
Зарубина А. А. Сравнительный анализ МСФО и РСБУ и их влияние на финансовый результат на примере ТМЦ ПАО «Иркутскэнерго»	22
Зимица А. С. Способы влияния центрального банка РФ на ликвидность коммерческих банков	24
Казаков Р. И. Управление качеством услуг, процессов и повышение конкурентоспособности за счет логистического посредничества	27
Козлова П. Д., Матвеева Е. Д. История этики бизнеса	29
Кубанов Р. А. Новые тенденции в оценивании учебных достижений студентов в современном университете	32
Купчинская Ю. А., Чеховская С. А. Основы управления качеством: цикл PDCA.....	36
Мананкова А. А. Актуальные проблемы развития малого бизнеса в Иркутской области	39
Матвеев А. Ю. Введение в процесс управления знаниями	46
Матвеева Е. Д. Важность команды в управлении проектами	50
Новичкова И. В. Новое направление развития экономики Иркутской области: кластер сельское хозяйство для фармацевтики	53
Панфилова Е. И. О социальной направленности опыта по организации метапредметных погружений как средства реализации междисциплинарной программы «Стратегии смыслового чтения и работы с текстом»	56
Туркина М. Ю. Влияние длинных экономических циклов Кондратьева и смены технологических укладов на развитие полиграфической промышленности.....	62
Фадина Ю. И. Анализ российского рынка клеев-расплавов	67
Шадрина В. О. Специфика реализации космецевтики в РФ	70
Штонда А. С. Геймификация как новый тренд при отборе и найме персонала	74
Сведения об авторах	77

© Бобкова Н. Г., Зарубина А. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье обобщены основные подходы к оценке качества прибыли предприятия, а также модели для прогнозирования и улучшения качественных характеристик ее формирования. Рассмотрены качественные и количественные факторы, оказывающие влияние на оценку качества прибыли: динамика рентабельности продаж, производственный и финансовый рычаги, учетная политика компании, структура прибыли, достоверность финансовой отчетности и т. д. Представлены различные авторские методики оценки качества прибыли, основанные на использовании системы сигнальных показателей. Предложен новый подход к оценке качества прибыли.

Ключевые слова: качество прибыли, оценка качества прибыли, факторы, влияющие на качество прибыли.

Для руководителей любых компаний рано или поздно становится актуальным вопрос оценки эффективности деятельности. Одним из наиболее часто используемых для этой цели показателей является прибыль. Она используется как для расчета отдельных коэффициентов (доходность собственного капитала, чистая рентабельность продаж и др.), так и для интегрированных показателей (остаточная прибыль, экономическая добавленная стоимость и др.). В этой связи актуальным является вопрос оценки качества прибыли как показателя, характеризующего результаты деятельности предприятия, качество управления им.

Оценка качества прибыли позволяет оценивать эффективность использования ресурсов компании, выявлять резервы роста, стабильность достигнутого уровня прибыли, тенденции ее формирования, способность получать ее в будущем с учетом стратегических планов компании.

Анализ экономической литературы по теме исследования позволяет сделать вывод, что не существует единства в понимании сущности экономической категории «качество прибыли». В узком понимании [1, 2 и др.] под качеством прибыли понимается достоверность финансовой отчетности. Если прибыль рассчитана с применением всех положений по ведению бухгалтерского учета и прочих нормативных документов, то она считается качественной, так как на ее основании пользователи финансовой отчетности могут делать правильные выводы о результатах хозяйственной деятельности предприятия, его финансовом и имущественном положении. В широком понимании под качеством прибыли подразумевается структура источников ее формирования, а также стабильность достигнутого уровня прибыли и использование резервов для его достижения [3, 4, 5 и др.].

Рассмотрим основные подходы к оценке качества прибыли предприятия. Наиболее популярным является подход, основанный на использовании коэффициентов. В самом простом случае качество прибыли определяется как отношение денежного потока, полученного от операционной деятельности, к чистой прибыли. Если полученное значение превышает 1, то это свидетельствует о высоком

качестве прибыли, в противном же случае следует говорить о том, что качество прибыли является низким. Так как чистая прибыль рассчитывается на основе использования метода начислений и не отражает поступление денежных средств, то расчет данного коэффициента позволяет оценить, сколько рублей поступает от основной деятельности на 1 рубль чистой прибыли. И если каждый рубль чистой прибыли генерирует поступление денежных средств в размере одного рубля или более, то это свидетельствует о высоком о качестве прибыли. Несмотря на простоту метода, следует отметить, что существенным недостатком является то, что он не рассматривает факторы, оказывающие влияние на качество прибыли.

Так как одним из признаков качественности прибыли является устойчивость доходов во времени, то на практике используется показатель рентабельности продаж, который рассчитывается за ряд лет. Для этого рассчитываются стандартное отклонение (σ), коэффициент вариации (V) и коэффициент равномерности ($K_{\text{равн}}$):

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}; V = \frac{\sigma \times 100}{\bar{X}}; K_{\text{равн}} = 100 - V, \quad (1)$$

где X_i – рентабельность продаж за i -ый период;

\bar{X} – средний показатель рентабельности;

n – число периодов.

Данный подход позволяет избежать недостатков, связанных с использованием абсолютных величин прибыльности, а именно: негативного влияния инфляционных процессов и масштаба деятельности компании. Однако он не учитывает воздействие качественных факторов, таких как учетная политика, состояние расчетов с кредиторами и т. д. Именно поэтому на практике широкое распространение получили методы, основанные на использовании системы показателей качества прибыли.

Ряд авторов предлагает использовать для оценки только количественные показатели. Так, например, О. А. Дроздов [6] выделяет четыре группы показателей, оценивающих качество валовой

прибыли, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли.

Вывод о качестве прибыли делается на основании расчета за несколько лет следующих показателей: устойчивость коэффициентов валовой прибыли и чистой прибыльности, темпов прироста валовой прибыли, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли, а также показателя соотношения прибыли от продаж и валовой прибыли.

Как было отмечено ранее, в данной методике не учитываются качественные показатели. Кроме того, недостатки данной методики описаны в работе А. Д. Клименко. В частности сделан вывод о том, что данная методика не работает в условиях нестабильной рыночной экономики.

В отличие от О. А. Дроздова, большинство исследователей [8, 9, 10 и др.] предлагают использовать как количественные, так и качественные показатели. Так, например, в работе О. В. Нарезневой [11] показатели разделены на шесть групп:

- стабильность дохода;
- структура издержек обращения;
- структура сбыта;
- структура оборотных средств;
- трудовой фактор;
- прочие операции.

Данный подход учитывает множество внутренних и внешних факторов, как количественных, так и качественных. К недостаткам следует отнести отсутствие единого интегрального показателя. Так как влияние различных показателей на качество прибыли различно, то сложно сделать вывод о качестве прибыли, если полученные результаты по отдельным показателям или даже группам показателей будут кардинально отличаться. Данная проблема решена в работе О. В. Хистевой [12]. Ей разработан обобщающий показатель качества прибыли, определены его составляющие, обоснованы уровни качества прибыли и их граничные значения.

Так как структура затрат оказывает влияние на качество прибыли, то в качестве одного из методов оценки также используется маржинальный анализ. Данный аналитико-графический подход хорошо представлен в работе А. М. Турило и О. А. Зинченко [13].

Для эффективного управления качеством прибыли важно не только оценить ее в настоящий момент, но и составить прогноз на будущее. Для этого А. И. Олейник и Е. А. Зинченко [14] предлагают использовать экономико-математическое моделирование. Основу модели составляют существующие бизнес-процессы, которые оптимизируются с использованием ключевых показателей эффективности, непосредственно связанных с величиной и качеством прибыли.

Так И. Ю. Сольской, Н. В. Трубиной и Д. А. Динец [15] разработаны статическая и динамическая модели оценки качества прибыли в условиях инфляции. Сделан вывод о том, что качество прибыли в условиях инфляции зависит от степени поддержания, как физического, так и финансового капитала.

Мы предлагаем делить прибыль на две категории: активную и пассивную. Под активной прибылью следует понимать ту часть прибыли, которая была получена предприятием в результате целенаправленного воздействия на деятельность компании. Пассивная прибыль — это часть прибыли, которая была получена предприятием в результате благоприятного стечения обстоятельств. Так, например, положительные курсовые разницы следует отнести к пассивной прибыли, в то время как увеличение объема продаж за счет эффективной маркетинговой кампании следует отнести к активной части.

Для более качественного представления нового метода рассмотрим его на примере управления торгово-материальными ценностями ПАО «Иркутскэнерго». Факторы активной и пассивной прибыли, относящиеся к управлению ТМЦ, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Факторы активной и пассивной прибыли

Активная прибыль	Пассивная прибыль
Грамотное планирование потребности в ТМЦ	Переоценка активов по существующей системе или МСФО
Грамотное планирование закупок ТМЦ	Обесценивание запасов
Грамотное управление складскими запасами ТМЦ (избавление от излишков)	Метод списания активов (FIFO, LIFO)
Вовлечение невостребованных ликвидных активов	Невидимые проценты
Соответствие план/факт потребностей ТМЦ при выполнении проектов	

Факторы активной прибыли имеют довольно теоретический вид, однако для расчетов необходимы более конкретные значения. С этой целью была выведена следующая формула общего экономического эффекта по активной прибыли:

1. $\Delta \text{о} = \Delta \text{в} + \Delta \text{р}$
2. $\Delta \text{в} = \text{Цб} * \text{К}$
3. $\Delta \text{р} = \text{К} * (\text{Цб} - \text{Цр}) + (\text{Цф} - \text{Цп})$

В таблице 2 представлены расшифровки всех сокращений с дополнительной информацией.

Таблица 2

№ П/П	Наименование величины	Обозначение	Ед. изм.	Источник данных
1	2	3	4	5
1.	Общий экономический эффект	Эо	Тыс.руб	Определяется по формуле (1)
2.	Эффект от вовлечения ТМЦ в пр-во	Эв	Тыс.руб	Определяется по формуле (2)
3.	Эффект от реализации невостребованных ТМЦ	Эр	Тыс.руб	Определяется по формуле (3)
4.	Цена реализации	Цр	Тыс.руб/ед. изм ТМЦ	По результатам торгов
5.	Цена балансовая	Цб	Тыс.руб/ед. изм ТМЦ	КСУ
6.	Количество ТМЦ	К	ед. изм ТМЦ	Фактические данные
7.	Цена факт	Цф	Тыс.руб.	По результатам, выявленным отделом по управлению ТМЦ
8.	Цена факт	Цп	Тыс.руб.	Фактические данные по окончании проекта

Таким образом, указанная формула позволит с максимальной точностью и достоверностью определить существующий экономический эффект по активной прибыли, а так же выявить грамотность управления товарно-материальными ценностями, их планирование и соответствие реальной

вовлеченности запасов в проекты. Для выявления эффективности предлагаемой модели авторами статьи была создана модель проекта с использованием запасов и представлены необходимые расчеты. Результаты активной прибыли представлены на рисунке 1.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1	Номенклатура	Количество	Цена балансовая	Цена реализации	Количество план	Количество факт	Стоимость план	Стоимость факт	Эв	Эр	Эо	
2	Труба 820*9 17Г1С ГОСТ 20295-85	928,83	63 219,28	70 350,00	5,00	4,00	340,32	272,25	272,25	-28 590,94	-28 318,69	
3	Запор регулирующий поворотный Ду 800 Ру 25 H31300CS с эл. приводом SA.10.1/GS 160.3/GZ 160.3	7,00	1 238 797,06	1 026 512,86	3,00	2,00	530 913,03	353 942,02	353 942,02	247 597,39	601 539,41	
4	Змеевик ВЭК ф32x4 I=86118 ч.123031	21,00	41 496,00	58 490,87	4,00	4,00	7 904,00	7 904,00	7 904,00	-67 979,48	-60 075,48	
5	Компенсатор сильфонный 2 SKU.ППУ.1П-25-800-420.К ИЯНШ 300.260.033 ТУ	6,00	731 807,00	1 164 115,80	1,00	1,00	121 967,83	121 967,83	121 967,83	-432 308,80	-310 340,97	
6	Кран фланцевый с ручной Ду32 Ру40 285507	162,00	1 767,97	1 567,80	15,00	15,00	163,70	163,70	163,70	3 002,55	3 166,25	
7											общий экономический эффект	205 970,52

Рис. 1. Активная прибыль модельного проекта

Предложенная методика включает в себя так же пассивную прибыль. Для расчетов пассивной прибыли, представленной на рисунке 2, были взяты

данные у отдела закупок и выбора поставщиков ПАО «Иркутскэнерго». В качестве «невидимых процентов» принимается показатель WACC.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Номенклатура	Текущая стоимость	Стоимость по МСФО (справедливая стоимость)	Переоценка активов, разница в руб	Обесценивание	Невидимые проценты	Эо
2	Труба 820*9 17Г1С ГОСТ 20295-85	63 219,28	79 416,06	16 196,78	-7 130,72	14,65%	1327,996
3	Затвор регулирующий поворотный Ду 800 Ру 25 Н31300С3 с эл. приводом SA.10.1/GS 160.3/GZ 160.3	1 238 797,06	1 556 176,87	317 379,81	212 284,20	14,65%	77585,18
4	Змеевик ВЭК ф32x4 l=86118 ч.123031	41 496,00	52 127,28	10 631,28	-16 994,87	14,65%	-932,139
5	Компенсатор сильфонный 2 СКУ.ППУ.1П-25-800-420.К ИЯНШ 300.260.033 ТУ	731 807,00	919 295,95	187 488,95	-432 308,80	14,65%	-35861,2
6	Кран фланцевый с ручкой Ду32 Ру40 285507	1 767,97	2 220,92	452,95	200,17	14,65%	95,66959
7					общий экономический эффект		42215,5
8	WACC	14,65%					

Рис.2. Пассивная прибыль от ТМЦ

Сравнивая результаты по модельному проекту, получаются следующие данные: активная прибыль — 205 970,95 руб., пассивная прибыль — 42 215,5 руб.

Новая методика предлагает следующую формулу коэффициента качества прибыли:

Коэффициент качества прибыли = доля активной прибыли / доля пассивной прибыли

Соответственно, коэффициент качества прибыли от управления запасами ТМЦ в ПАО «Иркутскэнерго» рассчитывается как 205 970,95 / 42 215,5 и равен 4,55. В результате расчетов было выведено, что управление ТМЦ в компании обладает высоким коэффициентом качества прибыли.

Таким образом, качество прибыли является сложной экономической категорией, от эффективного управления которой зависит успешность деятельности компании в будущем. На качество прибыли оказывают влияние такие факторы, как достоверность финансовой отчетности, выбранная учетная политика, режим налогообложения, ассортимент продукции, структура издержек, ценовая политика, прочая реализация и вне реализационная деятельность компании. Предложенный подход к оценке качества прибыли на основе ее деления на активную и пассивную позволит руководству более эффективно управлять компанией и выявлять резервы роста. ■

1. Ефимова О. В. Анализ финансовой отчетности / под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2009. – 451 с.
2. Ефимова О. В. Анализ финансовой отчетности / под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2009. – 451 с.
3. Броило С. В. Оценка качества прибыли торгового предприятия / С. В. Броило // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2005. - №74. – С. 32-35.

4. Булдакова М. В. Методики диагностического анализа качества прибыли на примере ООО «Диана К» / М. В. Булдакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. - №4. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/04/2185>.

5. Дроздов О. А. Система количественных показателей качества прибыли предприятия / О. А. Дроздов // Финансовый анализ. – 2010. – № 17. – С. 22-28.

6. Там же.

7. Дроздов О. А. Система количественных показателей качества прибыли предприятия / О. А. Дроздов // Финансовый анализ. – 2010. – № 17. – С. 22-28.

8. Броило С. В. Оценка качества прибыли торгового предприятия / С. В. Броило // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2005. - №74. – С. 32-35.

9. Булдакова М. В. Методики диагностического анализа качества прибыли на примере ООО «Диана К» / М. В. Булдакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. - №4. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/04/2185>.

10. Нарезнева О. В. Система показателей анализа «качества» прибыли / О. В. Нарезнева // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2009. – №9. – С. 25-26.

11. Там же.

12. Khisteva O. Using the mathematical methods in process of building enterprise profit quality estimation / O. Khisteva // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2007. – Т. 3. - №1. – С. 25-29.

13. Турило А. М. Аналитико-графический подход к измерению качества прибыли предприятия / А. М. Турило, О. А. Зинченко // Экономика промышленности. – 2009. – Т. 47. - №4. – С. 171-175.

14. Там же.

15. Сольская И. Ю. Анализ и оценка эффективности в системе управления предприятием железнодорожного транспорта / И. Ю. Сольская, Н. В. Трубина, Д. А. Динец. – Иркутск: Изд-во ИргУПС, 2009. – 308 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Броило С. В. Оценка качества прибыли торгового предприятия / С. В. Броило // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник научно-исследовательского центра

корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2005. - №74. – С. 32-35.

Булдакова М. В. Методики диагностического анализа качества прибыли на примере ООО «Диана К» / М. В. Булдакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. - №4. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/04/2185>.

Дроздов О. А. Система количественных показателей качества прибыли предприятия / О. А. Дроздов // Финансовый анализ. – 2010. – № 17. – С. 22-28.

Ефимова О. В. Анализ финансовой отчетности / под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2009. – 451 с.

Клименко А. Д. Апробация методики оценки качества прибыли предприятия / А. Д. Клименко. – 2012. – [Электронный ресурс]. – URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1944/43738_fe64.pdf.

Нагайчук В. В. Оценка и контроль качества прибыли предприятия / В. В. Нагайчук, А. В. Кашпрук // Наука и экономика. – 2014. - №1(33). – С. 157-161.

Нарежнева О. В. Система показателей анализа «качества» прибыли / О. В. Нарежнева // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2009. – №9. – С. 25-26.

Олейник А. И. Управление качеством прибыли предприятия на основе экономико-математического моделирования / А. И. Олейник, Е. А. Зинченко //

Наука и бизнес: пути развития. – 2010. - №1. – С. 54-55.

Сольская И. Ю. Анализ и оценка эффективности в системе управления предприятием железнодорожного транспорта / И. Ю. Сольская, Н. В. Трубина, Д. А. Динец. – Иркутск: Изд-во ИрГУПС, 2009. – 308 с.

Турило А. М. Аналитико-графический подход к измерению качества прибыли предприятия / А. М. Турило, О. А. Зинченко // Экономика промышленности. – 2009. – Т. 47. - №4. – С. 171-175.

Khisteva O. Using the mathematical methods in process of building enterprise profit quality estimation / O. Khisteva // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2007. – Т. 3. - №1. – С. 25-29.

New Approach to Measuring the Quality of Enterprise Income

© Bobkova N., Zarubina A., 2016

The purpose of this article is to generalize the main approaches to assessment of the quality of income and models to forecasting and improving qualitative characteristics of income. Both qualitative and quantitative factors that influence the assessment of quality of income are considered. Among them are dynamics of sales profitability, operating and financial leverages, accounting principles used by the company, income structure, reliability of financial statements and etc. Different author's techniques to assess the quality of income based on systems of key indicators are presented. New approach to measuring the quality of enterprise income is presented.

Keywords: quality of income, assessment of quality of income, factors influencing the quality of income.

УДК 338.02

АКТУАЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

© Горбатенко В. В., Катровский Ю. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрена актуальность управленческого учета для малого и среднего бизнеса, понятие об управленческом учете в целом. Также, проанализированы малые и средние предприятия, их достоинства и недостатки. В статье имеются ссылки на Федеральные Законы РФ, постановления Правительства РФ. Выявлена и обоснована необходимость ведения данного вида учета на предприятиях. На основе проделанного исследования авторами сформированы характеристики правильного ведения управленческого учета и была выявлена необходимость ведения управленческого учета на малых и средних предприятиях.

Ключевые слова: управленческий учет, малый и средний бизнес, финансирование, НДС, бухгалтерский учет, себестоимость.

В современной экономике существует разделение на малый, средний и крупный бизнес. Что же такое малый, средний бизнес и в чем их особенности. Для нормального функционирования экономики страны малое и среднее предпринимательство имеет огромное значение, так как за счет такого рода

предпринимательства создаются новые рабочие места, и поддерживается рыночная конкуренция.

Также, малые и средние предприятия выполняют множество других функций, полезных для экономики страны в целом, например, снижение безработицы, увеличение бюджета государства, раскрытие потенциала молодых

работников, проводят социализацию населения и многое другое.

Существуют критерии разделения на малые и средние предприятия, такие как: численность работников должна быть от 101 до 250 человек для среднего и до 100 человек на малом предприятии, выручка субъекта от реализации без учета НДС за календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства. Также, Правительство РФ установило новые предельные значения выручки от реализации для отнесения экономических субъектов к категориям малого и среднего предпринимательства. Постановлением от 13 июля 2015 г. № 702 установлено, что порог выручки от реализации товаров (работ, услуг) за календарный год без учета НДС для малых предприятий — 800 млн. рублей, для средних предприятий — 2 млрд. рублей [1].

Существуют особенности, помимо критериев, определенных государством, которые отличают крупные предприятия от малых и средних. К таковым могут относиться: упрощенная форма управления предприятием, небольшой круг сбыта продукции, особый вид финансирования. Эти и другие особенности дают возможность небольшим фирмам конкурировать с крупными корпорациями.

У любого вида предпринимательства есть свои плюсы и минусы. Сначала разберемся с преимуществами малого и среднего бизнеса. К ним можно отнести: быстрое реагирование на смену ситуации в мире и на рынке, быстрый оборот денежных средств на предприятии, более разумное использование ресурсов, сниженный риск различных издержек.

Говоря о недостатках, следует упомянуть зависимость малых и средних предприятий от крупных компаний; небольшое количество сотрудников, от чего страдает качество управления предприятием; еще один существенный недостаток малого предпринимательства — это настороженное отношение инвесторов и банков, к которым обращаются данные предприятия за кредитами для развития своего дела.

Ограниченный доступ к финансовым ресурсам, усиление конкуренции на рынке сбыта, а также другие негативные явления, характерные исключительно для предприятий малого и среднего бизнеса создают предпосылки для точного контроля по себестоимости продукции, и как следствие учета затрат [2].

На сегодняшний день малый и средний бизнес занимает около 70–80 % от общего числа предприятий в Европе, например, в США в данной области работает около 53 % всего работоспособного населения, в Японии — 71 %, а в странах Европейского союза в малом и среднем бизнесе задействована половина трудоспособного населения. В России же средний и малый бизнес

появился относительно недавно. В Российских компаниях дела шли успешно, и производство росло, так как денежных поступлений было в избытке, но после кризиса конкуренция резко возросла, и многие предприятия оказались банкротами, из-за недостатка опыта управления таким видом бизнеса. В отличие от российских компаний, европейские же предприятия смогли его пережить и приспособиться. Мы полагаем, что одним из факторов, которые могут принести успех в тяжелой экономической ситуации, будет вовлеченность руководителей в контроль затрат, и как следствие введение управленческого учета на предприятиях.

В самом широком понимании управленческий учет охватывает все аспекты деятельности предприятия.

«Управленческий учёт — система ведения записей о деятельности организации, позволяющая распределять ресурсы по видам деятельности, целевым программам и задачам; используется для принятия решений по оптимизации деятельности, обоснованию стоимости услуг, обеспечению контролю над результатами» [3].

Однако для предприятий малого и среднего бизнеса предусматривать инструменты в полном объеме для организации системы управленческого учета в большинстве случаев излишне. К тому же система бухгалтерского учета позволяет получить данные о составе затрат, и руководители полагаются при принятии решений на такие данные. Состав и структура данных в бухгалтерском учете определяются в соответствии с требованиями российского законодательства и в первую очередь должны соответствовать этим требованиям. Ответственным за ведение бухгалтерского учета определяется главный бухгалтер (ФЗ №402-ФЗ) или иное лицо, определенное в порядке, предусмотренном в законодательстве. Так как такие данные подлежат контролю со стороны государства (большинство налоговых платежей определяются на основании данных бухгалтерского учета) основной задачей бухгалтерии становится точность данных. Но задачи управленческого учета гораздо шире, и требуют несколько иного взгляда, в частности на затраты предприятия. Постановка любого учета часто относится к компетенции бухгалтерской службы предприятия, и при отсутствии четкого понимания у руководителя результата (необходимой информации для принятия решений) приводит к тому что система учета (любая) сформирована только основываясь на требованиях бухгалтерского учета. Различие в учете затрат в бухгалтерском учете и управленческом существенны, и методы учета затрат применяемые в бухгалтерском учете являются только частью управленческого учета затрат.

Ограничения, сформированные при таком подходе, негативно влияют на качество

предоставляемой руководителю информации. Достоверность такой информации неоспорима, но выводы об эффективности того или иного процесса, продукта могут быть ошибочны.

При определении необходимых элементов управленческого учета считается что бухгалтера должны принимать во внимание ситуацию на рынке, конкурентов и другие факторы внешней среды, то есть выполнять функции аналитиков. В средних и малых предприятиях аналитические функции выполняет руководитель, поэтому целесообразно используя знания рынка, тенденции, внутренние процессы на предприятии сформировать состав необходимых элементов управленческого учета. Многие руководители недооценивают важность такого учета, и традиционно весь учет определяется мнением главного бухгалтера, что в силу объективных причин не приносит должного эффекта.

При дефиците ресурсов и понимания того, что контроль затрат, а также распределение ресурсов в наиболее прибыльные продукты является одним из ключевых факторов для удержания позиций на рынке, наличие элементов систем управленческого учета залог успешного функционирования предприятия.

Изначально, при формировании концепций управленческого учета, само понимание такого учета применялось для учета и контроля затрат, и по настоящий момент в ряде стран сохраняется такой подход к управленческому учету.

Процесс принятия решений, быстрые коммуникации, отсутствие большой формализации процессов позволяет реализовать преимущества малых и средних предприятий в конкуренции с крупными компаниями, однако отсутствие достоверных данных могут такие преимущества нивелировать. И если в холдингах, как правило системы учета управленческого учета выстроены, отделены от бухгалтерского учета и постоянно совершенствуются то в небольших предприятия часто подменяются понятия оперативного и управленческого учета. Конечно, любые данные должны быть оперативны и достоверны, но состав и полноту должен определять руководитель.

Нельзя предложить универсальный рецепт для каждого предприятия, так как особенности рынков, организации бизнес процессов, структуры, характера бизнеса предполагает для каждого предприятия исключительный для него набор информации. К тому же стандартизованный учет это по сути своей бухгалтерский учет.

Понимание руководителем предприятия методов оценки себестоимости, инструментов по учету затрат дает возможность сформировать принципы учета, позволяющие именно этому предприятию получать все необходимые данные для принятия решений. Минимизировать затраты и предупреждать убытки предприятия связанные с неправильной загрузкой производства или некорректной оценкой себестоимости продукта.

Таким образом, управленческий учет на малом и среднем предприятии актуален в наши дни. Каким образом вести данный учет каждое предприятие решает по-разному. Практически всегда на предприятии имеются элементы управленческого учета, например, оперативный учет. Главное, что бы все элементы данной системы функционировали для достижения успеха компании. ■

1. . Постановление Правительства РФ от 13 июля 2015 г. N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ.РУ - URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/637548/> (Дата обращения: 30.08.2016)

2. Малый бизнес: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] // Jake & Kate Percy - URL: <http://jkpersyblog.com/malyj-biznes-preimushhestva-i-nedostatki/> (Дата обращения: 30.08.2016)

3. URL:ar.economy.gov.ru/common/img/uploaded/cdocument/GlosElektrUchebnikAdminreforma_v1_2008_05_26.doc (Дата обращения: 30.08.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

URL:ar.economy.gov.ru/common/img/uploaded/cdocument/GlosElektrUchebnikAdminreforma_v1_2008_05_26.doc (Дата обращения: 30.08.2016)

Малый бизнес: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] // Jake & Kate Percy - URL: <http://jkpersyblog.com/malyj-biznes-preimushhestva-i-nedostatki/> (Дата обращения: 30.08.2016)

Постановление Правительства РФ от 13 июля 2015 г. N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ.РУ - URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/637548/> (Дата обращения: 30.08.2016)

The relevance of management accounting for small and medium-sized businesses

© Gorbatenko V., Katrovskii I., 2016

This article is about the relevance of management accounting for small and medium business and the concept of management accounting. Also, it analyses small and medium-sized enterprises, their advantages and disadvantages. The article includes links to the Federal Laws of the Russian Federation, decrees of the Government of the Russian Federation. Authors were identified the need of doing this type of accounting in working. On the basis of this study, the authors formed the characteristics of management accounting and identified the need for inclusion of management accounting in manufacturing.

Keywords: management accounting, small and medium business, financing, VAT, accounting, cost.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА: ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОТРУДНИКОВ С ЛИЧНОСТНЫХ НА КОРПОРАТИВНЫЕ

© Гулюк Н. В., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

На сегодняшний день выбор модели менеджмента — японской, американской или европейской — способствует успешному управлению компанией и позволяет достигать различные цели. Большинство российских компаний придерживается европейской модели менеджмента, в то время как наиболее продуктивной принято считать японскую из-за долгосрочных перспектив, присущего коллективизма и ориентацию сотрудников на ценности компании. Автор предлагает обратить внимание на ключевые факторы управления ценностями компании, чтобы они встали на один уровень с личностными, что, в свою очередь, позволит адаптироваться к изменению модели менеджмента в будущем.

Ключевые слова: ценности, японская модель менеджмента, американская модель менеджмента, европейская модель менеджмента.

Внедрение эффективной системы управления компанией базируется на том, какую модель менеджмента выбирает руководство. Согласно принципам выбранной модели будет определяться дальнейший стиль и ориентация управления, отношения в коллективе, степень контроля на тех или иных уровнях, организационная структура и т.д.

Каждое государство прошло свой экономический путь развития, согласно которому и развивались те или иные модель управления. Европейские страны, Япония, США стали основоположниками этих моделей, поскольку являлись развитыми странами. Они создали особенности менеджмента, имея некоторый опыт в управлении экономикой страны. Предложенные

модели — разные, однако есть и сходства. Таким образом, каждое государство, отслеживая развитие моделей менеджмента других, развивала и совершенствовала собственную. Это развитие продолжается до сих пор. Оно связано с культурными, языковыми особенностями страны, менталитетом ее населения, географическим положением, соседством с другими странами, экономическим устройством, роли государства во внешней экономике и политике и др. Традиционно из всех моделей выделяют японскую, американскую, европейскую модели менеджмента [1].

В мире известны три модели менеджмента — японская, американская и европейская. Каждая из них характеризуется особым образом:

	Японская модель	Американская модель	Европейская модель
1. Принятие управленческих решений	Коллективно, на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решения	
2. Ответственность	Коллективная	Индивидуальная	
3. Структура управления	Нестандартная, гибкая	Строго формализованная	
4. Организация контроля	Неформальная	Четко формализованная процедура	Строго по иерархии
5. Рамки контроля	Коллективный контроль	Индивидуальный контроль руководства	
6. Продвижение по карьерной лестнице	Замедлительная оценка работы сотрудника и карьерный рост	Быстрая оценка результата труда, ускоренное продвижение по службе	
7. Основное качество руководителя	Умение осуществлять координацию действий и контроль	Профессионализм	
8. Ориентация управления	На группу	На отдельную личность	
9. Оценка управления	По достижению гармонии в коллективе	По индивидуальному результату	
10. Подготовка кадров	Универсального типа	Узкоспециализированные специалисты	
11. Продвижение	По старшинству и стажу работы	По личным достижениям	

12. Занятость	Долгосрочная	На короткий период	
13. Оплата труда	По показателям работы группы, по стажу работы	По индивидуальным показателям и достижениям	
14. Качество работы	Сделать лучше	Сделать дешевле	Сделать быстро и больше

Сходство европейской и американской моделей менеджмента обусловлено тем, что обе имеют потребность в научном, рациональном обосновании принимаемых управленческих решений. Европейцы также думают, что сам «прогресс» должен служить человеку и никак иначе. В японской же модели, наоборот, команда трудится на пути к прогрессу, коллективная проектная работа развита хорошо, а сотрудники именуется «специалистами» не столько из-за своего высокого профессионализма, сколько из-за самоотдачи и трудолюбия [4] [1].

Поскольку большинство российских компаний работают по принципу европейской модели менеджмента, то умение работать в команде сотрудникам таких компаний не столь присуще. Инструменты управления внедряются лишь формально, в то время как реальная эффективная система управления отсутствует.

Менталитет российских сотрудников устроен так, что они работают исключительно по своему рабочему графику, привыкли решать проблемы самостоятельно, а все рабочие дела оставляют работе. Личные ценности, такие как семья, друзья, личная жизнь и дети, остаются в приоритете, соответственно работа уходит на второй план. Соответственно, для таких работников является ненормальным задержаться на работе ради выгодного проекта, работать в команде и при необходимости осуществлять ее в разное время суток, местами неудобное для семейного времяпровождения.

Личностные ценности оказывают сильное влияние на мотивацию и поведение человека, что в дальнейшем ведет в ухудшению его работоспособности и успеху компании в целом. В 1999–2002 годах было опрошено 246 сотрудников разных российских компаний. Большинство из респондентов определили главными ценностями личное материальное благополучие, самореализацию, саморазвитие, комфорт, внутреннее спокойствие, возможность реализовать собственный будущий бизнес, а также благополучие собственных близких людей (семьи и детей) [3].

Организационные ценности по-другому называют «корпоративной ДНК», так как они определяют отличительные черты отдельно взятой компании, ее уникальный стиль внутренней жизнедеятельности, внешних отношений и системы реализации контроля и проявляются в узнаваемом имидже компании. Ценности компании — это совокупность ценностей, которые декларирует и

культивирует менеджмент, они поддерживаются большинством персонала.

Инструменты повышения корпоративных ценностей над собственными определяются следующими факторами:

- Достижение полной ясности и понимания со стороны персонала ключевых факторов успеха организации, того, из чего складывается их заработная плата и отпускные;
- Выявление общих ценностей организации, а также достижение их полного понимания и признания самими сотрудниками;
- Донесение информации до понимания каждого сотрудника того, что он должен делать изо дня в день для успешного существования компании на рынке;
- Установка доверительного эффективного взаимодействия между различными иерархическими уровнями управления [2].

Выстраивая корпоративные ценности согласно приложенным четырем факторам, руководство сможет адаптировать своих сотрудников к изменению модели менеджмента. При перемене в сторону модели японского менеджмента необходимо помнить:

1. О дистанции власти (руководство морально на одном уровне с подчиненными, готово помочь и оно такой же игрок команды, как и все);
 2. О долгосрочной занятости и долгосрочном планировании (ставить цели на годы вперед, вовлекая людей в проекты идеями, выгодными для них перспективами, чтобы занятость в компании была постоянной);
 3. Об избегании неопределенностей (те самые выше перечисленные факторы изменения ценностей сотрудников достигаются прозрачностью информации и отношений в коллективе на разных уровнях управления);
 4. О переходе от индивидуализма к коллективизму (в какой-то степени сотрудники любой организации предпочитают действовать как индивиды, а не как члены какой-то проектной группы, соответственно, важно приобщать людей друг к другу путем совместных мероприятий, развитием корпоративной культуры и т.п.)
- При переходе от индивидуализма к коллективизму (в какой-то степени сотрудники любой организации предпочитают действовать как индивиды, а не как члены какой-то проектной группы, соответственно, важно приобщать людей друг к другу путем совместных мероприятий, развитием корпоративной культуры и т.п.) Весь профессионализм менеджмента сводится к

способности координировать и управлять ценностями компании. Оно предполагает выявление общих ценностей различных категорий работников, ведь именно они являются факторами результативности, создающими конкурентные преимущества, способствующие успеху компании. Эффективное управление корпоративными ценностями включает внимательное и уважительное отношение менеджмента к личностным ценностям работников, что ведет их к долгосрочному пребыванию в компании, приобщает и располагает к коллегам, способствует успешному развитию проектной деятельности, что, в свою очередь, помогает адаптироваться к новым моделям менеджмента. ■

1. Володина А.С., Экономика и управление, Володина А. С. Сравнительная характеристика японского, американского и европейского менеджмента // Молодой ученый. — 2010. — №1-2. Т. 1. — С. 178-180

2. Калужнов Н. В. Внутриорганизационное обучение и развитие персонала в западной и восточной организационных культурах / Н.В. Калужнов // Социальная регионология. Межвуз. сб. Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. - Вып. 2. - С.86-118.

3. Павлова Н.А. Методы диагностики, формирования и развития организационной культуры / Н.А. Павлова М., 1995.С. 166.

4. Шонбергер Р. Японские методы управления производством. – М.: Экономика, 2001.с. 128.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Володина А.С., Экономика и управление, Володина А. С. Сравнительная характеристика

японского, американского и европейского менеджмента // Молодой ученый. — 2010. — №1-2. Т. 1. — С. 178-180

Калужнов Н. В. Внутриорганизационное обучение и развитие персонала в западной и восточной организационных культурах / Н.В. Калужнов // Социальная регионология. Межвуз. сб. Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. - Вып. 2. - С.86-118.

Павлова Н.А. Методы диагностики, формирования и развития организационной культуры / Н.А. Павлова М., 1995.С. 166.

Шонбергер Р. Японские методы управления производством. – М.: Экономика, 2001.с. 128.

Analysis of management models: changing values from personal to corporate ones

© Gulyuk N. 2016

Nowadays the choice of the management model — Japanese, American or European — promotes company with successful management and allows achieving various goals. Most of the Russian companies adheres to the European model of management, while it is considered that the most productive one is the Japanese model, because of long-term planning, collectivism and orientation of employees to the corporate values.

The author highlights the key factors of changing values of the company, so that they could be on the same level with personal ones, which, respectively, will allow a company to adapt itself to a change of management mode in the future.

Keywords: values, Japanese management model, American management model, European management model.

УДК 336.7

РОССИЙСКАЯ БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ — ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ

© Данилович В. Ю., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье автором были проанализированы достаточно актуальные проблемы в банковском секторе в период кризиса, которые могут негативно повлиять на всю экономику в России.

Ключевые слова: банк, санкции, банковская система, SWIFT, процентные ставки, Центральный банк, платежные системы, экономика.

В этой статье мы рассмотрим работу банковской системы России в условиях санкций, то есть, как санкции повлияли на банковский сектор. В статье будет проанализирована динамика изменений ключевой ставки ЦБ, задачи платежной системы России и возможное отключение России от международной системы SWIFT. Введение экономических санкций оказало существенное влияние на банковскую систему Российской Федерации, которые в

долгосрочной перспективе может привести к серьезным экономическим последствиям.

В конце 2014 года чувствовался недостаток наиболее ликвидных активов в связи с процессами девальвации и стремлением населения снять сбережения. Поэтому крупные банки в России столкнулись с финансово-экономическими проблемами. Для того чтобы стабилизировать рубль Банк России был вынужден повысить ключевую процентную ставку с 10,5 % до 17 %, но

это не помогло спасти рубль от падения по отношению к иностранным валютам, далее активизировалась проблема ликвидности. Поэтому в начале 2015 года, несмотря на уменьшения

ключевой ставки до 15 %, отсутствие ликвидности начали испытывать почти все малые и средние банки.

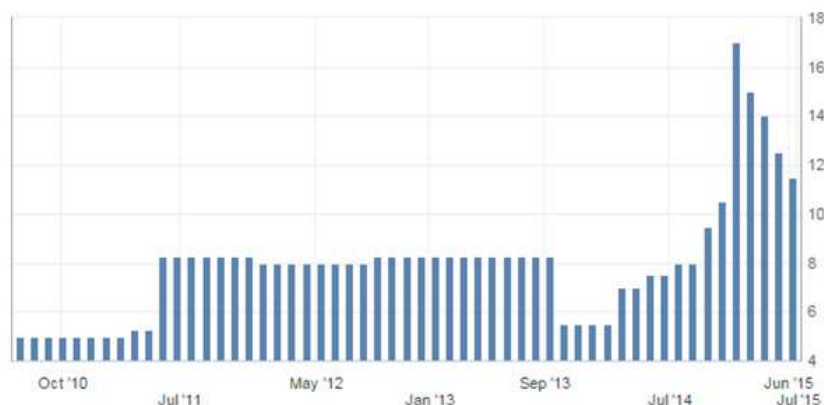


Рис.1. Динамика роста ключевой ставки ЦБ в России с октября 2010 г. до июля 2015г.[4]

Учитывая рост напряженности в отношениях между Россией и США, эксперты сходятся во мнении, что в случае введения более серьезных санкций экономика России серьезно пострадает. Российские компании уже испытывают трудности с привлечением кредитов за рубежом. Тем не менее, считается, что собственная экономика России вредит себе намного больше, чем санкции. Вместо смягчения денежно-кредитной политики, которая может помочь отечественной промышленности, ЦБ последовательно ужесточает ее, «манипулируя» ключевой ставкой. С начала 2015 этого года

инфляция достигла уровня 5,8 %. В середине декабря Центральный банк повысил ключевую процентную ставку с 10,5 % до 17 %, то в конце января уменьшил до 15 %. На сегодняшний день ЦБ понизил процентную ставку в России до 10 % [4]. Глава Центрального банка Эльвира Набиуллина сказала, что уровень ставок будет использоваться в качестве основного инструмента, чтобы повлиять на инфляцию. За полтора года ключевая ставка изменялась целых 8 раз и снизилась на 7 %. Например, ФРС США изменил ключевую ставку 1 раз за 9 лет.

Таблица 1. Динамика (изменения) ключевой ставки ЦБ РФ с 16.12.2014[4]

Период действия	Ключевая ставка, %	Границы коридора процентных ставок, %**	Ставка рефинансирования (справочно), %
с 19 сентября 2016 г. по 28 октября 2016 г.	10,00	10,25–9,00	*
с 14 июня 2016 г. по 18 сентября 2016 г.	10,50	11,50–9,50	*
с 03 августа 2015 г. по 13 июля 2016 г.	11,00	12,00–10,00	8,25*
с 16 июня 2015 г. по 02 августа 2015 г.	11,50	12,50–10,50	8,25
с 05 мая 2015 г. по 15 июня 2015 г.	12,50	13,50–11,50	8,25
с 16 марта 2015 г. по 04 мая 2015 г.	14,00	15,00–13,00	8,25
с 02 февраля 2015 г. по 15 марта 2015 г.	15,00	16,00–14,00	8,25
с 16 декабря 2014 г. по 01 февраля 2015 г.	17,00	18,00–16,00	8,25

**Границы коридора процентных ставок указываются следующие: Предоставление ликвидности — Абсорбирование ликвидности.[2]

*С 13 сентября 2013 года и по 31.12.2015 год ставка рефинансирования составляла 8,25, а начиная с 01.01.2016 самостоятельное значение ставки рефинансирования Банком России не устанавливается и не озвучивается даже справочно.[4]

В то же время, жесткая денежно-кредитная политика Центрального банка Российской Федерации и санкции Запада привели к тому, что для крупного и среднего бизнеса кредиты стали очень тяжелым бременем. Крупные компании, как правило, берут кредиты в размере 10 % годовых, предприятия малого и среднего бизнеса на 15 %. Все было бы ничего, если бы не короткий срок кредита, даже крупные корпорации вряд ли могут получить кредиты более чем на 5–7 лет[1]. Принимая во внимание то, что для юридических лиц три основных кредитора — Сбербанк, ВТБ и Газпромбанк, компания-заемщик должна пройти через несколько кругов ада, прежде чем она сможет получить кредит на приемлемых условиях. Если вы сравните цены и условия кредитования в России, на Западе и в Китае, совершенно очевидно, что российские компании связаны по рукам и ногам, что в свою очередь влияет на конкурентоспособность наших организаций. Российские банки уже чувствуют дефицит ликвидности из-за оттока капитала. Нестабильность в банковском секторе усиливается действиями ЦБ, которые хоть и контролируются правилами документа Базель-III.[3] Помимо этого, уменьшается количество банков в стране. В регионах, проблема еще серьезнее, так как только несколько крупных федеральных банков могут финансировать крупномасштабные проекты. Затраты, связанные с управлением банковской сети в такой огромной стране, как Россия, могут позволить себе только крупные банки. Создание большого количества филиалов и подразделений — это, для многих банков, убыточная деятельность.[2] Таким образом, банки часто открывают офисы только в крупных городах. Основной доход банка — проценты по кредиту. Коммерческие банки выдают кредиты под больший процент, чем государственные. В период кризиса коммерческие банки предлагали кредиты по ставке 25 % и больше. За два года закрылось около 200 банков. В результате, банки не то, что не процветают, а работают, чтобы только выжить. В заключение можно сказать, что Россия сможет стать конкурентоспособной и создать благоприятный климат для бизнеса. И это может быть достигнуто только с помощью доступных кредитов и более низким ставкам.

В данной статье также будет рассмотрена система SWIFT в период санкций. Европейский союз в Брюсселе рассматривал новые экономические санкции против России, которые могли ограничить доступ к межбанковской системе SWIFT. Этот шаг мог быть крайне болезненным для нашей финансовой и банковской системы. Это удар по российским компаниям и банкам,

ориентированным на экспортно-импортные отношения. Отключение России от SWIFT довольно жестокое наказание: в России около 600 банков используют SWIFT. Отключение от SWIFT ставило под угрозу возможность управлять счетами за рубежом, а также осуществлять зарубежные платежи. Как российские банки будут рассчитываться с иностранными банками? Это ограничение зависит от масштаба. Судя по всему, теоретически, банки могли бы вести прямые переговоры с иностранными партнерами о том, как они будут проводить платежи между собой. Возможно, будут какие-то посредники, работающие за пределами юрисдикции Европейского Союза, который предложит заменить SWIFT, но не факт, что иностранные банки согласятся на такое изменение [5]. Так или иначе, процесс обмена финансовой информацией будет гораздо медленнее и дороже, и найти обходные пути — это способ, который может занять много времени, потому что в дополнение к скорости и цене важна степень защиты канала. Процесс обмена сообщениями между российскими банками и иностранными финансовыми институтами будет значительно затруднен. К счастью, российской банковской системе удалось избежать отключения от SWIFT. Возможно, это связано с тем, что большинство европейских стран сильно зависят от поставок энергоносителей из России. Невозможность провести платежи и замедление и остановка поставок приведет к коллапсу европейской экономики и резкому падению уровня жизни.[4]

В марте 2014 года США направила четыре волны санкций, в том числе в отношении российских банков. Под ними оказались АБ «Россия», Собинбанк, СМП Банк и Инвест Капитал Банк, а затем ВЭБ, Газпромбанк, ВТБ, Россельхозбанк и Банк Москвы. Когда первая группа банков была под санкциями, который включали в себя запрет на работу с Visa и MasterCard, международные переводы и замораживали активы. Для второй группы был введен запрет на привлечение иностранного капитала. Таким образом, банковская система России была фактически отрезана от западных рынков капитала, и имеющиеся источники заимствования стали дороже. Кроме того увеличились валютные риски. Санкции ЕС против российского банковского сектора коснулись лишь крупнейшего банка в Крыму — Российского национального коммерческого банка. 21 марта 2014 года такие банки, как Собинбанк, ИнвестКапиталБанк, СПМ Банк и другие были отключены от платежных систем Visa и MasterCard. Обе платежные системы пластиковых карт

выполняли приказы правительства США и ЕС. Крупнейшие мировые платежные системы Visa и MasterCard заблокировали работу клиентов ряда российских банков из-за санкций, наложенных Западом на РФ.[6] Хотя этот вопрос был решен довольно быстро, ЦБ увидел угрозу финансовой стабильности страны, начиная срочную разработку национальной платежной системы (НПС). Действия ведущих платежных систем мира против России коснулись 7 банков, а пострадали сотни тысяч владельцев карт. В середине декабря 2015 в России заработала национальная платежная система «Мир». Однако система до сих пор не идеальна, так как карты «Мир» работают не во всех банкоматах и магазинах. Крупные банки все еще не перешли на НПС, хотя уже ведется активная пропаганда со стороны государства в отношении НПС «Мир» [7].

Таким образом, российская банковская система и экономика смогли продержаться против западных санкций. Однако в долгосрочной перспективе, проблемы экономики и банковской системы могут привести к глобальным последствиям. ■

1. Голубев А. А. Финансы и кредит: Учеб. Пособие / А. А. Голубев, Н. П. Гаврилов, - СПб.: СПб ГУИТМО, 2006. — 95 с.

2. Матраева Л. В. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для бакалавров / Л. В. Матраева, Н. В. Калинин, В. Н. Денисов — М.: Издательство Дашков и К, 2015. — 304 с.

3. Мишкин Ф. С. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков: Учебник / Ф. С. Мишкин, 7-е издание: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. — 880 с.

4. Ключевая ставка Банка России и все её изменения [Электронный ресурс] // - Электрон. дан. - М., 2016. - URL: <https://bankirsha.com/klyuchevaya-stavka-bankarossii-na-tekushchiy-period.html> (дата обращения: 29.09.2016)

5. Табах А.В. Стоит ли российским банкам бояться отключения SWIFT? [Электронный ресурс] / А.В. Табах// Журнал - Электрон. дан. - М., 2014. - URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/gosplan/266649-stoit-li-rossiiskim-bankam-boyatsya-otklyucheniya-swift> (дата обращения: 29.09.2016)

6. Калюков Е. Visa и MasterCard отключили работающие в Крыму банки [Электронный ресурс] / Е. Калюков // - РБК: справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - М., 2015. - URL: <http://www.rbc.ru/finances/24/12/2015/567bb24b9a79473ce3405cf9> (дата обращения: 29.09.2016)

7. «Мир» придет в Европу [Электронный ресурс] // - справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - М., 2016. -

URL: <http://www.banki.ru/mir/nspk/> (дата обращения: 29.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

«Мир» придет в Европу [Электронный ресурс] // - справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - М., 2016. - URL: <http://www.banki.ru/mir/nspk/> (дата обращения: 29.09.2016)

Голубев А. А. Финансы и кредит: Учеб. Пособие / А. А. Голубев, Н. П. Гаврилов, - СПб.: СПб ГУИТМО, 2006. — 95 с.

Калюков Е. Visa и MasterCard отключили работающие в Крыму банки [Электронный ресурс] / Е. Калюков // - РБК: справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - М., 2015. - URL: <http://www.rbc.ru/finances/24/12/2015/567bb24b9a79473ce3405cf9> (дата обращения: 29.09.2016)

Ключевая ставка Банка России и все её изменения [Электронный ресурс] // - Электрон. дан. - М., 2016. - URL: <https://bankirsha.com/klyuchevaya-stavka-bankarossii-na-tekushchiy-period.html> (дата обращения: 29.09.2016)

Матраева Л. В. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для бакалавров / Л. В. Матраева, Н. В. Калинин, В. Н. Денисов — М.: Издательство Дашков и К, 2015. — 304 с.

Мишкин Ф. С. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков: Учебник / Ф. С. Мишкин, 7-е издание: Пер. с англ. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. — 880 с.

Табах А.В. Стоит ли российским банкам бояться отключения SWIFT? [Электронный ресурс] / А.В. Табах// Журнал - Электрон. дан. - М., 2014. - URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/gosplan/266649-stoit-li-rossiiskim-bankam-boyatsya-otklyucheniya-swift> (дата обращения: 29.09.2016)

The Russian Banking System is in conditions of sanctions — problems and challenges

© Danilovich V., 2016

This article has been analyzed sufficiently «hot» problems in the banking sector in Russia during the crisis and sanctions, which may adversely affect the entire economy in Russia.

Keywords: bank, sanctions, the banking system, SWIFT, the key rate, interest rates, central bank, payment system, economy.

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

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Инвестиционная привлекательность является одним из ключевых показателей развития региона. С каждым годом значение этого показателя увеличивается, а его определение и расчет становятся все более сложными. В данной статье рассматривается актуальность и важность изучения инвестиционной привлекательности региона. В статье описаны основные понятия и составляющие инвестиционной привлекательности, описывается необходимость расчета данного показателя для каждого региона и важность его повышения для субъектов государства. Перечислены основные составляющие факторы, оказывающие влияние на величину данного показателя.

Ключевые слова: Инвестиционная привлекательность, факторы, инвестиционный климат, потенциал, риски, развитие региона, инвестиции

В последние годы, в условиях кризиса и постоянно меняющейся рыночной экономики страны, значительно повышается значение каждого субъекта Российской Федерации. Исходя из этого, на первый план выходит продвижение этих субъектов в плане экономики, тем самым развивая их инвестиционную привлекательность. Политика регионов, в плане инвестиций должны быть сфокусированы, как на привлечение новых источников финансирования извне, так и на полную организацию уже присутствующих в регионе ресурсов, направляя их на создание благоприятного климата в субъекте РФ. Другими словами прежде чем создать план по привлечению специального финансирования из внешних источников, нужно создать с помощью уже существующих инструментов благоприятную среду для внешних источников. Следовательно, первым шагом в планировании инвестиционной политики региона должно стоять изучение инвестиционного потенциала внутренних источников, а уже вторым шагом рассмотрение возможного финансирования из внешних источников.

Рассматривая тему инвестиционной привлекательности нельзя не обратиться к понятиям инвестиционного климата, потенциала и риска региона. Данные понятия играют важную роль в понимании данного термина, а также отражают действительное положение дел в регионе, описывая состояние разных факторов, возможные риски и потенциал развития в будущем [1][2].

Такое понятие, как инвестиционный климат рассматривалось во многих источниках, наиболее понятное, было упомянуто в статье А. Н. Асаула и Н. И. Пасяда. В рассматриваемом определении, под инвестиционным климатом понимается среда, в которой и протекают все инвестиционные процессы. Подобный климат может формироваться под влиянием различных факторов, обусловленных в дальнейшем развитием потенциала региона и возможных рисков. Любой регион Российской Федерации обладает

различными показателями, поэтому на сегодняшний момент не существует какой-то единой формулы инвестиционной привлекательности, по которой могли бы действовать все субъекты. В связи с этим, в идеальном положении дел каждый субъект должен поддерживать сбалансированность всех показателей для достижения привлекательного инвестиционного климата. [1]

Помимо инвестиционного климата, очень важную роль в понимании инвестиционной привлекательности региона играет инвестиционные риски и потенциал. Рассматривая статью А. Н. Асаула и Н. И. Пасяда «Инвестиционная привлекательность региона», под потенциалом региона понимаются общие предпосылки направленности региона в сторону принятия инвестиции. Другими словами, это понятие может быть количественным показателем в определении инвестиционной привлекательности. С другой стороны инвестиционный риск, это качественный показатель уверенности инвестора в своих вложениях. Понятие и учет этих показателей является важным аспектом, как для инвестора, так и для региона, так как необходимо понимать существующее положение среди остальных и оценивать потенциал развития при поступлении инвестиций [1][2].

Таким образом, переходя к анализу важности привлечения и распределения инвестиций в Российской Федерации, очень важно изучить существующую привлекательность региона для инвестиций и создать надежные и гибкие индикаторы определения ее в будущем. Это позволит корректировать средства, выделяемые в целях инвестирования для регионов исходя их реального положения дел и перспективы его развития.

Однако, на сегодняшний момент, инвестиционная привлекательность региона, как совокупность экономических, финансовых, а также иных показателей развития региона, недостаточно используется в качестве интегрального показателя при принятии решений. Несмотря на то, что данная

тема изучается многими специалистами, и уже достаточно проанализирована, большинство регионов не отслеживают этот показатель должным образом. Вследствие чего, распределение инвестиций среди регионов и использование внутренних ресурсов региона происходит со сниженной эффективностью, что тормозит развитие регионов и государства в целом.[3]

Сложности с инвестициями внутри региона возникают также в связи с непривлекательной ситуацией не только для внешних резидентов, но и для внутренних. Из-за такого положения возникает не только отток потенциальных инвесторов извне, но также и местных предпринимателей.

Для полной оценки привлекательности региона необходимо фокусировать своё внимание на всех возможных источниках привлечения денежных средств в регион. Важно в первую очередь обратить внимание на тех инвесторов, которые уже есть в регионе, для того, чтобы технологии, что значительно повысит уровень оснащённости отечественных предприятий и проектов. Однако в большинстве примеров подобных взаимоотношений, субъекты РФ могут стать сильно зависимыми от зарубежных партнёров, что является крайне опасно в условиях внешнеэкономической и внешнеполитической ситуации на мировой арене. Поэтому за последние несколько лет правительством страны был принят ряд мер по которым ужесточается контроль за связями с зарубежными компаниями. Примером таких ужесточений служит закон, принятый в 2008, который определяет порядок работы иностранных инвесторов с рядом компаний, являющихся стратегическими для обеспечения обороны страны. В тоже время, из-за принятых санкций 2014 года, многие иностранные партнёры сокращают, либо прекращают инвестирование.[4]

В таком положении дел, стране необходимо сконцентрироваться на инвестициях исключительно внутри страны, развивая территории для того, чтобы граждане, имеющие возможность финансировать интересные направления были заинтересованы оставить свои капиталы внутри страны, не вкладывая их в зарубежные проекты.

Перспективной задачей инвестиционной политики заключается в том, чтобы качественно мобилизовать собственный капитал региона, для развития внутренней инфраструктуры для повышения уровня инвестиционной привлекательности.

Так как инвестиционная привлекательность это сложный составной показатель, на него влияют различные факторы, данные о которых группируются из таких источников как: Росстат, Минфин, ЦБ РФ, Минсвязи, МВД, Минприроды, прочие рейтинговые агентства [5][6].

Рассматривая показатели инвестиционной привлекательности регионов, важно отметить, что в различных регионах они могут отличаться, в

зависимости от климатических, территориальных и социальных условий региона. Учитывая данные особенности, на сегодняшний день многие специфические регионы, имеют различный уровень развития и влияния их или иных параметров. Однако, для того чтобы проводить более сбалансированную оценку общей инвестиционной привлекательности на данный момент используются общие перечни показателей для всех регионов страны. [5]

Одним из основных количественных индикаторов принято считать уровень инвестиционный потенциал субъекта. Под эти показателем подразумевается учет таких факторов как ресурсно-сырьевые, производственные, потребительские, инфраструктурные, инновационные, трудовые, институциональные и финансовые особенности региона. Данная технология учета основных макроэкономических показателей региона позволяет проводить полный и сбалансированный анализ субъекта по отношению к его потенциалу развития. [5]

Факторами инвестиционного риска являются: политические, экономические, социальные, криминальные, экологические, финансовые и законодательные факторы. Данные факторы являются качественными показателями возможной потери инвестиций в регионе, либо же могут показывать получение дохода. На данные факторы обращается крайне пристальное внимание со стороны бизнесменов, которые могут быть потенциальными инвесторами региона. [5]

Для эффективного развития региона крайне важно сбалансированность показателей влияющих на инвестиционный потенциал региона, так как между ними существует тесная связь и взаимозависимость, поскольку при отдельном развитии каждого из них не будет достигнут синергетический эффект, и рейтинг инвестиционной привлекательности не будет повышаться. Примером этого может служить регион с развитой ресурсно-сырьевой базой, но низкой инфраструктурой и трудовой основой, что отпугнет инвестора. Ведь он не намерен создавать для региона недостающие составляющие. Основная задача инвестора вложения в уже хорошо отлаженный механизм работы региона. Исходя из этого, правительство региона должно в первую очередь озадачиться вопросом мобилизации всех существующих отраслей и ресурсных баз, которые уже присутствуют в регионе, наладить их работу, а уже далее озадачиться вопросом привлечения необходимых инвестиций извне. ■

1. Асаул А. Н., Пасяда Н. И. Инвестиционная привлекательность региона. [Электронный ресурс] / Портал «Асаул.рф» - URL: <http://xn--80aa7awl.xn--p1ai/spisok-pechatnykh-trudov/136-monograph/monografi-izdannye-v-rossii/301-investicionnaja-privlekatel'nost-regiona> (Дата обращения: 10.09.2016)

2. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов 2015 года [Электронный ресурс] / Портал «Нейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА)» - URL: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2015/> (Дата обращения: 12.09.2016)

3. Понятие и факторы формирования инвестиционного климата [Электронный ресурс] / Портал «NewInspire» - URL: <http://newinspire.ru/lektcii-po-mirovoy-ekonomike/ponyatie-i-faktori-formirovaniya-investitsionnogo-klimata-1607> (Дата обращения: 10.09.2016)

4. Федеральный закон N 57-ФЗ от 29 апреля 2008 «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства» [Электронный ресурс] / Портал «Референт» - URL: <https://www.referent.ru/1/189866> (Дата обращения: 1.09.2016)

5. Ковшикова Г. А. Инвестиционный потенциал и инвестиционная активность регионов [Электронный ресурс] / Сборник научных статей «Россия в ВТО: проблемы, задачи, перспективы». - URL: <http://www.ibl.ru/konf/061212/investicionnyj-potencial-i-investicionnaja-aktivnost-regionov.html> (Дата обращения: 11.09.2016)

6. Аналитическая карта инвестиционного климата регионов РФ [Электронный ресурс] / Портал «Инвестиционный портал регионов России» - URL: <http://www.investinregions.ru/> (Дата обращения: 5.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Асаул А. Н., Пасяда Н. И. Инвестиционная привлекательность региона. [Электронный ресурс] / Портал «Асаул.рф» - URL: <http://xn--80aa7awl.xn--plai/spisok-pechatnykh-trudov/136-monograph/monografii-izdannye-v-rossii/301-investicionnaja-privlekatelnost-regiona> (Дата обращения: 10.09.2016)

Аналитическая карта инвестиционного климата регионов РФ [Электронный ресурс] / Портал «Инвестиционный портал регионов России» - URL: <http://www.investinregions.ru/> (Дата обращения: 5.09.2016)

Ковшикова Г. А. Инвестиционный потенциал и инвестиционная активность регионов [Электронный

ресурс] / Сборник научных статей «Россия в ВТО: проблемы, задачи, перспективы». - URL: <http://www.ibl.ru/konf/061212/investicionnyj-potencial-i-investicionnaja-aktivnost-regionov.html> (Дата обращения: 11.09.2016)

Понятие и факторы формирования инвестиционного климата [Электронный ресурс] / Портал «NewInspire» - URL: <http://newinspire.ru/lektcii-po-mirovoy-ekonomike/ponyatie-i-faktori-formirovaniya-investitsionnogo-klimata-1607> (Дата обращения: 10.09.2016)

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов 2015 года [Электронный ресурс] / Портал «Нейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА)» - URL: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2015/> (Дата обращения: 12.09.2016)

Федеральный закон N 57-ФЗ от 29 апреля 2008 «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства» [Электронный ресурс] / Портал «Референт» - URL: <https://www.referent.ru/1/189866> (Дата обращения: 1.09.2016)

Investment attractiveness and factors it consists of

© Dorozhkov N., Kupchinskaja I., 2016

The main purpose of this article is exploring investment attractiveness of the region. Investment attractiveness is one of the main key indicators of the region development. Importance of this indicator is growing yearly and its description and calculation become more complicated. This article is focused actuality and importance of studying of investment attractiveness of the region. This article describes main definitions and key elements of investment attractiveness. Article provides main reasons for developing this indicator for the government subjects. Also, there are described main factors connected with investment attractiveness and causing main affect to the value of the indicator.

Keywords: investment attractiveness, factors, investment climate, potential, risks, region development, investments

УДК 331.108

ГЕЙМИФИКАЦИЯ, КАК НОВЫЙ ТРЕНД В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

© Дынкина Е. Д., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В настоящее время появление молодого поколения на рынке труда приводит к необходимости преобразования и адаптации методов и подходов обучения, поскольку молодое поколение сотрудников, имеют совершенно иную систему ценностей, интересов, и тактику поведения в отличие от своих предшественников. Данная статья рассматривает такой инструмент

обучения персонала, как геймификация, и почему именно данный инструмент обучения, как нельзя лучше воспринимается новым поколением.

Ключевые слова: управление персоналом, геймификация, обучение персонала.

Учитывая быстро меняющиеся условия функционирования предприятий, развитие системы обучения персонала в компании становится не только одним из важнейших факторов успешности компании, но и одним из факторов выживания компании на конкурентном рынке. Активное развитие компаний в различных отраслях экономики, особенно в высокотехнологичных, порождает необходимость в постоянном совершенствовании и самообразовании персонала, улучшении его навыков и умений действовать в критических ситуациях. В настоящий момент человечество живет в веке научно-технического прогресса, в веке в котором постоянно происходит устаревание профессиональных знаний, обновление технологий, техник, совершенствование системы работы с документацией. Все выше перечисленное приводит к необходимости трансформации и пересмотра принятых способов и методов подхода к работе и обучению персонала компаний. Для достижения более эффективной работы персонала, являющимся поколением научно-технического прогресса, важно внедрять актуальные и инновационные инструменты, как для взаимодействия с ним, так и для улучшения технологий обучения. Одним из таких инструментов является геймификация.

На сегодняшний день обучение персонала выступает в роли инструмента, посредством которого можно добиться эффективного управления современной компанией. Обучение персонала позволяет развить знания сотрудников, их навыки и умение работать в полную силу именно в том направлении, которое нужно организации. Персонал, прошедший обучение способен повысить качество работы, минимизировать расходы организации и как следствие увеличить уровень рентабельности компании. Таким образом, постоянное обучение и развитие персонала в наше время стало неотъемлемым элементом в управлении компанией, появилась необходимость создания таких условий в компании, при которых каждый сотрудник смог бы в полной мере раскрыть свой потенциал и внести вклад в работу всей организации.

В настоящее время необходимо иметь четкое понимание того, что люди, работающие в организациях, были воспитаны и выросли на стыке двух абсолютно разных и непохожих друг на друга тысячелетий. Это приводит к необходимости искать исключительно новые способы/подходы к обучению и методы работы с персоналом разных поколений, как для поколения X, так и для поколения Y-Миллениумы. Поколение Y это молодые сотрудники, имеющие иную систему ценностей, интересов, и тактику поведения в

отличие от своих предшественников. Поколение Y в ближайшие годы станет основным кадровым ресурсом стран всего мира и будет составлять 50 % работающего населения. Именно поэтому появление поколения Миллениум на рынке труда приводит к необходимости преобразования и адаптации методов и подходов к обучению с учетом всех особенностей столь уникального поколения — поколения Y.

Инструмент обучения — геймификация, как нельзя лучше вписывается и воспринимается новым поколением, что позволит в дальнейшем лучше усваивать пройденный материал и навыки, на которые было направлено обучение. Такой инструмент, как геймификация в последнее время набирает свою популярность как технология управления персоналом. Использование игровых моментов и механизмов позволяет привлекать ценных сотрудников, повышать их мотивацию, способствует расширению знаний, применению навыков, приобретенных в игре, в реальной деятельности. Число компаний, использующих геймификацию в управлении персоналом, с каждым годом увеличивается. Это связано с несколькими причинами [2]:

- Возможностью использования игровых механизмов, элементов в процессе работы приводит к вовлеченности сотрудников в процессы деятельности компании;
- Использование игровых моментов позволяет прививать сотрудникам корпоративную культуру, чувство сопричастности к общему делу;
- Внедрение информационных технологий в управление персоналом, который активно использует информационные технологии в обыденной жизни;
- Расширение применения информационных технологий, их совершенствование и удешевление;
- Развитие новых форм взаимодействия и коллективной работы в формате онлайн.

Геймификация выступает инструментом решения различных задач, стоящих перед сотрудниками, она увеличивает конкурентоспособность компании в современных условиях, способствует выработке новых нестандартных решений. Геймификация — это способ достичь высокой производительности труда без особого напряжения со стороны сотрудников. Использование игр в управлении персоналом позволяет выявлять лидеров в той или иной области, тем самым эффективнее управлять персоналом, учитывая особенности каждого работника. Более того, геймификация улучшает коммуникативную среду в коллективе.

В настоящий момент существует множество практических рекомендаций по использованию

игровых методик в обучении персонала. Для того, чтобы результаты игры можно было использовать в практических целях, необходимо разрабатывать игровые моменты, которые соответствовали бы целям обучения компании. Игровая активность совместима со всеми традиционными формами обучения: учебниками, видео, слайд-лекциями, семинарами, тренингами, практическими занятиями, моделированием ситуаций [1]. Успешное выполнение заданий должно предполагать вручение награды: бонус, грамота, сертификат, приз, звание и др. Ролевые игры позволяют материализовать идеи сотрудников, что делает их ощутимыми и материальными.

Стремление к обучению можно повысить, создавая игровые ситуации с различными уровнями сложности. Обучающиеся переходят на следующий уровень, преодолевая вызовы все возрастающей сложности. Ключом к переходу на следующий уровень является прогресс. В процессе создания игровой методики необходимо сокращать количество теоретического материала, обучающиеся должны сами знакомиться с теорией в процессе игры. Самостоятельное обучение стимулирует сотрудников к учебе, т.к. они сами выбирают время учебы. Ролевые игры дают простор для воображения, обучающиеся, которые используют свои знания и навыки и применяют их для решения задач в необычных ситуациях, что способствует принятию нестандартных решений. Дух соперничества в игре позволяет улучшать результаты, как командные, так и отдельных участников. Проигравшие же могут извлечь ценную информацию, анализируя свои ошибки.

Некоторые воспринимают такой инструмент, как геймификацию несерьезно, думая, что игра не может быть применима к реальным ситуациям, однако это не так. Ролевые игры позволяют материализовать идеи сотрудников, что делает их ощутимыми и материальными. Ситуативное обучение позволяет использовать результаты обучения сотрудников в реальной трудовой деятельности. Узнаваемые ситуации увеличивают актуальность и способствуют сопереживанию, что вызывает ощущение актуальности обучения и делает его менее техническим или научным. В обучении персонала большая роль отводится бизнес-симуляциям. Они позволяют снизить риски компании при участии их в реальных проектах, выявить эффективных управленцев и ценных сотрудников.

Нами были изучены разнообразные методы геймификации, наиболее полную классификацию по «игровой площадке» предлагает сайт www.smart-edu.com[5]:

- Настольные. В данную классификацию можно отнести игру МТС «Просто» — Партнерство, Результативность, Ответственность, Смелость, Творчество, Открытость;

- Настенные. К данной классификации относятся доски с результатами игры, соревнований и т.п.;

- Дворовые, эти игры содержат задания, выполняемые в городской среде;

- Онлайн игры.

Тренинговая компания «Догма» [3] в качестве основания использует содержание игровых механизмов и на этой основе предлагает следующую классификацию инструментов:

- Соревнование — «Олимпиада»;

- Игра без победителей и проигравших — «Win-Win»;

- Игры с визуализацией — «Эстетика».

Задачи, решаемые в результате применения этих методик различны. Соревновательные игры способствуют повышению производительности и результативности труда каждого работника. Они позволяют повысить командный дух в коллективе и привить корпоративную этику сотрудникам. Игровой механизм «Win-Win» позволяет определить вектор развития каждого сотрудника, обеспечивает коммуникацию как между сотрудниками, так и руководитель-сотрудник. Отсутствие проигравших способствует сплочению команды, улучшить коммуникацию в ней, снизить количество конфликтов в результате командной игры. Игровой механизм «эстетика» позволяет привить корпоративную этику, определить вектор развития каждого сотрудника и увидеть результаты деятельности каждого сотрудника. Соревнования с победителями стимулирует сотрудников к повышению уровня знаний, умений и, соответственно, к результатам работы. «Эстетика» — это визуализация достижений и вектора развития каждого конкретного сотрудника в красивой, инфографической форме. Игровые механизмы «Win-win» позволяют создавать положительный эмоциональный фон в компании, что также положительно влияет на результат трудовой деятельности.

За счет использования игровых моментов повышается вовлеченность персонала к принятию и реализации решений, увеличивается мотивация к профессиональной деятельности. Однако достигнуть положительных результатов можно только в том случае, если цели игры будут способствовать решению задач компании. В этом случае отработка различных сценариев, вариантов развития в игре будут способствовать перенесению опыта в практику, в какой-то степени, повышая профессионализм сотрудников. Создание увлекательных игр мотивирует к участию в них, однако сложно реализовать навыки, приобретенные в игре в реальной деятельности. Игра должна обеспечить формирование базовых навыков, обучение принятию оптимальных решений в процессе деятельности.

Согласно tmx-learning.ru [4], бизнес-симуляция (концепция ЭКОПСИ Консалтинг) *Managing 3* позволяет игрокам почувствовать себя руководителями более высокого уровня, оценить результаты своей деятельности. Игрокам предстоит набираться опыт управленческой деятельности в течение 10 игровых лет, при этом управляя финансами, процессами управления персоналом, разрабатывая стратегию развития предприятия и т.п. В то время, как для реализации принципов рационального использования ресурсов производства, в компании Северсталь был разработан электронный курс с целью освоения бережливого отношения к ресурсам предприятия. Посредством игрового симулятора сотрудники изучали принципы бережливого производства, при этом оценивая экономическую эффективность применения данных принципов. Эффективность и время нахождения решений оценивалось для каждого участвующего в игре. В последствие участники с хорошими результатами были назначены руководителями проектов на местах по внедрению бережливого производства.

Игровые моменты и механизмы широко используются при работе с молодыми специалистами. Например, в РЖД реализуют программы по лидерству, проводят конкурсы проектов, слеты. Это позволяет развивать лояльность сотрудников к компании, мотивировать их деятельность. В компании Билайн предлагают узнать «Гайну корпорации за 365 дней», это позволяет привить корпоративную культуру молодым сотрудникам.

Не всегда очевиден тот факт, что при организации обучения, а в дальнейшем и при его проведении учитываются индивидуальные особенности каждого сотрудника компании. В большинстве случаев обучение направлено на общую массу и учитываются общие интересы обучающей группы. Достаточно редко бывает так, что обучение было составлено согласно индивидуальным особенностям каждого сотрудника, в том числе учитывая его возрастную категорию, что очень важно. То, что воспринималось сотрудниками прошлого поколения, абсолютно не воспринимается нынешним поколением, выросшим в веке научно-технического прогресса, который требует к себе иные подходы обучения и образования. Именно поэтому, геймификация является эффективным инструментом обучения персонала в настоящее время. Поколение работников, воспитанных на стыке двух тысячелетий имеют иную систему ценностей, интересов, и тактику поведения в отличие от своих предшественников. Появление молодого поколения на рынке труда приводит к необходимости преобразования и адаптации методов и подходов к обучению с учетом всех особенностей столь уникального поколения и одним из таких подходов, как раз является геймификация. ■

1. Вербх К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / Кевин Вербх, Дэн Хантер: Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2015.

2. Геймификация: основные принципы и способы применения [Электронный ресурс] // Lpgenerator технологии привлечения клиентов. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2015. - URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/05/05/gejmifikaciya-osnovnye-principy-i-sposoby-primeneniya/> (Дата обращения: 10.12.2015).

3. Геймификация: три способа использования игр HR-службой [Электронный ресурс] // Догма тренинговая компания. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2012. - URL: http://www.dogma.perm.ru/index_p_4_p_5_p_2.html?id=338 (Дата обращения: 11.12.2015).

4. Геймификация обучения [Электронный ресурс] // Technomatix-Learning Solutions. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2014. - URL: <http://tmx-learning.ru/?p=2987> (Дата обращения: 11.12.2015).

5. Глобальные тренды управления персоналом 2014 [Электронный ресурс] // Smart education новые стратегии корпоративного развития. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2014. - URL: <http://www.smart-edu.com/global-hr-trends-2014.html> (Дата обращения: 09.12.2015)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Вербх К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / Кевин Вербх, Дэн Хантер: Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2015.

Геймификация: основные принципы и способы применения [Электронный ресурс] // Lpgenerator технологии привлечения клиентов. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2015. - URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/05/05/gejmifikaciya-osnovnye-principy-i-sposoby-primeneniya/> (Дата обращения: 10.12.2015).

Геймификация: три способа использования игр HR-службой [Электронный ресурс] // Догма тренинговая компания. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2012. - URL: http://www.dogma.perm.ru/index_p_4_p_5_p_2.html?id=338 (Дата обращения: 11.12.2015).

Геймификация обучения [Электронный ресурс] // Technomatix-Learning Solutions. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2014. - URL: <http://tmx-learning.ru/?p=2987> (Дата обращения: 11.12.2015).

Глобальные тренды управления персоналом 2014 [Электронный ресурс] // Smart education новые стратегии корпоративного развития. - Электрон. дан. - [Б. м.], 2014. - URL: <http://www.smart-edu.com/global-hr-trends-2014.html> (Дата обращения: 09.12.2015)

Gamification, as a new trend of Human Resource Management

© Dynkina E., 2016

Nowadays, the appearance of the young generation on the labor market leads to the need to transform and adapt teaching methods and approaches, as the younger generation of employees, have a completely different system of values,

interests and tactics of behavior in contrast to their predecessors. This article examines a personnel training tool as gamification, and why this learning tool is the best perceived by the new generation.

Keywords: Human Resource Management, gamification, training tool.

УДК 336.025

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МСФО И РСБУ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ НА ПРИМЕРЕ ТМЦ ПАО «ИРКУТСКЭНЕРГО»

© Зарубина А. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья проводит сравнительный анализ МСФО и РСБУ и их влияние на финансовый результат на примере публичного акционерного общества «Иркутскэнерго».

Ключевые слова: МСФО, РСБУ, финансовый результат, «Иркутскэнерго», складские запасы.

В современном мире многие крупные компании реализуют свои акции на международном фондовом рынке. Однако для того, чтобы иметь такую возможность, необходимо соблюдать некоторые правила. Одним из таких правил является соответствие международным стандартам финансовой отчетности. Несмотря на то, что МСФО представляет собой скорее общий свод правил, чем конкретные формулы, необходимо четко соблюдать предписания. Во избежание двойной работы многие российские компании не составляют два

отчета непосредственно друг от друга, а используют так называемые «переходники», чтобы переводить отчеты, сделанные по российским стандартам в отчеты, соответствующие МСФО. Однако стоит отметить, что финансовый результат может сильно варьироваться в зависимости от того, по стандартам какой страны была выполнена отчетность. Так, сравнивая РСБУ (российские стандарты бухгалтерской отчетности) и МСФО, можно увидеть ряд различий. Основные различия в указанных системах представлены в таблице 1.

Таблица 1. Отличия в составлении отчетностей МСФО и РСБУ

МСФО	РСБУ
Неденежные статьи баланса пересчитываются на инфляцию в случае гиперинфлированной экономике	Нет необходимости пересчитывать на инфляцию
Инвестиции отражаются в сумме фактических расходов	Инвестиции отражаются по справедливой стоимости
Запасы можно оценивать по себестоимости или по чистой стоимости продаж, в зависимости от того, какой показатель меньше. Использование исключительно метода FIFO. Запасы переоцениваются.	Запасы оцениваются по себестоимости. Допускается использование методов FIFO, LIFO или метод средневзвешенной стоимости. Запасы не переоцениваются.
Отчет о движении денежных средств обязательно включает в себя информацию о сегментах, давая более полную картину.	Отчет о движении денежных средств не обязан включать в себя информацию о сегментах, что дает менее полную картину.
Деловая репутация учитывается и оценивается.	Деловая репутация не учитывается.
Управленческие расходы никогда не отражаются в себестоимости проданной продукции.	Управленческие расходы можно включать в себестоимость проданной продукции.
Финансовые результаты от операций по неосновным видам деятельности отражаются в отчетности свернуто	Все операционные и внереализационные доходы и расходы отражаются в отчетности развернуто

Стоит так же отметить, что, сравнивая МСФО с РСБУ, международные стандарты финансовой отчетности позволяют более быстро адаптироваться к современным экономическим требованиям и их изменениям.

Перечень отчетностей по каждому из указанных стандартов так же различается. Так, МСФО подразумевает такие отчеты, как: отчет о прибылях и убытках, отчет о финансовом положении, отчет о движении денежных средств и отчет об изменениях в капитале. РСБУ включает в себя: бухгалтерский

баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменениях капитала и отчет о движении денежных средств.

Для более наглядного отражения разницы в финансовом результате при использовании МСФО и РСБУ были взяты данные по ТМЦ ПАО «Иркутскэнерго». Информация была предоставлена отделом закупок и выбора поставщиков.

В практике МСФО широко распространено понятие справедливой стоимости. Согласно тому, что дальнейшее исследование проводится по торгово-материальным ценностям, стоит отметить, что согласно международным стандартам финансовой отчетности, сырье и материалы по справедливой стоимости рассчитываются в качестве стоимости замещения. Однако это не единственный способ определения стоимости запасов по МСФО. Согласно международным стандартам, запасы могут быть оценены так же по возможной чистой цене продажи или по себестоимости. Стоит отметить, что чистая цена продажи специфична для каждой организации. Данная цена берется из расчета на нормальные условия работы компании, учитываются затраты на выполнение работ и возможные затраты на реализацию. Что касается себестоимости, то она так же включает в себя затраты на приобретение и переработку ТМЦ и некоторые прочие затраты.

В ПАО «Иркутскэнерго» существует определенное количество аварийных и неснижаемых запасов, которые нельзя выставлять на продажу. Размер этих запасов составляет 30 % от всех ТМЦ, находящихся на складе. Так как на данный момент в компании отсутствует форма с полным перечнем наименований и стоимости аварийных и неснижаемых групп запасов, 30 % будут рассчитываться исходя из общей стоимости ТМЦ на складе. Согласно информации, полученной от отдела по закупкам и выбора поставщиков, при продаже ТМЦ в среднем теряется 10 % от стоимости запаса, если ТМЦ находится в хорошем состоянии. Для расчета чистой цены продажи сначала необходимо выявить сумму запасов, которые можно продать: $1\,320 * 0,7 = 924$ млн. Далее нужно выявить чистую цену продажи всех ТМЦ, не относящихся к аварийным и неснижаемым запасам: $924 * 0,9 = 831,6$ млн. Таким образом, согласно МСФО, общая стоимость склада ТМЦ по чистой цене продажи будет равна 1 227,6 млн. руб. При сравнении со стоимостью запасов на складе, взятой из бухгалтерской отчетности предприятия, разница составит 92,4 млн. руб.

Как сказано ранее, другим вариантом расчета стоимости запасов по МСФО является учет запасов по справедливой стоимости, то есть по стоимости замещения. Покупкой большей части ТМЦ для компании ПАО «Иркутскэнерго» занимается ООО «Торговый Дом», так же дочерняя компания ПАО «ЕвроСибЭнерго», при этом указанная компания берет 12,72 % от стоимости запаса. Исходя из этих данных, стоимость покупки нового запаса будет

приблизительно равняться стоимости запаса на данный момент плюс 12,72 % от его стоимость плюс процент инфляции (2015 г. — 12,9 %). То есть, $831,6 + 831,6 * 0,1272 + 831,6 * 0,129 = 831,6 + 105,78 + 107,28 = 1\,044,65$ млн. руб. Общая стоимость склада, рассчитанная по справедливой стоимости, равняется 1 140,65 млн. руб. На таблице 2 наглядно представлена разница стоимости запасов при существующей системе учета ТМЦ и при МСФО.

Таблица 2. Разница стоимости запасов по РСБУ и МСФО

Наименование	Стоимость (млн. руб.)	Разница между существующей системой и системой, основанной на МСФО
Существующая система	1 320	0
Возможная чистая цена продаж	1 227,6	(92,4)
Справедливая стоимость	1 044,65	(275,35)

Таким образом, стоимость запасов ТМЦ ПАО «Иркутскэнерго» по МСФО и по РСБУ различается на миллионы. Согласно МСФО, компания имеет право указывать наименьшую стоимость запасов по одному из вариантов расчета, значит, текущая стоимость ТМЦ компании по международным стандартам составляет 1 044,65 млн. руб.

Действительно, переходя на МСФО, российские компании должны понимать, какую ответственность за данные они на себя берут. Компании могут предоставлять абсолютно достоверные данные по международным стандартам, но это черевато дополнительными расходами, ведь с этой целью необходимо будет создать специальный отдел или нанять хотя бы несколько сотрудников, хорошо знакомых с МСФО и способных составлять отчетность по международным стандартам. С другой стороны, можно пойти по опыту многих существующих российских компаний и применять соответствующие «переходники», но стоит отдавать себе отчет в том, что при использовании «переходников» информация не будет достоверна. Пример с ПАО «Иркутскэнерго» наглядно отражает это утверждение. Если мировой рынок — основной рынок компании, лучше избежать «переходников» так как МСФО предлагает чистую информацию, на которую часто обосновываются потенциальные инвесторы. Соответственно, у инвесторов и других сторонних заинтересованных лиц может сложиться неверное впечатление о компании, например, что компания имеет слишком громоздкий запас ТМЦ и не умеет управлять ресурсами. Неверные впечатления могут снизить лояльность

заинтересованных лиц и негативно повлиять на деятельность и поддержку компании.

МСФО и РСБУ имеют ряд различий, однако, каждый из стандартов отражает необходимую информацию, которая при правильных расчетах понятна заинтересованным лицам. ■

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. - № 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 Юрайт, 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. - № 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 Юрайт, 2013. — 383 с.

A comparative analysis of IFRS and RAS and their impact on the financial result of the example of inventories PJSC «Irkutskenergo»

© **Zarubina A., 2016**

This article compares IFRS and RAS, and impact of the standards on the financial result. The theme based on PJSC «Irkutskenergo».

Author highlighted the methods of calculating the value of the company's reserves in IFRS and compare results with value of the company's reserves in RAS.

Keywords: IFRS, RAS, financial results, Irkutskenergo, reserves.

УДК 336.71(470)

СПОСОБЫ ВЛИЯНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РФ НА ЛИКВИДНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

© **Зимина А. С., 2016**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Огромное влияние денежно-кредитной политики ЦБ на инвестиционную деятельность и ликвидность коммерческих банков обусловлено сущностью и ролью Центрального Банка в экономике. Координируя действия коммерческих банков, Банк России стремится не только укрепить банковскую систему, но и поддержать стабильность развития экономики в целом. Данная статья исследует способы воздействия ЦБ на коммерческие банки и анализирует степень влияния механизмов ЦБ на деятельность банков. Более того, статья рассматривает основные цели и функции Банка России и раскрывает систему работы методов и инструментов денежно-кредитной политики, комплекса требований, правил и стандартов, применяемых к кредитным организациям.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика центрального банка (ЦБ), банковский контроль, методы влияния ЦБ на деятельность коммерческих банков.

Экономическая система как ключевой элемент рыночных отношений подразделяется на множество секторов. Одним из них является финансовый сектор, который благодаря банковской инфраструктуре стабилизирует политику государства и является участником процесса создания валового национального продукта. Главным органом

банковской системы является Центральный банк Российской Федерации (Банк России, ЦБ), деятельность которого координирует инвестиционную и хозяйственную деятельность кредитных организаций, стабильность роста национальной валюты и экономическое развитие страны [1]. Центральный банк (ЦБ) организывает и поддерживает денежно-кредитные операции,

защищая интересы государства и регулируя экономический оборот страны. Функции и задачи центрального банка также связаны с обеспечением и поддержкой эффективности кредитных учреждений. ЦБ устанавливает правила и порядок работы в банковской сфере, определяет нормативы, правила и стандарты осуществления деятельности. В связи с политической, социальной и экономической ситуацией, инвестиционная активность коммерческих банков упала. Огромное влияние на инвестиционную деятельность и ликвидность коммерческих банков оказывает денежно-кредитная политика ЦБ, реализация которой происходит в результате применения методов и инструментов регулирования деятельности банков. Инструменты, методы или другие мероприятия денежно-кредитной политики не могут мгновенно повлиять на целевые параметры экономики страны, поэтому основные задачи Банка России направлены на достижение стратегических целей экономики страны. Выполнение поставленных задач и целей ЦБ определяет с помощью определенных показателей, например, таких как процентной ставки, номинального ВВП, процентной ставки. Более того, центральный банк вправе воздействовать на параметры денежно-кредитной области: объем банковских резервов, денежная база, ставки межбанковского рынка и другие [2].

Промежуточные цели денежно-кредитной политики адаптируются под изменения в экономике и тесно связаны с политической и социальной ситуацией в стране. Например, в случае если Центральный Банк примет решение зафиксировать процентную ставку в ситуации свободной конвертации валюты, то будет использоваться курс национальной валюты, сформировавшийся на рынке, а при установлении ограничений по валютному курсу, ЦБ учтет складывающийся уровень процентной ставки [3]. Разработка и реализация денежно-кредитной политики ЦБ это огромная работа по анализу и прогнозам большого количества вопросов и показателей экономики. Концепция денежно-кредитной политики формируется на детальном изучении показателей развития экономики в предыдущие периоды и прогнозе предстоящих [4]. Все мероприятия денежно-кредитной политики ЦБ проводит в соответствии со ст. 45 Федерального закона «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» [4].

Основой стабильности потребления и производства в экономике страны являются денежно-кредитные отношения субъектов страны. Эффективное осуществление данных отношений напрямую зависит от стабильности банковской системы. Реализация концепции денежно-кредитной политики в банковской сфере происходит с помощью комплекса операций и мероприятий центрального банка. В составе данного комплекса состоят инструменты,

позволяющие не только напрямую воздействовать на деятельность коммерческих банков посредством норм, правил, стандартов ведения банковской деятельности, но и косвенно оказывать влияние на инвестиционную и хозяйственную активность банков. Все меры центрального банка также можно распределить на количественные, те которые направлены на денежное предложение, и качественные, те которые направлены на спрос на деньги. Любое применение ЦБ инструментов прямого воздействия оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на экономическую и социальную сферы. Неблагоприятные последствия можно наблюдать и на денежном рынке, где определенные прямые методы центрального банка могут вызвать усиление бюрократизации и коррупции. Для поддержания баланса в рыночном механизме Банк России использует косвенные методы, использование которых имеет достаточно большой отложенный лаг действия, что позволяет избежать деформаций рынка.

Экономическая политика позволяет Банку России использовать с целью регулирования банковской системы инструменты денежно-кредитной политики. К основным инструментам относятся: изменение нормы обязательных банковских резервов, изменение процентной ставки, операции на открытом рынке, система рефинансирования коммерческих организаций.

Обязательные резервы — средства коммерческих банков, которые аккумулируются и хранятся Центральным Банком, и составляют процентную долю всех обязательств коммерческих банков. Повышение нормы обязательного резервирования средств снижает объем свободных средств у коммерческих банков, то существенно влияет на уровень их инвестиционной активности. В то время как понижение нормы обязательных резервов увеличивает денежную массу в обращении. Таким образом, в случае необходимости Центральный Банк РФ может прямо влиять на ликвидность коммерческих банков и косвенно на расширение или уменьшение объемов кредитования реального сектора.

Процентная политика — метод денежно-кредитной политики, показывающий деятельность ЦБ как кредитора последней инстанции, согласно законодательству, коммерческие банки и другие кредитные организации могут обращаться в Банк России с целью кредитования в ситуации отсутствия ресурсов для кредитования своих клиентов. С помощью недорогих «кредитов ликвидности» Банк России дает возможность коммерческим организациям сохранить уровень ликвидности и капитала. Кредиты ликвидности предоставляются центральным банком на основе срочности, возвратности и платности. Для получения кредита кредитные учреждения должны регулярно представлять отчетность, выполнять резервные требования и осуществлять свою деятельность на рынке более одного года [5].

С целью регулирования уровня спроса и предложения денег на рынке Банк России, выбрав политику дешевых денег, может снизить ставки по кредитам, тем самым ослабляя контроль над увеличением денежных средств в обращении и расширяя масштабы кредитования.

Ориентиром стоимости привлеченных кредитных ресурсов является официальная учетная ставка, показатель, регулирующий не только уровень ликвидности коммерческих финансовых учреждений, но и ставки межбанковского рынка. Официальная учетная ставка это минимальная ставка по операциям Банка России, что подтверждает Закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [6]. В данном случае прямое и косвенное влияние Центрального Банка на банковскую и финансовые сферы заметно, когда ЦБ повышает требования к переучету ценных бумаг (прямое влияние) и когда устанавливает официальную учетную ставку (косвенное влияние).

Многие депозитные операции ЦБ реализует с целью прироста доходности коммерческих банков, что существенно повышает их инвестиционную активность и является одним из косвенных методов. Особенность данного метода, заключается в рыночном воздействии Банка России на объем свободных ресурсов, изменение которых сокращает или расширяет количество инвестиций кредитных учреждений в экономику страны. Прямые сделки: купля-продажа бумаг с немедленной поставкой, операции РЕПО, операции на условиях обратного выкупа у дилера через определенный срок, это операции, в которых ЦБ РФ принимает участие на открытом рынке [7]. Данные операции, являясь краткосрочным инструментом поддержания ликвидности рынка ценных бумаг, позволяют управлять отклонениями в резервах и денежной массы в обращении.

Валютные интервенции, часто сравниваемые с открытыми операциями, также являются инструментом денежно-кредитной политики. Однако Банк России не в состоянии контролировать динамику курса национальной валюты, так как любые воздействия на нее могут привести к истощению валютных резервов. Однако Банк России может устанавливать лимиты на проведение отдельных операций с валютой.

Банковское регулирование как система имеет ряд инструментов, которые определяются основными направлениями контроля над банками. Такими инструментами являются виды лицензий, требования к кредитным и расчетно-кассовым операциям, правила предоставления отчетности Банку России, право и основания ЦБ отказать банкам в лицензировании. Согласно Закону «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», «банковский надзор имеет три функции: превентивную, контрольную и сигнализирующую» [4]. Наличие требовательных правил и стандартов к

кредитным организациям обеспечивает превентивная функция. Сигнализирующая функция отвечает за своевременный прогноз и определение негативных направлений в банковской среде. Контрольную функцию ЦБ выполняет с целью выявления отклонений в деятельности кредитных организаций от правил и норм ЦБ и Федерального Закона РФ [4].

Важным инструментом прямого контроля и надзора над деятельностью коммерческих организаций является система отчетности и документооборота. Центральный Банк Российской Федерации как экономический институт тщательно проверяет банковскую отчетность, так как функционирование банковской системы непрерывно связано с экономическими процессами и достижением стратегических целей экономики страны.

Банк России является общенациональным институтом, поэтому контроль над банковской деятельностью и стимуляция инвестиционной активности кредитных организаций является ключевым элементом в деятельности Банка России, так как стабильность денежно-кредитных отношений субъектов страны - основа экономического оборота. Регулируя банковские отношения и контролируя развитие экономики страны, Центральный Банк использует различные методы и инструменты, действие которых оказывают влияние на всю банковскую систему, что подтверждает необходимость понимания всех особенностей денежно-кредитной политики коммерческими банками и другими кредитными организациями. ■

1. Голикова, Ю. С. Банк России: организация деятельности / Ю. С. Голикова, М.А. Хохленкова. - М.: ДеКА, 2002.
2. Фетисов, Г.Г. Организация деятельности Центрального банка: учебник 2-е изд. / Г. Г. Фетисов, О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова; под общ. Ред. Г.Г. Фетисова. – М. : КНОРУС, 2007.
3. Зотова, А.И. Финансы, денежное обращение, кредит. А. И. Зотова, О.Ю. Свитридов. - Ростов н/д, 2002.
4. Федеральный закон от 10 июля 2002г. №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».
5. Инструкция Банка России от 1 декабря 2003 года №108-И «Об обязательных нормативах банков» с изменениями и дополнениями.
6. Федеральный закон от 3 февраля 1996 г. №17-ФЗ «О банках и банковской деятельности».
7. Симановский, А. Ю. Текущий банковский надзор: Международные тенденции развития и некоторые вопросы совершенствования российской практики / А.Ю. Симановский // «Деньги и Кредит». -2002 - №2.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Голикова, Ю. С. Банк России: организация деятельности / Ю. С. Голикова, М.А. Хохленкова. - М.: ДеКА, 2002.

Зотова, А.И. Финансы, денежное обращение, кредит. А. И. Зотова, О.Ю. Свитридов. - Ростов н/д, 2002.

Инструкция Банка России от 1 декабря 2003 года №108-И «Об обязательных нормативах банков» с изменениями и дополнениями.

Симановский, А. Ю. Текущий банковский надзор: Международные тенденции развития и некоторые вопросы совершенствования российской практики / А.Ю. Симановский // «Деньги и Кредит». -2002 - №2.

Федеральный закон от 3 февраля 1996 г. №17-ФЗ «О банках и банковской деятельности».

Федеральный закон от 10 июля 2002г. №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

Фетисов, Г.Г. Организация деятельности Центрального банка: учебник 2-е изд. / Г. Г.

Фетисов, О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова; под общ. Ред. Г.Г Фетисова. – М. : КНОРУС,2007.

Methods of the central bank's influence on liquidity of the commercial banks

© Zimina A., 2016

Central Bank's monetary policy has a huge influence on investing activities and liquidity of the commercial banks. This fact is caused by essence and a role of the Central Bank in economy. The main task of the Bank of Russia, which coordinates commercial banks, is not only to strengthen a bank system, but also to maintain stability of the economy development. This article researches general methods of the Central Bank's impact on commercial banks and analyzes level of that impact on banks' investing activities. Moreover, article analyzes main objectives and functions of the Central Bank and article describes system of the methods and instruments of monetary policy, which consists of a complex of the requirements, rules and standards.

Keywords: monetary policy of the Central Bank, bank control, methods of the Central Bank's influence on activities of the commercial banks.

УДК 338.26

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ, ПРОЦЕССОВ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗА СЧЕТ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА

© Казаков Р. И., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья посвящена вопросу оптимизации затрат и увеличение кредитоспособности предприятия за счет использования 4PL провайдеров. Дано определение конкуренции, логистики, а также логистического аутсорсинга и 4PL-провайдера. Описаны основные характеристики существующих подходов работы по минимизации затрат на логистику предприятия. Статья содержит описание основных целей использования логистического посредничества. Также описывается эффект повышения качества кредитного от сотрудничества с 4PL провайдером.

Ключевые слова: логистические услуги, конкуренция, дифференциация, 4PL-провайдер, управление складом, управление запасами, логистические цепочки

Конкуренция — это то, что все чаще заставляет предпринимателей, руководителей, предприятия и фирмы задействовать все свои резервы для сохранения позиции на рынке и получение дополнительного [2], зачастую минимального прироста в доле компании на рынке, и для борьбы с конкурентами.

Для конкурентной борьбы можно использовать несколько подходов [3]:

1. Дифференциация — определения акцента на уникальном свойстве товара или услуги

2. Ценовая борьба — занижение цены до минимального уровня, что формирует минимальную маржу необходимую для поддержания функционирования бизнеса и удовлетворения потребностей собственников в прибыли.

3. Лидерство по издержкам — минимизация затрат на производство. Это позволяет снизить цену, и сохранить при этом большую маржу, чем в предыдущем подходе конкурентной борьбы.

Учитывая факт, что большинство товаров и услуг, существующих на рынке, обладают схожими характеристиками, качествами, и потребительскими способностями, то становится понятно, что дифференциация не всегда является выходом в данном вопросе. Следовательно, остается два варианта: конкуренция по издержкам и цене.

Конкуренция [3] по цене традиционно является слабым способом долгосрочной конкуренции так, как та минимальная маржа в один момент может оказаться недостаточной для поддержания бизнеса. Иными словами, конкуренты могут еще больше

понизить цену, поставщики повысят цену на товары, уровень доходов населения может падать.

Следовательно, одним из наиболее привлекательных способов для ведения эффективной конкурентной борьбы для предпринимателей и компаний является лидерство по издержкам. Это позволяет понизить цену товара, но при этом сохранить размер маржи.

Одним из способов оптимизации затрат, который уже долго используется в Европе, это логистический аутсорсинг. Компании стремятся минимизировать затраты на транспортировку, выбирая самые дешевые варианты привозки грузов. То есть выбор падает на дешевые логистические компании, которые не предоставляют должных условий гарантии на свои услуги. Привлечение к сотрудничеству таких компаний может грозить:

1. Срыв поставки
2. Потеря груза
3. Повреждение товара
4. Несвоевременная поставка

Все это не позволяет минимизировать затраты, а во многих случаях только увеличивает их. Более того, подобные логистические компании не могут решить всех вопросов, связанных со сферой логистики таких, как управление запасами и прогнозирование будущей потребности в них. Что в свою очередь заставляет держать в своем штате логистов, увеличивая тем самым статью затрат.

Выходом из данной ситуации можно считать выведение логистики на аутсорсинг, передавая управление всеми логистическими процессами 4PL провайдерам.

4PL провайдер — это логистическая компания на много более развитого типа, чем простой перевозчик. 4PL провайдер — это полноценный логистический посредник, который предоставляет услуги закупок, складирования, управления запасами, транспортировки, планирования объема закупок, отслеживание уровня потребления товара, установление контактов с поставщиками и покупателями, оформление всей документации от сертификатов до таможенных документов. Иными словами, такой посредник создает иерархию в таком бизнес процессе, как цепочка поставок. Он также различает клиентов по потребностям, что позволяет также снизить издержки на различных этапах обслуживания данных клиентов.

При использовании данного посредника компания сразу же избавляет себя от множества затрат на:

1. Содержание отдела логистики
2. Компенсацию потерь от перевозки груза и от недобросовестных перевозчиков
3. Содержание склада и другие затраты.
4. PL-провайдер [4], обладая большей компетенцией и техническими возможностями выполняет логистические операции на отличном от непрофильной компании уровне. Провайдер подбирает качественных поставщиков,

профессионально управляет цепочкой поставок и складирования, компетентно управляет запасами и делает обоснованные прогнозы будущих закупок.

Все это делает не нужным для организации нести прямые и косвенные затраты на содержание отдела логистики [4].

Прямые:

1. Заработная плата
2. Страхование работников
3. Отпускное пособие
4. Больничное пособие
5. Содержание склада
6. Обслуживание транспортных средств
7. Содержание логистической базы данных
8. Приобретение и обслуживание прицепов и других устройств для перевозки грузов

Косвенные:

1. Канцелярские принадлежности
2. Электричество
3. Офисная техника
4. Мебель
5. Налоги на недвижимое имущество
6. Налоги на автомобили
7. Потери от порчи, деформации, разрушения продукции
8. Срыв договоров поставки, закупки

Эти и ранее перечисленные затраты увеличивают в целом расходы на логистику, что вместе с потерями от данной деятельности становится одной из основных статей бюджета организации, заставляя менеджмент минимизировать ее. Минимизация выделенных средств на логистику только увеличивает потери от нее так, как более дешевый перевозчик или более дешевый специалист в виду некомпетентности приносят еще больший экономический вред компании, подрывая ее репутацию.

Все это прямым образом сказывается на цене товара или услуги, делая ее неконкурентной на рынке. Это ведет к потере доли рынка компанией и к снижению прибыльности предприятия, то есть влияет на долгосрочные перспективы бизнеса.

Затраты на 4PL провайдера несравнимо меньше, чем на содержание отдела логистики. Более того, потери от деятельности высококвалифицированного посредника данного уровня также в разы меньше финансовых потерь от деятельности логистического отдела компании, профиль которой сосредоточен в иной сфере.

Таким образом, логистический посредник подобного уровня позволяет минимизировать затраты на логистику. Что в свою очередь уменьшает затраты компании и дает возможность использовать это в конкурентной борьбе, снижая цену на товар или услугу, оставляя прежнюю или большую маржу.

Конкуренция является одним из важнейших факторов, определяющих, как предприятие ведет свой бизнес. Для того, чтобы он развивался необходимо быть конкурентно способным на

рынке. Это возможно за счет нескольких способов поведения на рынке:

1. Минимизация затрат
2. Ценовая конкуренция
3. Дифференциация

Наиболее распространенный способ ведения борьбы — это минимизация затрат. Одним из наиболее эффективных способов их минимизации, имеющих долгосрочные позитивные последствия является выведение логистической функции на аутсорсинг 4PL-провайдеру. Данный тип логистического посредника позволяет решать сразу несколько проблем:

1. Оптимизации цепочки поставок
2. Управление складом
3. Управление запасами
4. Установление контактов с поставщиками и покупателями
5. Оформление документации

Также при использовании данного провайдера компания ликвидирует прямые и косвенные издержки на содержания отдела логистики. Что приводит к сокращению издержек и повышению конкуренции предприятия.

Из приведенного анализа видно, что выведение логистического бизнес процесса на аутсорсинг 4PL провайдеру несет значительные экономические, временные и организационные выгоды. Все это позволяет утверждать, что будущее в сфере логистики компаний за подобным видом аутсорсинга. Но для того, чтобы подобная система взаимоотношений работала без сбоев необходимо, чтобы обе стороны внесли коррективы в видение данной перспективы и ее использования. Потребителям подобных услуг необходимо нанимать и обучать специалистов для взаимодействия с контрагентом. Но прежде всего им необходимо в серьез воспринимать подобный аутсорсинг логистической деятельности, что сейчас происходит с трудом. Провайдерам таких услуг необходимо развивать эффективность систем контроля качества за исполняемыми контрактами, а следовательно повышать общеорганизационную эффективность во всех ее проявлениях. ■

1. Аникин Б. А. Логистика / Б. А. Аникин// Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 327 с.

2. Виды конкуренции [электронный ресурс]// Грандарс. Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/vidy-konkurencii.html> (Дата обращения: 25.09.2016).

3. Конкуренция и рыночная структура [электронный ресурс]// Грандарс. Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/konkurenciya.html> (Дата обращения: 25.09.2016).

4. Соломатин П. 4PL провайдеры: тенденции становления рынка в свете немецкого опыта / П. Соломатин // Научно-аналитический журнал: Логистика и управление цепями поставок. – М, 2006.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аникин Б. А. Логистика / Б. А. Аникин// Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 327 с.

Виды конкуренции [электронный ресурс]// Грандарс. Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/vidy-konkurencii.html> (Дата обращения: 25.09.2016).

Конкуренция и рыночная структура [электронный ресурс]// Грандарс. Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/konkurenciya.html> (Дата обращения: 25.09.2016).

Соломатин П. 4PL провайдеры: тенденции становления рынка в свете немецкого опыта / П. Соломатин // Научно-аналитический журнал: Логистика и управление цепями поставок. – М, 2006.

Quality management of services and increasing competitiveness through

© Kazakov R., 2016

This article deals with the issue of cost optimization and an increase in credit enterprise by using 4PL-providers. It provides the definition of competition, logistics and logistics outsourcing provider, and 4PL. The basic characteristics of existing approaches work to minimize logistics costs on businesses. The article contains a description of the main purposes of using the logistic mediation. It also describes the effect of increasing the quality of credit to cooperate with the 4PL provider.

Keywords: Logistic service, competition, differentiation, 4PL-providers, stock management, logistician chain .

УДК 174.4

ИСТОРИЯ ЭТИКИ БИЗНЕСА

© Козлова П. Д., Матвеева Е. Д., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье проанализирована историческая динамика развития этики бизнеса в России и выявлена ее актуальность для совершенствования деятельности современных компаний. Также раскрыто определение понятий «этика» и «этика бизнеса», выделены исторические этапы развития этики бизнеса в России, проанализирована специфика развития этики бизнеса на каждом этапе, описана специфика ее развития в современной России в сравнении с предыдущими историческими этапами.

Ключевые слова: этика, бизнес, предпринимательство, этапы развития, специфика развития

Предпринимательская деятельность стремительно развивается. В бизнес приходит все больше новых людей, ежедневно создаются различные товары, предоставляются услуги. Помимо размера прибыли, капитализации, темпов роста производительности труда, объемов продаж и других экономических критериев успешности фирмы также существуют и иные, неэкономические факторы. Фирмы, которые постоянно придерживаются высоких этических и деловых принципов, привлекают больше квалифицированных кадров и удерживают их дольше, чем другие [1]. Репутация фирмы, порядочность управляющего по отношению к подчиненным и клиентам, возможность доверия по отношению к партнеру по сделке и т.п., все это можно объединить одним понятием — этика бизнеса.

Слово «этика» произошло от греческого *ethos*, что означало «нрав, обычай». Первоначальным смыслом этого понятия было совместное жилище и правила, порожденные общежитием. Затем этика стала частью философской науки. Как все мы понимаем, этика изучает нормы морали и нравственности, их сущность, функции и роль в общественной жизни. Помимо этого этика является сводом правил, норм нравственного поведения человека или социальной группы. Также данное понятие применяется и в бизнесе — это этика бизнеса или «деловая этика», что означает изучение этических вопросов конкретно в сфере предпринимательства или же свод правил, применяемых в бизнесе, основанных на общепринятых человеческих ценностях. Другими словами, этика деловых отношений занимается анализом взаимоотношений деловых партнеров, толкованием нравственных оценок причин успехов или неудач в деятельности, в частности, в управленческой и коммерческой.

В наше время проблемы этики бизнеса привлекают все больше внимания бизнесменов. Этическая репутация играет немаловажную роль при любых решениях, принимаемых менеджерами. Заключение сделок, выбор партнеров по бизнесу, применение санкций регулятивных органов требуют знания этических норм и понимания, что морально-нравственные качества многих управляющих значительно ниже, чем у представителей других профессий. Проблема деловой этики, как фактора, который воздействует на эффективность управления, интересует сейчас очень многих исследователей. Актуальность данной проблемы проявляется в деятельности каждого предприятия. Авторитетный британский журнал «Economist», посвятив специальный обзор этике бизнеса, писал, что прошло то время, когда

для компании было достаточно спокойно делать свое дело, не нарушать законов, продавать товары, нужные людям, и зарабатывать свои деньги. На сегодняшний день многие компании вынуждены меньше заботиться о прибыли и больше о социальной ответственности [2].

Повседневный опыт и необходимость регулировать взаимоотношения людей той или иной профессии привели к формированию определенных требований. Профессиональная этика появилась в рамках конкретных видов деятельности, став своеобразным нормативным началом для поведения специалистов. На основе определенных личностных качеств и проявлений, свойственных представителям той или иной профессии, создаются стандарты профессионального поведения, оформляемые в виде специфических документов — клятв, уставов, кодексов. Большую роль в становлении и усвоении профессиональной этики играет общественное мнение [2].

Изначально этикет возник прежде всего во дворцах, из-за чего и был назван дворцовым, или государственным. Придерживаться определенных правил поведения было необходимо для выражения почтения царственным особам (императорам, королям, царей, князьям, принцам, герцогами и т. п.), для закрепления иерархии внутри классового общества. От соблюдения этикета зачастую зависела не только профессиональная карьера, но и жизнь человека. В дальнейшем нормы поведения государей при встречах дали жизнь дипломатическому этикету. Также происходило развитие воинского этикета, устанавливающего четкие правила поведения в армии. Появились и другие виды этикета — светский (общегражданский), религиозный и т.п. Самый «молодой» из них — деловой этикет.

Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI–XII вв. Именно тогда в цеховых уставах появляются определенные нравственные требования по отношению к профессии, характеру и участникам труда. Однако ряд профессий, имеющих жизненно важное значение для всех членов общества, возникли в глубокой древности, и поэтому, такие профессионально-этические кодексы, как «Клятвы Гиппократата», нравственные установления жрецов, исполнявших судебные функции, известные гораздо раньше.

Становление делового этикета в России берет свое начало в 12 веке. Первые письменные правила поведения были даны в «Поучениях» Владимира Мономаха.

Предпринимательская деятельность в России имеет многовековые традиции. Торговые люди

считались особой группой горожан, которая отличалась своим имущественным положением и поддержкой княжеской власти. До 14 века основной торговлей на Руси была меновая торговля, участники которой больше всего ценили честность и порядочность купцов, отвечавших за качество товара своим именем. Этические представления и нормы предпринимательской деятельности в России формировались под влиянием ряда факторов, обусловленных определенным историческим развитием и географическим положением страны.

Суровый климат, огромная территория и протяженность границ способствовали развитию силы, стойкости, коллективизма, порождению чувства уязвимости и недоверия иностранцам. Также на поведении граждан сказались авторитарные методы управления, что привело к конформизму, пассивности населения и отсутствию инициативы (демократических начал). Чиновники зачастую злоупотребляли привилегиями, что способствовало развитию коррупции. Закон, защищающий исключительно государство и пренебрегающий правами граждан, повлек за собой нежелание людей следовать ему, недоверие общественной информации, сокрытие своих истинных взглядов. Предприниматели в то время очень сильно зависели от государства, так как оно оказывало поддержку далеко не всем отраслям производства из-за незаинтересованности в них.

На образ мышления людей достаточно сильно повлияло принятие христианства на Руси. Помощь ближнему и милосердие способствовали развитию благотворительности и меценатства. Начинает складываться некоторая система, основанная на покровительстве предпринимателя над наемными работниками.

Отмена крепостного права и другие реформы 1861 года способствуют началу бурного развития капиталистических отношений, которые внесли изменения в поведение предпринимателей. Процесс первоначального накопления капитала, проходивший в короткие сроки, привел в предпринимательскую деятельность много людей, довольно легко идущих на нарушение норм этики.

Говоря о дореволюционной эпохе, стоит отметить, что отношение к разным видам предпринимательской деятельности было различным. Больше всего уважения заслуживали промышленники: фабриканты и заводчики — «люди дела», за ними шли представители торгового дела. Наиболее пренебрежительно относились к тем, кто занимался коммерческим учетом. Также следует упомянуть об отношении к бизнесменам со стороны общества. В России их никогда не любили, не доверяли им, считая, что заработать большое количество денег можно только нечестным путем. После 1917 года отношение к предпринимателям и нормам поведения резко меняется. Из-за отмены частной собственности, коммерсанты были объявлены вне закона. Говоря о советском периоде,

следует заметить, что этика предпринимателей заменилась партийной этикой, которую отличало подчинение общим идеалам социализма, превалирование партийных методов руководства над методами экономическими, ориентация на оценку со стороны партийных лидеров, обязательная партийная принадлежность для успешного построения карьеры. На первое место выходят интересы коллектива, а не личности. Патриотизм, альтруизм и преданность делу в то время были очень важны. Неоспоримым положительным моментом советского периода была забота о социальных нуждах работников. Столовые, больницы, детские сады и базы отдыха имелись при каждом предприятии.

Распад СССР поставил Россию в сложное социально-экономическое положение. Дореволюционные традиции ведения дел были утрачены, а советские совершенно не соответствовали новым рыночным условиям. Так, политическая нестабильность, расстрой системы управления, задержка платежей и т.п. негативно влияли на формирование отношения к первым российским бизнесменам со стороны иностранных партнеров. Для бизнеса того времени были характерны близость к криминальной среде: мошенничество, финансовые пирамиды, аферы, а также непрофессионализм, высокий уровень коррупции и стремление скрыть значительную часть доходов [3].

В последнее время соблюдение этикета стало необходимым для успешного существования человека в обществе. Россия, будучи евразийской страной, во многом соединила противоположности Европы и Азии. Общественный прогресс повлек за собой взаимообмен правилами поведения, обогащение культур. Это позволило выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах этикет, закрепляемый в обычаях и традициях.

Этикет стал предписывать нормы поведения в семье, на работе, в гостях, на деловых встречах и в различных общественных местах. Современный человек следует этим неписанным нормам, все чаще стараясь понять и осмыслить их внутренний смысл и содержание. Таким образом, в наше время, деловой этикет — важная составляющая деловых отношений. Отечественные бизнесмены стремятся вести дела, основываясь на международных стандартах. Из предпринимательской деятельности все чаще уходят случайные люди, а те, кто в прошлом вел бизнес, пренебрегая всяческими нормами и правилами этикета, осознают необходимость в соответствии нормам поведения, которые соотносятся с их статусом «делового человека».

Современная экономическая деятельность стремительно развивается, ежедневно создаются новые продукты, услуги и виды бизнеса, еще не имеющие определенного к себе отношения со стороны общества, которое было бы закреплено

нормами морали. Имея четкие этические теории, мы легко сможем проверить применимость тех или иных решений. Можно по-разному интерпретировать причины современного экономического кризиса, но вряд ли кто-то поспорит с тем, что некоторых проблем наверняка можно было бы избежать, если бы специалисты финансового сектора тщательнее подходили к этической оценке. Теория этики позволяет бизнесу решать сложные комплексные вопросы с помощью определенной методики, дающей определенную логическую опору и помогающей выявить четкие моральные взгляды и принципы. В своей книге «ЭТИКА БИЗНЕСА. Учебное пособие для вузов и бизнес-школ» авторы приводят перечень вопросов: «Как принимать решение в ситуации, когда нормы законодательства противоречат друг другу? Или когда бытовые представления расходятся с правовым регулированием? Что делать, когда представления людей о нравственности того или иного поступка разнятся? Как делать выбор, когда этическое по своей сути действие приводит к безнравственным последствиям?». Ответить на вышеперечисленные вопросы было бы намного проще, имея перед собой определенные правила и законы этики бизнеса [4].

Таким образом, теория этики помогает не только разобраться в вопросах, которые ежедневно возникают перед бизнесменами, ответив на них, но и обосновать принятое решение, отстояв свою позицию и подтвердив ее имеющимися этическими нормами. Каждой фирме необходимо иметь понимание о законах деловой этики, чтобы установить для себя конкретные правила ведения хозяйства. ■

1. Голдырева В. А. «Особенности представлений о деловой этике в России». Национальный Исследовательский Университет «Высшая школа экономики»
<https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/63925895>

2. The good company: A survey of corporate social responsibility // Economist. – L., 2005. – Vol. 374, № 8410.

3. Подопригора М.Г. Деловая этика: Учебное пособие. Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
http://www.aup.ru/books/m243/10_2.htm (Дата обращения: 12.08.2016)

4. Этика бизнеса: Учебное пособие для вузов и бизнес-школ. / Подобщ. ред. П.А. Кальницкой. – М., 2012. – 132 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

The good company: A survey of corporate social responsibility // Economist. – L., 2005. – Vol. 374, № 8410.

Голдырева В. А. «Особенности представлений о деловой этике в России». Национальный Исследовательский Университет «Высшая школа экономики»
<https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/63925895>

Подопригора М.Г. Деловая этика: Учебное пособие. Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
http://www.aup.ru/books/m243/10_2.htm (Дата обращения: 12.08.2016)

Этика бизнеса: Учебное пособие для вузов и бизнес-школ. / Подобщ. ред. П.А. Кальницкой. – М., 2012. – 132 с.

The history of business ethics

© Matveeva E., Kozlova P., 2016

In this article I analyze the historical dynamics of business ethics in Russia and revealed its importance for improving the activity of modern companies. Also I disclosed definitions of «ethics» and «business ethics», identify the historical stages of development of business ethics in Russia, analyze the specifics of the development of business ethics at every stage and describe the specifics of its development in modern Russia compared to the previous historical stages.

Keywords: ethics, business, entrepreneurship, development stages, development specifics

УДК 378.14.015.62

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОЦЕНИВАНИИ УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ СТУДЕНТОВ В СОВРЕМЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

© Кубанов Р. А., 2016

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко. г. Старобельск, Украина

В статье рассматривается один из наиболее важных аспектов организации учебного процесса — управление оценением результатов учебной деятельности студентов ВУЗов. Автор акцентирует внимание на современных тенденциях в развитии украинской системы высшего образования, проанализированы изменения, происходящие в стратегии оценивания учебной деятельности студентов.

Доказано, что в образовательном процессе современного университета переходить от традиционного к оцениванию уровня сформированности умений, навыков, компетентности студентов в ситуациях, максимально приближенных к реальной жизни.

Ключевые слова: студенты, университет, качество образования, оценивание учебных достижений студентов.

Цель реформирования образования — построение обновленной системы получения образования в соответствии с индивидуальными особенностями и запросами обучающихся, а также реальными потребностями рынка труда. За последние годы в сфере высшего образования произошли серьезные изменения: начало формироваться единое образовательное пространство, определены согласованные подходы к содержанию учебных программ и качеству образовательных услуг, существенно расширены рамки международного сотрудничества и обмена в сфере высшего образования и науки. Переход высшего образования на европейскую модель обучения призван повысить качество образования, увеличить мобильность студентов, дать им возможность самостоятельно строить собственную образовательную траекторию, а значит, и успешную карьеру на протяжении всей своей жизни.

Анализ основных исследований. Оценочной деятельности в высшей школе посвящены исследования как отечественных, так и зарубежных ученых. Авторами многоаспектно рассматриваются:

- оценочная функция человека: Дж Брунер, Л. Выготский, А. Леонтьев, С. Рубинштейн;
- социокультурная роль оценивания: Б. Ананьев, А. Бодалев, В. Степанский и другие;
- оценочная деятельность в учебном процессе: В. Беспалько, В. Загвязинский, В. Полонский, Г. Сухобская, П. Якобсон;
- подготовка будущего учителя к профессиональному оцениванию: Л. Байкова, И. Баженова, Г. Ксензова, Н. Кузьмина.

Вместе с тем проблема совершенствования оценивания учебных достижений студентов в ВУЗе остается востребованной.

Целью статьи является рассмотрение теоретических и практических аспектов использования инновационных методов, а также других компонентов системы оценивания учебных достижений студентов современного ВУЗа.

Основной материал исследования. В настоящее время в связи с актуализацией задачи обеспечения качества высшего образования функция оценивания в целом и учебной деятельности студентов в частности приобретает новые смыслы. Прежде всего, изменяется понимание главной цели процедуры оценивания. Сегодня функция оценивания не сводится только к выявлению недостатков, но рассматривается как критический предполагающий более точное определение направлений улучшения. Важно подчеркнуть, что речь идет не столько об изменении средств оценивания (хотя

инструменты и процедуры оценивания тоже могут меняться), сколько об изменении целей оценивания и философии оценки. Сейчас оценивание — это не фиксация итогов, а «точка», за которой следует новый виток развития, повышение качества образования (оценивание не столько «для фиксации», сколько «для улучшения»). Иными словами, задача оценивания — «улучшение качества работы конкретного человека и посредством этого достижение более широких целей, улучшение качества учебных программ, в которые вовлечены оцениваемые люди, и достижение нового качества работы всей организации в целом» [1, с. 3].

Коллектив авторов монографии «Пути реализации контекстно-компетентного подхода к обучению в гуманитарном университете» констатирует, что оценка должна быть ориентирована не только на определение уровня усвоения обучающимися единого для всех содержания образовательных программ, но и глубины и объема их индивидуальных знаний, готовности их использованию, глубины овладения специальными и универсальными способами деятельности, степени личных усилий студентов. Ориентация ВУЗа на формирование профессиональных компетентностей будущих специалистов должна сопровождаться изменением не только стратегии и технологий образования, но и способов (технологии) оценки образовательных результатов студентов. Сегодня актуальной является разработка и обоснование таких средств педагогических измерений достижений студентов, которые позволили бы: выявить аутентичные (истинные, верные) образовательные результаты; обеспечить конструктивную обратную связь между преподавателем и студентом; связать оценку с индивидуальным приращением образовательных результатов (знаний, умений, компетентностей и т.п.) студента и создать условия, в которых он получает опыт планирования и реализации процесса собственного обучения [2, с. 125].

Анализируя вопросы управления качеством образования, В. Болотов отмечает, что «процесс организации систем управления качеством с материального производства успешно распространяется на сферу культуры, науки и образования. Наметилась тенденция применения идеологии управления качеством образовательного процесса» [1, с. 31]. Как пример, автор приводит алгоритм обеспечения качества товаров и услуг из теории менеджмента, который представлен циклом Деминга или циклом PDCA, который можно применить и в образовательной деятельности. Этот алгоритм состоит из четырех этапов, которые непрерывно следуют друг за другом и повторяются в процессе любой деятельности по обеспечению качества: P — планирования услуг на основе выбора соответствующих целей, D — реализация

через определенные методы и средства; С — обеспечение эффективности через проверку действий; А — анализ и корректировка действий. Аналогичные действия необходимы и в образовательной деятельности для получения высоких учебных результатов. На важной роли процесса управления оценением результатов обучения настаивает и А. Хуторской: «Измерение и оценка успехов в обучении требует анализа вопроса о том, что подлежит измерению ... от того, какие результаты и в какой форме будут контролироваться, зависит построение всего учебного процесса. Учитель-профессионал всегда заранее определяет те контрольные ориентиры, которые будут предлагаться учащимся после изученного ими каждого раздела или темы курса. Такими ориентирами являются конкретные предметные знания, умения, навыки, усвоенные способы деятельности, способности, результаты творческой деятельности» [6, с. 461].

Следует подчеркнуть, что среди критериев эффективности высшего образования особо выделяется обеспечение выпускникам готовности и умения активно включаться во все сферы социальной жизни. Поэтому всё больший интерес вызывает формирование не прагматических, а гуманитарных аспектов личности и воспитание чувств, которые в значительной мере определяют качество нашей жизни. Роль преподавателя не сводится теперь к простой передаче знаний. Его задача — творчески руководить процессом обучения. При оценке качества обучения учитываются два аспекта удовлетворённости студентов, а именно: организацией обучения и результатами учебной деятельности.

Мы согласны с И. Ширшовой [6], что необходимость изменения характера и технологий оценивания результатов обучения определяет переход от оценки успеваемости к аутентичному оцениванию (authentic assesment). Аутентичное оценивание широко применяется за рубежом в практико- и личностно-ориентированных моделях обучения и трактуется как «истинное, настоящее, подлинное оценивание», или «достижений учащихся», складывающихся из совокупности всех его успехов и проявлений в учебной и внеучебной деятельности. Аутентичное оценивание альтернативных методов оценивания, к которым относятся: исследовательские проекты, научные эксперименты, устная презентация, дискуссия, творческие работы учащихся. Оно ориентировано на практические результаты деятельности учащихся, учитывает и стимулирует их инициативу, стремление к самосовершенствованию и личностному росту на основе самооценки своего продвижения к планируемому результату образовательной деятельности, обеспечивает

возможность видеть эти результаты и получать признание своих достижений. Таким образом, аутентичное оценивание — одно из важнейших средств и условий реализации подготовки современного специалиста [6, с. 208].

Раскроем сущность и содержание некоторых инновационных методов оценивания достижений студентов, используемых нами в процессе профессиональной подготовки студентов.

Эссе — самостоятельная письменная работа в жанре эссе на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Ее цель — развитие навыков творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. *Презентация* — способ использованием аудиовизуальных средств. Презентация обычно содержит в себе текст, иллюстрации к нему и выдержана в едином графическом стиле. Сегодня информационные технологии позволяют создавать презентации с использованием аудио- и видео- вставок, делать презентации динамичными и интерактивными, использовать в них гипертекстовые ссылки. Цель презентации — донести до аудитории информацию и/или убедить ее совершить определенные действия. Эффективная презентация, как правило, заранее спланирована и предназначена для определенной аудитории. Еще одной формой, используемой для проведения аутентичного оценивания, является *рецензирование* — процедура рассмотрения научных статей специалистами в той же области. Цель рецензирования до публикации — удостовериться в том, что автор следует стандартам, принятым в конкретной области или науке в целом, и при необходимости порекомендовать автору их соблюдение. Одним из наиболее востребованных сейчас методов оценивания результатов учебной деятельности является портфолио-технология, помогающая решать важные педагогические задачи: поддержку высокой учебной мотивации студентов; самостоятельности студентов; развитие навыков рефлексивной деятельности.

Систематическая обратная связь в процессе оценивания учебных результатов требует решения двух проблем:

- определение содержания обратной связи — выделение совокупности показателей обученности на базе поставленных целей обучения. Оцениванию подлежат независимые характеристики, определенные значения которых и позволяют сделать вывод об успешности протекания учебного процесса;
- определение частоты обратной связи.

Своевременное получение преподавателем информации по каналам обратной связи позволяет быстро отреагировать на те или иные проблемы, разработать корректирующие воздействия и их реализовать. Как отмечает Дж. О'Коннор, «Мы учимся на опыте благодаря тому, что устанавливаем связь между причиной и следствием. При этом важно учитывать возможную задержку во времени. Если результат появляется с опозданием, может показаться, что последствия не наступили. Особенно это касается проведения оценивания учебных результатов» [7, с. 70].

Следует отметить важность критериальной основы в рамках которой происходит оценивание качества подготовленности будущих специалистов. Например, в работе украинских исследователей [5] представлена система критериев, по которым определяется качество подготовки специалиста:

- обученность (оценка знаний нормативных, общенаучных дисциплин и профессиональных дисциплин, правовая грамотность);

- умения (оценка системной деятельности: умение работать на системном уровне, совершенствовать и осуществлять мониторинг), оценка умения распределения ресурсов (времени, кадров, материала, денег), оценка умения работать с информацией (интерпретировать и передавать, использовать компьютерную и офисную технику), творческое мышление, способность к предвидению, поиска новых решений, участие в научной работе;

- навыки (оценка базовых навыков (говорить, писать, читать, слушать, считать), навыков межличностного общения (работа в команде, обучение других, ведение переговоров, способность к лидерству), оценка профессиональных навыков);

- личностные качества (оценка ответственности, самоорганизованности, самоуправления, коммуникабельности, решительности, самостоятельности, твердости характера, здорового образа жизни, участия в культурных, спортивных и других массовых мероприятиях);

- подготовка абитуриента (обученность, умение, навыки, личностные качества);

- удовлетворение работодателя (обученность, умение, навыки, личностные качества) [8, с. 19].

Мы считаем представленную систематизацию удачной, отвечающей современным реалиям современной жизни, базовой основой которой являются как педагогика, так психология и акмеология.

Выводы. Таким образом, современные педагогические технологии могут обеспечить высокое качество и уровень подготовки будущих специалистов при наличии спроектированного и внедренного процесса управления оцениванием учебных результатов, который позволит диагностировать и спрогнозировать качество образования.

Следует подчеркнуть, что в инновационных методах и технологиях, которые необходимо использовать в образовательном процессе высшей школы, акцент делается на позиции обучающегося, на отношении к нему со стороны преподавателя. Осознание этого позволяет выделить методы и технологии, где стержнем образовательной системы выступает личность студента, требование обеспечения комфортных условий его развития, реализации его природных потенциалов.

В образовательном процессе современного университета происходит переход от традиционного к аутентичному оцениванию. Аутентичное оценивание — вид оценивания, применяющийся в практико-ориентированном образовании и предусматривающий оценивание сформированности умений, навыков, компетентности студентов в ситуациях, максимально приближенных к реальной жизни. Аутентичное оценивание осуществляется посредством использования альтернативных методов, к числу которых относят эссе, портфолио, презентацию, рецензирование. ■

1. Калаур С. М. Підготовка майбутніх учителів до оцінювання навчальних досягнень школярів з предметів природничого циклу : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / С. М. Калаур. — Т., 2004. — 200 с.

2. Пути реализации контекстно-компетентного подхода к обучению в гуманитарном университете: Коллективная монография / Под общ. ред. А.В.Абрамова. — Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2009. — 243 с.

3. Болотов В. А. Системы оценки качества образования: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, получающих образование по пед. направлениям и специальностям / В. А. Болотов, Н. Ф. Ефремова. — Москва: Университетская книга: Логос, 2007. — 190 с.

4. Хуторской А. В. Современная дидактика: [учеб. пособие] / А. В. Хуторской. — Изд. 2-е, перераб. — Москва: Высшая школа, 2007. — 638 с.

5. Алехина Н. В. Проблема аутентичного оценивания образовательной деятельности студента в условиях внедрения системы менеджмента качества / Н. В. Алехина, Э. В. Зильберштейн // Успехи современного естествознания. — 2010. — № 1 — С. 47 — 49.

6. Ширшова И. А. Оценивания учебных достижений студентов: современные тенденции / И. А. Ширшова // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «Проблемы педагогики средней и высшей школы». — 2013. — Т.26 (65), №1. — С. 205 — 215.

7. О'Коннор Дж. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем: Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2009. — 254 с.

8. Система якості вищих навчальних закладів: теорія і практика: [монографія] / О. І. Волков [та ін.]; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ: Наукова думка, 2006. — 301 с.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Алехина Н. В. Проблема аутентичного оценивания образовательной деятельности студента в условиях внедрения системы менеджмента качества / Н. В. Алехина, Э. В. Зильберштейн // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 1 – С. 47 – 49.

Болотов В. А. Системы оценки качества образования: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, получающих образование по пед. направлениям и специальностям / В. А. Болотов, Н. Ф. Ефремова. – Москва: Университетская книга: Логос, 2007. – 190 с.

Калаур С. М. Підготовка майбутніх учителів до оцінювання навчальних досягнень школярів з предметів природничого циклу : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / С. М. Калаур. – Т., 2004. – 200 с.

О'Коннор Дж. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем: Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 254 с.

Пути реализации контекстно-компетентного подхода к обучению в гуманитарном университете: Коллективная монография / Под общ. ред. А.В.Абрамова. — Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2009. — 243 с.

Система якості вищих навчальних закладів: теорія і практика: [монографія] / О. І. Волков [та

ін.]; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ: Наукова думка, 2006. – 301 с.

Хуторской А. В. Современная дидактика: [учеб. пособие] / А. В. Хуторской. – Изд. 2-е, перераб. – Москва: Высшая школа, 2007. – 638 с.

Ширшова И. А. Оценивания учебных достижений студентов: современные тенденции / И. А. Ширшова // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «Проблемы педагогики средней и высшей школы». – 2013. – Т.26 (65), №1. – С. 205 – 215.

New trends in evaluation educational achievements of students in a modern university

© Kubanov R., 2016

The article considers one of the most important aspects of the educational process — manage the assessment of learning outcomes of University students. The author focuses on the modern trends in the development of the Ukrainian system higher education, analyses the changes in strategy, evaluation of learning activities of students. It is proved that in the educational process of a modern University to move from the traditional to the estimation of level of formed of abilities, skills and competence of students in situations as close to real life.

Keywords: students, university, quality of education, evaluation of educational achievements of students.

УДК 65.012.2

ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ: ЦИКЛ PDCA

© Купчинская Ю. А., Чеховская С. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье на основе цикла PDCA или цикла Деминга описан бизнес-процесс «Меры по минимизации времени, затраченного туристами на переезд на остров Ольхон». Описание данного процесса предполагает не только анализ существующей ситуации, но и предложение мер по устранению выявленных проблем и дальнейший контроль над внедрением запланированных мер, что поможет сократить затраты времени на ожидание парома.

Ключевые слова: цикл Шухарта-Деминга, цикл PDCA, управление качеством.

В современном мире в условиях высокой конкуренции крайне сложно завоевать любовь потребителя и удержать его. При выборе товара или услуги покупатель в первую очередь обращает внимание на цену и качество продукции. При этом цена должна соответствовать качеству. Для того, чтобы получить цену на выпускаемую продукцию, компания берет себестоимость продукции и прибавляет издержки, которые предприятие несет во время производства. Но не каждый покупатель готов оплачивать издержки компании. Выбирая между двумя одинаковыми товарами, он выберет более дешевый.

Тогда перед компанией возникает вопрос, как снизить издержки, не ухудшая качества продукции.

Под качеством понимается некая совокупность характеристик, которыми обладает объект и относящиеся к его возможностям удовлетворять установленные требования. Для определения качества того или иного товара можно использовать большое количество разнообразных методов. В процессе более тщательного изучения параметров, определяющих качество товара, возникла необходимость выделения и развития такого направления в современном менеджменте, как управление качеством.

В настоящее время, управление качеством является управленческой деятельностью всех этапов жизненного цикла товаров и, в тоже время, их взаимодействия с внешней средой. Сегодня по всему миру создаются и совершенствуются разнообразные модели управления качеством, которых на данный момент уже можно насчитать сотни. Главной целью всех этих моделей является производство таких товаров, которые соответствовали бы всем требованиям потребителей [1][2].

Как уже было сказано, существует огромное множество методов и моделей в сфере управления качеством, способствующих проведению анализа существующего положения компании и выявлению ключевых проблем, что в дальнейшем помогает разработать конкретные шаги по увеличению качества товара и по снижению издержек при производстве продукции. Примерами таких методов могут быть: диаграмма Парето, схема Исикава, Диаграмма корреляции, цикл Деминга, контрольная карта Шухарта и другие. Далее мы перейдем к более детальному описанию «Цикла Деминга» или «кругу качества», известному также как «Цикл Шухарта». Данный цикл регулирует производственные процессы и усовершенствования продукта. Этот метод также имеет второе название — цикл PDCA (PDSA). В переводе с английского: Plan — планируй, Do — делай, Check — проверяй (в другой версии третий этап подразумевает Study — учись), Act — улучшай. Цикл Деминга позволяет выявить причины брака, а благодаря непрерывности цикла, позволяет корректировать процесс устранения дефекта. Цикл качества включает в себя четыре этапа, согласно названию цикла. Первый этап — Plan. На начальном этапе необходимо оценить ситуацию, определить показатели оценивания результатов, разработать план изменений. Вторым — Do. Подразумевается претворение в жизнь намеченного в первом шаге плана. На третьей стадии — Check, подводят итоги, оценивают результаты контроля на соответствие полученных результатов поставленным целям. На заключительном этапе, этапе Act, необходимо принять изменения и применить полученные знания на следующем круге (процесс продолжается снова с первого этапа, но с необходимыми корректировками, и повторяется непрерывно до получения желаемого результата) или отклонить их [3][4][5].

Рассмотрев цикл PDCA, как основу современного управления качеством, нами было принято решение применить данный метод для решения одной из наиболее ярких проблем Иркутской области в летний туристический период. В данной статье мы рассмотрим проблему загруженности паромной переправы на остров Ольхон.

Главной целью создания цикла PDCA является минимизация времени, затраченного туристами на переезд на остров Ольхон. Для решения данной

проблемы был взят цикл PDCA, исходя из того, что данный метод является базовым в системе управления качеством и является наиболее эффективным в существующих условиях. Цикл PDCA не имеет сложных математических расчётов, но в тоже время способен чётко обозначить проблему, определить пути решения и улучшить существующее положение. В нашей модели цикла PDCA главной задачей является минимизация периода ожидания паромной переправы на остров Ольхон. К планированию мы отнесли такие необходимые инновации, которые в дальнейшем непременно будут способствовать ускорению работы паромной переправы.

Plan: На первом этапе необходимо создать чёткое расписание паромов, так как на данный момент они ходят без каких-либо правил. Далее следует создать специальную очередь на каждое время отправления парома, со специальными номерами и в порядке очереди, чтобы туристы заранее знали, к какому времени им необходимо прибыть на паромную переправу, и простаивали в очереди минимальное время. В тоже время для создания данной очереди нужно создать специальное бюро непосредственно на переправе, где люди могли бы записаться, а также call-центр, по которому можно будет записаться заранее. На втором этапе планирования, следует задуматься так же о всей структуре переезда в целом. На данный момент кроме двух линий для машин, в одну и в другую сторону, места для парковки и ожидания нет. В рамках разработки данной модели следует расширить дорогу, создав специальную парковочную зону, где люди, ожидающие паром, могли бы оставлять своё транспортное средство. В тоже время необходимо создать несколько линий ожидания парома в каждую из сторон для более комфортного ожидания.

Основными показателями данной модели будут являться: количество машин, ожидающих свою очередь на паром, время ожидания одной машиной.

Do: На второй стадии разработки модели необходимо уже непосредственно воплотить все задумки в жизнь. А именно по пунктам создать то, что уже было запланировано. Будет создан специализированный сайт переправы, точное расписание парома и центр, где могли бы оставить заявку все желающие попасть на паром; проведены все меры по улучшению состояния окружающей местности вокруг паромной переправы; расширена дорога, обустроены парковочные места, обозначены несколько полос движения.

Check: На данном этапе необходимо проверить, каков результат проводимых инноваций. Анализ проводится с учётом ранее заданных показателей, таких как время, затраченное в очереди одним автомобилем, а также общее количество автотранспортных средств на переправе.

Act: Внедряем меры по улучшению процесса. К уже построенным улучшениям необходимо добавить специальные оборудованные места

питания, туалетные зоны, а также построить охраняемые парковочные места, чтобы обезопасить имущество отдыхающих, а так же сделать отдых граждан более комфортным.

Полный процесс цикла PDCA представлен на Рисунке 1. Модель PDCA.



Рис. 1. Модель PDCA

На примере цикла Деминга мы рассмотрели такую проблему, как длительный период ожидания отправки на остров Ольхон, что заставляло людей часами простаивать в очереди, дожидаясь прибытия парома. С помощью данного метода мы определили параметры, по которым оценивается изменение ситуации. На стадии «Планирования» выявили меры, которые подлежат предпринять для изменения ситуации. На стадии «Делай» проследили за тем, что было выполнено. На стадии «Проверки» оценили полученные результаты. И на последней стадии — стадии «Улучшай», предложили рекомендации по дальнейшему улучшению ситуации, а именно, по улучшению инфраструктуры прилегающей территории. Благодаря данной структуризации проводимых мер становится понятно, как и что нужно делать.

Таким образом, используя понятный в своем использовании и не требующий специального программного обеспечения метод PDCA, мы разработали систему действий и критерии оценки результатов для исследуемой проблемы. ■

1. Князюк Н. Ф. Использование статистических методов контроля и управления качеством: Учебно-методическое пособие/ Н.Ф. Князюк, Р.Ю. Князюк.- Иркутск.: 2013.- 60с.

2. Князюк Н. Ф. Управление качеством: Учебное пособие/ Н.Ф. Князюк, Р.Ю. Князюк.- Иркутск.: Изд-во Иркутского Государственного университета2019.- 115с.

3. Цикл Деминга [Электронный ресурс] // Портал «Управление производством» - URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/deming-cycle.html> (Дата обращения: 10.09.2016)

4. Цикл Шухарта-Деминга [Электронный ресурс] // Портал «Центр креативных технологий» - URL: <http://www.inventech.ru/lib/glossary/deming/> (Дата обращения: 10.09.2016)

5. Общие понятия управления качеством [Электронный ресурс] // Портал «Административно управленческий» - URL: http://www.aup.ru/books/m93/2_1.htm (Дата обращения: 10.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Князюк Н. Ф. Использование статистических методов контроля и управления качеством: Учебно-методическое пособие/ Н.Ф. Князюк, Р.Ю. Князюк.- Иркутск.: 2013.- 60с.

Князюк Н. Ф. Управление качеством: Учебное пособие/ Н.Ф. Князюк, Р.Ю. Князюк.- Иркутск.: Изд-во Иркутского Государственного университета2019.- 115с.

Общие понятия управления качеством [Электронный ресурс] // Портал «Административно управленческий» - URL:

http://www.aup.ru/books/m93/2_1.htm (Дата обращения: 10.09.2016)

Цикл Деминга [Электронный ресурс] // Портал «Управление производством» - URL: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/deming-cycle.html> (Дата обращения: 10.09.2016)

Цикл Шухарга-Деминга [Электронный ресурс] // Портал «Центр креативных технологий» - URL: <http://www.inventech.ru/lib/glossary/deming/> (Дата обращения: 10.09.2016)

Basis of quality management: PDCA cycle

УДК 334.012.64(571.53)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Мананкова А. А., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье проводится анализ состояния малого предпринимательства в Иркутской области, выделяются основные проблемы его функционирования. Автор освещает некоторые возможности и перспективы развития малого бизнеса в регионе, а также раскрывает вопросы, касающиеся системы мер государственной и негосударственной поддержки субъектов малого предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес, Иркутская область, субсидии, гранты, программы поддержки малого бизнеса, налоговые льготы.

В современном мире развитию малого бизнеса уделяется огромное внимание. Если изучить статистику наиболее развитых стран, то можно увидеть, что его доля в ВВП составляет более 50 % среди всех функционирующих предприятий [1] (для России эта цифра составляет 21 % по данным на 2015 год [2]). Активная поддержка данного вида предпринимательства правительствами разных стран легко объяснима, так как эффект, получаемый национальной экономикой от малого бизнеса невозможно переоценить. Во-первых, малые предприятия наиболее динамичны, они быстро и гибко реагируют на изменения потребительского спроса, насыщают рынок необходимыми товарами и услугами. Во-вторых, они обеспечивают занятость населения, так как очень быстро и при небольших затратах создают новые рабочие места. Таким образом, через развитие малого бизнеса происходит снятие социальной напряженности в стране. В-третьих, малые предприятия имеют более высокую собираемость налогов. Они увеличивают налогооблагаемую базу для бюджетов всех уровней. И в заключение, малое предпринимательство, имеющее инновационную направленность, является зачатком для крупной

© Kupchinskaia I., Chekhovskaia S., 2016.

In this article, based on the PDCA cycle (the Deming cycle) described business process «Special rules to minimize the time spent by tourists on the way to the Olkhon Island.»

A description of this process involves not only an analysis of the current situation, but also to propose measures to address the identified problems and further control over the implementation of the planned measures, which will help reduce the time spent waiting for the ferry.

Keywords: the Shewhart-Deming cycle, the PDCA cycle, quality management

промышленности, которая способствует развитию всей отечественной экономики.

Целью данной статьи является проведение подробного анализа состояния, возможностей и перспектив для создания и развития малого бизнеса в Иркутской области.

Иркутская область — субъект РФ, обладающий огромными запасами природных ресурсов. В 2015 году регион занял 25 место по уровню социально-экономического развития [3]. Несмотря на это малый бизнес в регионе развит достаточно слабо.

Всего по данным Иркутскстата за 2014 год число предприятий малого бизнеса в области равно 28 602 единиц, при численности населения равной 2 418 тыс. человек [4]. В мировой практике существует общепринятый показатель — число предприятий малого бизнеса на 1 000 человек населения. МБ в стране считается зрелым, если данный показатель равен 30–50 [5]. В развитых странах, таких как США, это значение достигает 74. В Иркутской области этот показатель на 2014 год равен 12.

Суммарный оборот малых предприятий региона по результатам отчетного периода составил 388,1 млрд. рублей. Общий объем реализованных товаров и услуг, при этом, за тот же период в денежном выражении составил 1 545,4 млрд. рублей [4]. Произведя несложные

вычисления, можно увидеть, что доля, образованная предприятиями малого бизнеса, составляет около 25 %. При этом большую часть в общем обороте, а именно около 73 %, занимают такие виды деятельности, как оптовая и розничная торговля, а также аренда и другие операции с недвижимым имуществом, то есть отрасли с наиболее быстрым периодом окупаемости и

сравнительно невысоким уровнем возможных финансовых потерь. Таким образом, наблюдается, что производство стратегически значимых для страны товаров не интересует малого предпринимателя в рассматриваемом регионе, мала доля сельского хозяйства, обрабатывающих и химического производств, производства продуктов питания.

Таблица 1. Структура предприятий малого бизнеса в Иркутской области по отраслям экономики по данным на 2014 год[4]

	Количество предприятий, ед.	Оборот, тыс.руб.
Всего	28 602	388 105 267
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	971	9 245 617
Рыболовство, рыбоводство	21	45 256
Добыча полезных ископаемых	140	3 152 154
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	34	1 073 374
Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	106	2 078 780
Обрабатывающие производства	2 377	29 751 759
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	281	4 189 949
Текстильное и швейное производство	86	805 511
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	5	46 758
Обработка древесины и производство изделий из дерева	460	4 775 258
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	261	1 844 490
Производство кокса, нефтепродуктов и прочих материалов	12	620 080
Химическое производство	45	747 007
Производство резиновых и пластмассовых изделий	164	3 192 204
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	180	3 420 255
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	216	3 005 477
Производство машин, оборудования, аппаратуры для радио, телевидения, связи, транспортных средств	449	5 399 452
Прочие производства	218	1 705 318
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	250	2 466 536
Строительство	3 479	46 471 439
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	10 890	226 495 504

Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	1 059	19 118 119
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	5 880	150 997 376
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	3 951	56 380 010
Гостиницы и рестораны	876	6 006 531
Транспорт и связь	2 269	18 402 896
Финансовая деятельность	421	140 036
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	5 683	37 246 697
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	18	4 889
Образование	83	158 718
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	424	1 876 936
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	700	6 640 298

Несмотря на незрелое состояние малого бизнеса, Иркутская область обладает неплохим потенциалом для его развития. Проведя анализ, можно смело сказать, что у регионального предпринимателя существует множество возможностей для того, чтобы найти и занять свое место на рынке.

Во-первых, Иркутская область является промышленным регионом. На ее территории располагается множество крупных предприятий — Иркутскэнерго, Саянскхимпласт, Ангарская нефтехимическая компания, Иркутский авиазавод и др. Данная специфика области позволяет активно развивать аутсорсинг и субконтракцию как перспективные формы сотрудничества между крупными и малыми предприятиями. Аутсорсинг — выполнение всех или части функций по управлению организацией сторонними специалистами [6]. Субконтракция представляет собой форму сотрудничества между крупными предприятиями и мелкими производителями, которая позволяет достичь высокой эффективности производства благодаря рациональному использованию имеющихся производственных мощностей и более совершенному использованию ресурсов [7].

Во-вторых, известно, что территория Иркутской области богата природными ресурсами. Закономерным следствием данного факта является сырьевая направленность экспорта в регионе — основная часть экспортируемых товаров

представлена топливно-энергетическими товарами, металлами, древесиной и целлюлозно-бумажными изделиями, минеральными продуктами. В Иркутской области добывается около 10 % всего российского золота, осваиваются месторождения огнеупорных глин, магнезита, формовочных и стекольных песков, каменной соли, талька, гипса, облицовочных камней, слюды-мусковита, полудрагоценных и поделочных камней и минеральных строительных материалов [8].

Стоит уделить особое внимание мощнейшим гидроэнергетическим и водным ресурсам, благодаря которым электроэнергия и пресная вода в регионе распространяется по очень низким ценам. Это делает привлекательным открытие в области энергоемких производств.

Также отметить стоит туристический потенциал региона. Озеро Байкал, в совокупности с близлежащими заповедниками и парками является настоящей местной жемчужиной. Здесь обитает более тысячи животных и растений эндемиков. Все это делает возможным развитие в области экотуризма. Предпринимателям, желающим открыть свой туристический бизнес, привлечь путешественников из-за границы поможет снизившийся вдвое курс национальной валюты.

Если взглянуть на статистику Федерального Таможенного Управления, можно определить, какими товарами в настоящее время регион не обеспечивает себя самостоятельно.

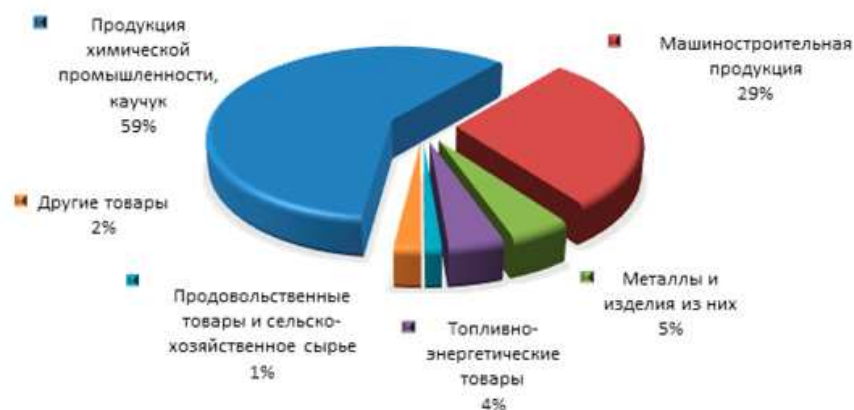


Рис. 1. Товарная структура импорта Иркутской области в 2015 году

По данным на конец 2015 года, 58 % региональных экспортно-импортных операций приходится на страны АТР, при этом самой крупной страной экспортером в Иркутскую область является Китай (140 млн. долл. США). Из рисунка, представленного выше видно, что Иркутская область импортирует продукцию химической промышленности (в большей степени неорганическая химия), металлические изделия, продукцию машиностроения, продовольственные товары, товары ТЭК и др. [9]. Таким образом, внутри данных категорий также находятся предполагаемые ниши для замещения зарубежных товаров, сильно подорожавших в результате кризиса.

Сергей Маяренко, предприниматель, общественный и политический деятель, представитель АСИ в Иркутске, в интервью для журнала «Капиталист» рассказывает о возможностях развития предпринимательства в рассматриваемом регионе. В качестве одной из таких возможностей он выделяет освоение новых рынков и поиск новых партнеров. Причем он советует отстраниться от мыслей о центральной России и скорее устремить свои взгляды на Восток. По результатам проведенного эксперимента, в ходе которого на карте была построена окружность радиусом 1 000 километров от Иркутска выяснилось, что на данной территории живет приблизительно 36 миллионов потенциальных потребителей — Хакассия, Красноярский край, Якутия, Улан-Уде, Забайкальский край, Монголия, Маньчжурия [10].

Если взять за рассмотрение радиус равный 2000 километров, то территория потенциальных рынков захватит большую часть Китая, в том числе Пекин, а число потенциальных потребителей возрастет до полумиллиарда человек, а это больше, чем все население России.

Таким образом, предельно ясным становится тот факт, что малый бизнес региона не должен страдать от отсутствия или недостаточной емкости рынков сбыта, однако данная возможность будет

работать на предпринимателя только в том случае, если он имеет четкую стратегию, удовлетворяющую текущим рыночным требованиям.

Не секрет, что на начальном этапе любого стартапа основными проблемами являются недостаточность финансовых ресурсов. Понимая это, государство в свою очередь предоставляет субъектам малого бизнеса определенную поддержку, которая заключается в субсидировании, налоговых льготах, государственных гарантиях и др.

Субсидирование и предоставление грантов в РФ осуществляется на 3х уровнях — федеральном, региональном и местном. Самыми известными и выгодными федеральными программами по развитию малого бизнеса, которыми может воспользоваться субъект малого предпринимательства в Иркутской области, в настоящее время являются программы, направленные на поддержку научно-технических предприятий:

1. «Старт» — право подать заявку на участие есть у любой фирмы, существующей на рынке не более 2-х лет и еще не реализовавшей свой продукт (размер ежегодной выручки не должен превышать 0,3 миллиона рублей). Размер гранта не превышает 5 млн. рублей, а срок проведения НИОКР 12 месяцев. Программа предусмотрена для нескольких направлений: биотехнологии, инновационная медицина, IT, разработка инновационного оборудования и материалов.

2. «Развитие» — программа предусмотрена для компаний, относящихся к высокотехнологичной сфере, которые имеют свою историю научной работы и определенный уровень движения средств. Программа позволяет получить до 15 млн. руб., но не более размера личных средств, вложенных в деятельность.

3. «Интернационализация» — направлена на поддержку производства не сырьевой экспортно-ориентированной продукции. Максимальный объем предоставляемой помощи составляет 15,0 млн. руб.

при условии софинансирования из внебюджетных средств, в размере не менее 50 %. Срок выполнения НИОКР должен составлять от 18 до 24 месяцев.

4. «Коммерциализация» — проводится для предприятий, которые уже завершили НИОКР и планируют создание/расширение своей инновационной продукции. Грант предоставляется в размере не более 15 млн. руб, при условии 100 % софинансирования из собственных или привлеченных средств [11].

Стоит отметить, что за поддержкой малый предприниматель может обратиться в ведомственные учреждения — Министерство сельского хозяйства, Министерство образования, Министерство промышленности и торговли (развитие народного промысла).

Также органом предоставления мер поддержки в рамках программы «Помощь начинающим предпринимателям» является центр занятости населения. Субсидии предоставляются в размере 58,8 тыс. рублей на основании бизнес-плана.

На региональном уровне в Иркутской области поддержка субъектов малого бизнеса осуществляется на основании программы «Экономическое развитие и инновационная экономика» 2015–2020 гг. и регулируется Положением Правительства Иркутской области от 5 сентября 2014 года № 427-пп «О предоставлении субсидий из областного бюджета в целях финансового обеспечения (возмещения) затрат (части затрат) в связи с реализацией мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства». Согласно этому положению субсидии на региональном уровне осуществляются в основном как компенсация затрат, понесенных в результате приобретения оборудования. Размер субсидии доходит до 3 млн. руб. и при этом не может превышать 50 % от суммы затрат на оборудование. Оборудование должно быть новым, участвовать в производстве продукции и относиться ко второй и выше амортизационным группам.

Что касается уровня муниципалитета, то, например, в городе Иркутске, в рамках программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства на 2013–2017 г.г.» предприниматель имеет право получить субсидии в виде:

1. Субсидии на создание собственного бизнеса — 80 % общих расходов, но не более 200 тыс. руб.

2. Субсидии на начальном этапе ведения бизнеса — в размере 50 %, но не более 500 тыс. руб.

3. Субсидии для возмещения части затрат по выплате процентов по кредиту — в размере действующей ставки рефинансирования, не более суммы налоговых поступлений от СМ и СП во все уровни бюджетов, однако сумма субсидии превышает 500 тыс. рублей в год.

4. Субсидии по договорам лизинга — в размере 50 % авансового платежа, но не более 300 тыс. руб.

5. Субсидии для возмещения части затрат по договорам аренды — в размере 50 % от суммы фактически уплаченной по договорам аренды, но не более 150 тыс. руб.

6. Субсидия в целях возмещения затрат на участие в выставках, ярмарках — 70 %, но не более 80 тыс. руб.

7. Субсидия в целях возмещения затрат, связанных с разработкой и экспертизой бизнес-планов инвестиционных проектов, направленных на реализацию товаров, выполнение работ, оказание услуг — не более 70 % по одному бизнес-плану, но не более 100 тыс. руб.

8. Субсидия для возмещения части затрат, связанных с прохождением сертификации по соответствующим установленным международным системам и стандартам качества, экологическим стандартам — 50 % затрат, но не более 100 тыс. руб.

Однако не все предприниматели могут рассчитывать на получение такого рода помощи, для этого предприятие должно заниматься обрабатывающим производством, информационными технологиями, образованием, здравоохранением, научными исследованиями и разработками, а также осуществлять свою деятельность не менее 1 месяца с момента государственной регистрации [12].

Налоговые льготы — еще одна мера государственной поддержки развития малого предпринимательства. Помимо того, что в РФ субъект малого бизнеса может использовать спецналогрежим — УСН, ПСН, ЕНВД, ЕСХН, на территории региона существуют и другие налоговые послабления, к числу которых относятся:

1. Нулевая налоговая ставка в течение двух лет с момента регистрации (действует до 2020 года). Подходит для индивидуальных предпринимателей на УСН и ПСН, работающих в сферах нефтегазохимии, машиностроения, производства пищевых продуктов, информационных технологий, образования, здравоохранения, научных разработок и др. [13].

2. Дифференцированная процентная ставка для малых предприятий на УСН 5 и 7 % от дохода, занимающихся видами деятельности указанными в региональном законе об особенностях применения УСН [13].

3. Льготы по налогу на имущество организаций, величина которого в регионе составляет 2,2 %. Такую льготу могут получить предприятия на вновь приобретенное/созданное или реконструированное оборудование в размере 25 % от налоговой ставки, если стоимость его приобретения/увеличенная стоимость составляет более 10 млн. руб. за один налоговый период. Если сумма превышает 50/100 млн. рублей, то в течение 1/2 последующих налоговых периодов

соответственно сумма налога уменьшается на 50 % [14].

Помимо вышеперечисленных форм государственной финансовой поддержки на территории Иркутской области оказывается и другого рода помощь СМ и СП. В целом на данный момент в регионе сложилась следующая инфраструктура поддержки малого бизнеса. Стоит отметить, что в нее входят как государственные, так и частные организации:

I. В сфере финансовой поддержки:

1. Фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Иркутский областной гарантийный фонд» осуществляет предоставление поручительств (гарантий), предоставление информационно-консультационной поддержки и содействие малым и средним предприятиям

2. Различные муниципальные микрофинансовые организации, основной деятельностью которых является предоставление займов субъектам малого предпринимательства. К ним относятся ИФМФ, МФО «ФОП МСП АГО» и др.

II. В консультационной сфере:

1. Фонд «Центр поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» (ЦПП) — оказание информационно-консультационных услуг; проведение для малых и средних предприятий семинаров, конференций, форумов, круглых столов, издание пособий; организация и реализация специальных программ обучения для малых и средних предприятий; возмещение затрат на участие в выставочно-ярмарочной деятельности.

2. Центр инноваций социальной сферы при Иркутском государственном университете (ЦИСС при ИГУ) — оказание консультационной и информационной поддержки социальным предпринимателям и социально-ориентированным некоммерческим организациям; проведение Школы социального предпринимательства, а также семинаров, лекций, мастер-классов по социальным тематикам; организация взаимодействия с органами исполнительной власти и экспертным сообществом по вопросам развития социального предпринимательства.

III. В области инноваций и производственной сфере:

1. Региональный центр инжиниринга (структурное подразделение ЦПП) — оценка технической готовности субъектов малого и среднего предпринимательства для внедрения новых технологий; разработка программ модернизации, технического перевооружения/реконструкции производства; услуги в области инженерных и конструкторских решений, разработки продуктов; разработка технологий, техпроцессов, подготовка к запуску производств резидентов технопарка; услуги консалтинга,

бизнес-планирования и поиска источников финансирования проектов; услуги по обучению и повышению квалификации персонала; коммерциализация НИОКР в области машиностроительных технологий; услуги по компьютерному инжинирингу».

2. Центр сертификации, стандартизации и испытаний (коллективного пользования) — аттестация и сертификация производств низких технологических переделов; оказание услуг аккредитованной лаборатории по входному/выходному контролю качества материалов, деталей и конструкций; проведение испытаний опытных образцов выпускаемой продукции и оборудования с целью подтверждения соответствия требованиям отраслевых стандартов; консалтинговые и инжиниринговые услуги в сфере сертификации, стандартизации и испытаний; мониторинг производственных и инжиниринговых компаний региона с целью формирования отраслевой системы поставщиков; организация и проведение обучающих мероприятий по профилю деятельности центра.

3. Центр кластерного развития — проведение маркетинговых исследований; разработка и продвижение зонтичных брендов; организация и проведение обучающих тренингов, семинаров, вебинаров; софинансирование посещения ключевых отраслевых выставочных мероприятий; организация работ по обеспечению соответствия продукции участников кластеров требованиям потребителей; софинансирование разработки бизнес-планов; проведение информационных кампаний для участников в СМИ; подготовка и реализация совместных кластерных проектов.

4. Ангарский технопарк - предоставление готовой инфраструктуры (земли, производственное оборудование, инженерные сети); предоставление арендных каникул для развертывания производства (стоимость подключения 0 руб. ко всем инженерным сетям); предоставление отраслевой специализации: низкий коэффициент вложения собственных средств на созданные рабочие места.

5. Бизнес-инкубатор города Байкальск - содействие в создании новых инновационных предприятий; содействие развитию на территории Байкальского муниципального образования инфраструктуры малых и средних предприятий; информационная, консультационная поддержка начинающих предпринимателей на территории Байкальского муниципального образования; создание условий для развития новых субъектов бизнеса на территории и др.

6. Индустриальный парк «Байкальский» - оказание информационно-консультационных услуг; предоставление земельных участков в аренду.

7. Технопарк Иркутского национального исследовательского технического университета - оказание консультационных услуг; проведение маркетингового исследования; организация выставок, семинаров и конференций, тренингов; услуги по подготовке заявок на участие в конкурсах и тендерах; оказание юридических услуг для малых инновационных компаний [15].

Таким образом, опираясь на проведенный в данной статье анализ, можно заключить, что малый бизнес в Иркутской области развит достаточно слабо. Его структура преимущественно представлена торговыми предприятиями, а доля в общем доходе области достигает лишь 25 %. Однако, благодаря ресурсному потенциалу региона, его промышленной составляющей, являющейся заслугой прошлого экономического строя, а также благодаря текущей политике государства, направленной на поддержание СМ и СП, занимающегося развитием стратегически важных для страны отраслей, малое предпринимательство имеет здесь достаточно большие возможности. Имея в своем распоряжении такого рода возможности, от предпринимателя требуется определить свой целевой сегмент, подробно изучить, в чем нуждаются его представители и конечно обеспечить качество своей продукции, которое гарантирует в дальнейшем ее конкурентоспособность. ■

1. Ларичева Е.А. Сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом [Электронный ресурс] / Е.А. Ларичева // URL: http://science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom_2014_22/laricheva_sravnit.htm (Дата обращения 17.08.2016)

2. Калинин А.В. Мало и медленно [Электронный ресурс] / А.В. Калинин // Официальный сайт Российская Газета URL: <https://rg.ru/2015/04/14/dola.html> (Дата обращения 15.09.2016)

3. Рейтинг социально-экономического положения регионов – 2015. [Электронный ресурс] // URL: <http://riarating.ru/infografika/20150616/610658857.html> (Дата обращения 15.09.2016)

4. Основные показатели деятельности микропредприятий за 2014 год Иркутская область. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики URL: <http://irkutskstat.gks.ru> (Дата обращения 21.09.2016)

5. Винокуров М.А. Малое предпринимательство в Иркутской области в контексте мирового опыта [Электронный ресурс] / М.А. Винокуров, А.П. Суходолов. Отрывок из книги Экономика Иркутской области // URL: <http://irkipedia.ru> (Дата обращения 15.09.2016)

6. Аутсорсинг. Экономический словарь. [Электронный ресурс] // URL: <http://vslovar.ru/slovo/jekonomicheskij-slovar/autsorsing> (Дата обращения 15.09.2016)

7. Субконтракция: эффективный путь развития предпринимательства в промышленности [Электронный ресурс] // URL: <http://nisse.ru/articles/details.php> (Дата обращения 20.09.2016)

8. Иркутская область. [Электронный ресурс] // URL: http://irkipedia.ru/content/irkutskaya_oblast (Дата обращения 25.09.2016)

9. Товарная структура экспорта и импорта Иркутской области. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Сибирское таможенное управление URL: <http://stu.customs.ru/index.php>

10. Сергей Маяренко: «Кризис – время новых возможностей» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Газета Дело URL: <http://sia.ru> (Дата обращения 26.09.2016)

11. Программы инновационного развития [Электронный ресурс] // Официальный сайт Фонд содействия инновациям URL: <http://fasie.ru/programs/http://> (Дата обращения 26.09.2016)

12. Инвестиционно-финансовая поддержка субъектам малого и среднего предпринимательства города Иркутска. [Электронный ресурс] // Официальный портал города Иркутска URL: <http://admirk.ru/pages/predost-subsidiy-subektam-mal-sredn-predprin.aspx> (Дата обращения 24.09.2016)

13. Закон Иркутской области «Об особенностях налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения» от 30.11.2015 №112-оз

14. Закон иркутской области «О налоге на имущество организаций» от 19.09.2007 года N 34/1/3-СЗ в редакции Законов Иркутской области от 10.10.2008 N 86-оз, от 19.11.2009 N 85/51-оз, от 02.11.2010 N 95-ОЗ, от 15.12.2011 N 136-ОЗ, от 28.06.2012 N 62-ОЗ

15. Инфраструктура поддержки СМиСП Иркутской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерство экономического развития Иркутской области URL: irkobl.ru (Дата обращения 26.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аутсорсинг. Экономический словарь. [Электронный ресурс] // URL: <http://vslovar.ru/slovo/jekonomicheskij-slovar/autsorsing> (Дата обращения 15.09.2016)

Винокуров М.А. Малое предпринимательство в Иркутской области в контексте мирового опыта [Электронный ресурс] / М.А. Винокуров, А.П. Суходолов. Отрывок из книги Экономика Иркутской области // URL: <http://irkipedia.ru> (Дата обращения 15.09.2016)

Закон Иркутской области «Об особенностях налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения» от 30.11.2015 №112-оз

Закон иркутской области «О налоге на имущество организаций» от 19.09.2007 года N 34/1/3-СЗ в редакции Законов Иркутской области от 10.10.2008 N 86-оз, от 19.11.2009 N 85/51-оз, от 02.11.2010 N 95-ОЗ, от 15.12.2011 N 136-ОЗ, от 28.06.2012 N 62-ОЗ

Инвестиционно-финансовая поддержка субъектам малого и среднего предпринимательства города Иркутска. [Электронный ресурс] // Официальный портал города Иркутска URL: <http://admirk.ru/pages/predost-subsidiy-subektam-mal-sredn-predprin.aspx> (Дата обращения 24.09.2016)

Инфраструктура поддержки СМиСП Иркутской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерство экономического развития Иркутской области URL: irkobl.ru (Дата обращения 26.09.2016)

Иркутская область. [Электронный ресурс] // URL: http://irkipedia.ru/content/irkutskaya_oblast (Дата обращения 25.09.2016)

Калинин А.В. Мало и медленно [Электронный ресурс] / А.В. Калинин // Официальный сайт Российской Газета URL: <https://rg.ru/2015/04/14/dola.html> (Дата обращения 15.09.2016)

Ларичева Е.А. Сравнительный анализ развития малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом [Электронный ресурс] / Е.А. Ларичева // URL: http://science-bsea.bgita.ru/2014/ekonom_2014_22/laricheva_sravnit.htm (Дата обращения 17.08.2016)

Основные показатели деятельности микропредприятий за 2014 год Иркутская область. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики URL: <http://irkutskstat.gks.ru> (Дата обращения 21.09.2016)

Программы инновационного развития [Электронный ресурс] // Официальный сайт Фонд содействия инновациям URL: <http://fasie.ru/programs/http://> (Дата обращения 26.09.2016)

Рейтинг социально-экономического положения регионов – 2015. [Электронный ресурс] // URL: <http://riarating.ru/infografika/20150616/610658857.html> (Дата обращения 15.09.2016)

Сергей Маяренко: «Кризис – время новых возможностей» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Газета Дело URL: <http://sia.ru> (Дата обращения 26.09.2016)

Субконтракция: эффективный путь развития предпринимательства в промышленности [Электронный ресурс] // URL: <http://nisse.ru/articles/details.php> (Дата обращения 20.09.2016)

Товарная структура экспорта и импорта Иркутской области. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Сибирское таможенное управление URL: <http://stu.customs.ru/index.php>

Actual problems of small business development in the Irkutsk region

© Manankova A., 2016

This article analyzes the state of small business in the Irkutsk region and highlights its main functioning problems. The author covers issues about some possibilities and prospects of small business development in the region, as well as reveals issues concerning the system of state and non-state supportive measures of small businesses.

Keywords: small business, the Irkutsk region, grants, small business support programs, tax advantages.

УДК 338.24

ВВЕДЕНИЕ В ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

© Матвеев А. Ю., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Данная статья является введением в такой процесс как управление знаниями. Статья дает понимание, что такое управление знаниями на предприятии, и для чего этот процесс нужен.

Ключевые слова: управление знаниями, знания, цепочка знаний.

Сейчас все чаще и чаще мы слышим такое понятие как управление знаниями. Что вкладывается в это понятие? И почему призывы акцентировать внимание на эту управленческую деятельность в организации звучат все громче и громче?

Знание — сила, сказал Фрэнсис Бэкон. Казалось бы, простая и естественная фраза, но в ней заключен большой смысл. Силу можно применять по-разному. Сила может ввести в искушение применяя её только во благо собственным интересам. Порицание такого искушения, или иначе — монополии на знания, было отмечено еще в Коране 1300 лет назад, во многих его Сурах. Например, фрагмент из Суры 39

«Толпы», говорит о таком искушении — «50(49) и когда постигнет человека зло, он взывает к Нам. Потом, когда обратим Мы это в милость от Нас, он говорит: «Мне это даровано по знанию». Нет, это искушение, но большая часть из них не знает» [1]. Сила Знания дает конкурентное преимущество его владельцу перед другими участниками процесса. В зависимости от характера процесса, в котором применяется знание, оно может принести владельцу деньги, славу, признание и, что самое главное, власть. Еще в древнем Египте и Месопотамии касты жрецов, имеющие реальную власть, четко разграничивали доступ к знаниям обычных граждан, тем самым, создавая себе конкурентные преимущества. Т.е. жрецы вводили

монополию на знания. Но знания также являются нематериальным активом его владельца. И как у любого актива у знаний есть срок амортизации. После истечения срока амортизации, знания требуют обновления, замены, пересмотра. При монополии на знания их очень трудно обновлять и держать в актуальном состоянии, это в итоге, в долгосрочной перспективе, приводит к застою и разрушению сложившейся системы, построенной на монополии знаний. Что собственно и показала история этих древних цивилизаций. Если же не поддаваться искушению и делиться знаниями с участниками процесса, то срабатывает синергетический эффект, который позволяет всем участникам процесса получить совершенно новые знания. Но тут опять может сработать психологическая ловушка. Владелец знаний может испугаться того, что переданные им знания, могут быть обращены в итоге против него самого или использованы не по назначению. И история знает не мало подобных примеров. Арне Берлинг — профессор математики, который во время второй мировой войны смог разгадать код шифровальной машины Германии T52, но в итоге так и не передал никому это знание. Еще один пример: Никола Тесла, который на заре XX века смог получить технологию передачи электричества и энергии на любые расстояния, что даже при текущем развитии технологий полноценно так и не реализовано. Становится очевидным, что управление знаниями очень сложный процесс, как в рамках управления своими собственными знаниями, так и в контексте управления знаниями в организации или обществе. Но освоение процесса управления знаниями в текущем течении развития мира жизненно необходимо всем и на всех уровнях человеческой организации. Скорость развития информационных технологий и научного прогресса, начиная с середины XX века, очень сильно ускорила процесс инфляции знаний, и поэтому уметь управлять своими собственными знаниями, чтобы оставаться на плаву, полезно каждому человеку. Как не уйти в монополию своих знаний и не застрять там, растеряв все конкурентные преимущества, как поделиться знаниями так, чтобы не остаться в проигрыше, как получить новые знания и обновить имеющиеся? Такие вопросы свойственны не только для отдельно взятого человека, но и для организаций, для целых стран и для всего человечества.

Мы показали, что знания, это нематериальный актив и знания могут наделять силой своего владельца. Но какие есть формальные определения термина «Знание»? Существует много определений. Вот довольно длинное определение. Знание — форма существования и систематизации результатов познавательной деятельности человека. В широком смысле слова, знание — это образ реальности субъекта в форме понятий и представлений. Знание в узком смысле — это обладание проверенной информацией (ответами на

вопросы), позволяющей решать поставленную задачу. Например, знание предмета — уверенное понимание предмета, умение обращаться с ним, разбираться в нём, а также использовать для достижения намеченных целей. Знание помогает людям рационально организовывать свою деятельность и решать различные проблемы, возникающие в её процессе [2].

Или вот такое определение: Знания — это результаты интеллектуальной деятельности во всех областях жизни человека. Они имеют ряд специфических свойств [3]:

- Нематериальность.
- Отсутствие физического износа.
- Неисчерпаемость.
- Способность к самопроизводству.
- Тиражируемость.
- Доступность

Есть ещё более лаконичное определение: Знания — это однозначное осознание, понимание смысла, заключенного в обработанной информации.

Исходя из определений, можно сделать вывод, что самим по себе Знанием управлять нельзя. Но можно заметить, по приведенным определениям, что Знание, это совокупность опыта, информации и данных. А вот опытом, информацией и данными мы управлять можем. Получается, чтобы успешно использовать процесс управления знаниями, необходимо сфокусироваться на опыте, на информации и данных. Процесс управления своими знаниями отдельно взятого человека, в общем не будет отличаться от процесса управления знаниями в организации, даже на уровне некоторых определений, но в рамках данной статьи далее будет рассматриваться только управление знаниями в организациях.

Важно отметить три критических аспекта, которые вводят отличие знаний от информации, и показывают, когда информация может считаться знаниями.

- Знания связаны. Они существуют как набор множества навыков и идей (коллективная мудрость).

- Управление знаниями — это катализатор, оно активизирует действия (использование мудрости). Знания всегда зависят от условий среды и стимулируют проведение ответных на изменение этих условий действий (развитие реакции). Информация, которая к этому не приводит, знаниями не является. Как сказал Питер Друкер: «Знания по большей части существуют только в приложении».

- Знания можно применять в условиях, с которыми еще не приходилось сталкиваться. Когда информация применяется в новых ситуациях, для которых не существует прямых прецедентов, она становится знаниями, и напротив, «закупоренная» в предыдущей модели информация — не есть знания [4].

Все участники процесса управления знаниями должны ясно понимать разницу между знаниями и их управлением и информацией, и её управлением. Без такого понимания, процесс управления знаниями, скорее всего, не будет успешным и эффективным.

Введем еще одно определение. Управление знаниями (Knowledge Management, КМ) — это активизация использования коллективной мудрости для развития реакции и способностей к новаторству. Т.е. задачи такого процесса, как управления знаниями в организации сводятся к тому, чтобы развить в сотрудниках организации склонность к генерированию новых знаний, склонность к самообучению [4].

Процесс управления знаниями в организации можно показать через цепочку знаний. Цепочка знаний (К-цепочка) — это серия взаимодействий, составляющая инновационный цикл организации. Цепочка знаний, определяющая уникальность и

долголетие любой организации, состоит из четырех основных звеньев, они же являются и теми факторами, которые позволяют компаниям успешно модифицироваться, пресекая попытки конкурентов выбиться вперед [4]:

- осведомленность о внутренней корпоративной среде;
- чувствительность к внутренней корпоративной среде;
- осведомленность о внешней для корпорации среде;
- чувствительность к внешней для корпорации среде

Если вернуться к определению процесса управления знаниями, то в контексте цепочки знаний, процесс Управления знаниями обеспечивает движение и проницаемость между четырьмя звеньями цепочки знаний (см. рис. 1), что в итоге ускоряет процесс новаторства.

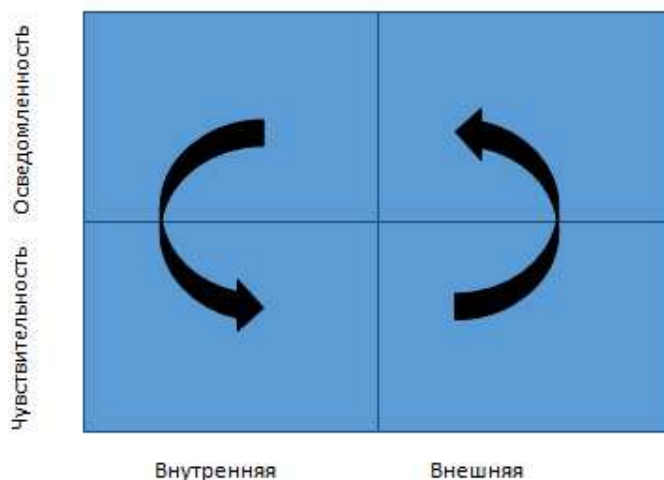


Рис. 1 Цепочка знаний

Для более четкого понимания цепочки знаний рассмотрим все звенья на примерах организаций,

использующих процесс управления знаниями и теми, кто этого не делает.

Таблица 1. Организации, в которых не реализовано управление знаниями

	внутренняя	внешняя
Осведомленность	Плохую внутреннюю осведомленность характеризуют обширное применение организационных графиков, приказное управление, недостаток обмена знаниями и статические политика и процедуры.	Замедленная в результате маркетинговых исследований «избитого» рынка и чрезмерного доверия торговым маркам товаров обратная связь с покупателями
Чувствительность	Старый корпоративный опыт, а также иерархическая структура управления/контроля и раздробленность организации на отдельные подразделения	Медленные дистрибуторские каналы стандартизованных продуктов, длительный промежуточный период между инновационными циклами

	душат новые идеи.	
--	-------------------	--

Таблица 2. Организации, в которых реализовано управление знаниями

	внутренняя	внешняя
Осведомленность	Постоянная коллективная осведомленность о сильных и слабых сторонах, не ограниченная структурными и функциональными границами	Разобрана непроницаемая преграда между рынком и способностью организации к новаторству, что важно для принятия правильных решений о формировании партнерских отношений с перспективными компаниями и заказчиками
Чувствительность	Мгновенная организация имеющихся корпоративных профессиональных навыков (ресурсов) на основе внутренней осведомленности.	Возможность постоянно соответствовать условиям рынка, даже когда рынок не может их сформулировать и точно нельзя определить прибыль.

Если инновационность мы получаем от движения знаний между ячейками цепочки знаний, то успех организации в процессе управления знаниями измеряется скоростью, с которой знания двигаются между ячейками цепочки знаний.

Перед тем как, согласно цепочке знаний, налаживать осведомленность и настраивать чувствительность организации, или другими словами начать работать с процессом управления знаниями, необходимо выстроить фундамент. И первый шаг в формировании такого фундамента — классификация знаний. Для классификации Знания можно условно разбить на две группы явные и неявные, после этого только станет понятно, как с ними работать, т.к. знания каждого типа требуют разного подхода в обращении.

Явные (эксплицитные) знания — это знания, которые могут быть выражены на формальном языке и с легкостью переданы от одного человека к другому [4].

Неявные (имплицитные) знания — это знания, которые определяются как персональные знания, связанные с личным опытом (предположения, идеи, инстинкт, анализ) [4].

Наиболее ценные знания организации — имплицитные. Из-за простоты распространения корпоративных эксплицитных знаний конкурентам, как правило, не сложно стать их обладателями, а вот изучить и создать неявные для них проблема. Поэтому, если компания в состоянии использовать имплицитные знания, в ее распоряжении находится гораздо более мощный инструмент обеспечения конкурентных преимуществ.

Вторым шагом в построении фундамента процесса управления знаниями, закладывается определение и внедрение функций процесса управления. Например, можно описать следующие функции процесса управления знаниями:

- **Посредничество.** Функция связи между знаниями и людьми. Суть, состоит в организации коммуникаций того, кто ищет определенные знания, с теми, кто может их предоставить.

- **Воплощение.** Связь знаний со знаниями. Это процесс сбора знаний во внешней депозитарии и организации их согласно классификационным схемам.

- **Усвоение.** В то время как воплощение отвечает за сбор знаний, задача усвоения — нахождение знаний согласно определенным требованиям пользователя. Это выборка знаний из депозитария, их фильтрация с целью обеспечения соответствия запросу и, наконец, построение новых структур знаний;

- **Познание** — связь знаний с процессом принятия решений на основе доступных (прошедших три предыдущих стадии: посредничество, воплощение и усвоение) знаний.;

Познание дает пользователям возможность организовывать быстрые и спонтанные связи между отдельными частями знаний с помощью визуальных инструментов навигации по их сложной структуре. В результате этого процесса рождаются новые знания, что и представляет собой в итоге конечную цель процесса Управления Знаниями (Knowledge Management) [4].

Третьим шагом, в организации, которая стремится внедрить процесс управления знаниями, должны быть определены лидеры в области управления знаниями. Должны быть те, кто отвечает за преобразование явных знаний в инструкции, программные и системные приложения — инженеры знаний. Должны быть те, кто отвечает за сбор, организацию и распространение знаний, своего рода ходячий депозитарий лучших практик — аналитики знаний. Должны быть и те, кто управляет инженерами и аналитиками знаний — менеджеры знаний. Хотя могут быть организованы сообщества без выделения явных функций у сотрудников. Все зависит от типа и размера организации.

Один из важных аспектов процесса управления знаниями, и вообще управления в целом это измерение. Но конкретных методологий по измерению знаний нет. Обычно компании стараются использовать методики по оценке

активов, т.к. знания — это нематериальный актив организации. Для этого можно использовать стандарт ISO 55000 по управлению активами. Также существует методика, предложенная Всемирным банком — Knowledge for Development — K4D. Хотя методика предложена для измерения экономики знаний стран. Её можно переложить и на организации.

В заключении можно сделать следующие выводы. Наиболее ценный актив в организации, с точки зрения процесса управления знаниями, это имплицитные знания. Такие знания дают реальное конкурентное преимущество, и конкурентам эти знания трудно получить. Но такие знания находятся только в головах сотрудников организации. Поэтому - «Кадры решают все». И один из самых главных фокусов в работе всей организации в контексте процесса управления знаниями должен быть направлен на людей. У сотрудников не должно быть страха, что, поделившись своими знаниями, они обернутся против них в конкурентной борьбе с другими сотрудниками. Сотрудники должны понимать, как они могут монетизировать свои знания. Должна быть создана среда, которая будет стимулировать обмен знаниями между сотрудниками организации. Должны быть разработаны системы корпоративной памяти. Должна проводиться регулярная работа по предупреждению ухода важных сотрудников с точки зрения управления знаниями и т.д. и т.п. Управление знаниями, это постоянный процесс его нельзя один раз настроить и всю оставшуюся жизнь получать результат. Должна проводиться постоянная работа, и с каждым годом, эта работа будет становиться все интенсивнее и интенсивнее. И даже если вы не собираетесь пока внедрять процесс управления знаниями, надо помнить — этот процесс у вас есть и был всегда, просто вы его не контролируете, а значит знания организации, пока для вас, не являются той силой, которую можно целенаправленно использовать. ■

1. Сура 39 «Толпы» [Электронный ресурс] // Коран URL: <http://falaq.ru/quran/krac/39> (Дата обращения: 10.09.2016)

2. Знание [Электронный ресурс] // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (Дата обращения: 11.09.2016)

3. Управление знаниями – это технология, которая позволит наполнить смыслом мир, в котором мы существуем [Электронный ресурс] // quality.eup.ru - URL: <http://quality.eup.ru/docum6/knowledge-management-new.htm> (Дата обращения: 11.09.2016)

4. Томас Кулопулос, Карл Фраппаоло. Управление знаниями — что это такое/ Томас Кулопулос, Карл Фраппаоло; пер. с англ. ЗАО «Документум Сервисиз», 2001 г.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Знание [Электронный ресурс] // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (Дата обращения: 11.09.2016)

Сура 39 «Толпы» [Электронный ресурс] // Коран URL: <http://falaq.ru/quran/krac/39> (Дата обращения: 10.09.2016)

Томас Кулопулос, Карл Фраппаоло. Управление знаниями — что это такое/ Томас Кулопулос, Карл Фраппаоло; пер. с англ. ЗАО «Документум Сервисиз», 2001 г.

Управление знаниями – это технология, которая позволит наполнить смыслом мир, в котором мы существуем [Электронный ресурс] // quality.eup.ru - URL: <http://quality.eup.ru/docum6/knowledge-management-new.htm> (Дата обращения: 11.09.2016)

Introduction to Knowledge Management process

© Matveev A., 2016

This article is an introduction to a process of knowledge management. The article gives an insight into what knowledge management in the enterprise, and why this process needs.

Keywords: knowledge management, knowledges, knowledge chain.

УДК 334.021

ВАЖНОСТЬ КОМАНДЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

© Матвеева Е. Д., 2016

Иркутский государственный университет, 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 специфические 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 отличие от бизнес-процессов, проект разрабатывается, реализуется, завершается, а бизнес-процесс постоянен)
- Ограниченность проекта во времени
- Ограниченность 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 критериев 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 компетенциям потребностям проекта
- Умение работать в команде
- Определение командной роли потенциального члена

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 стейкхолдерами 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 все: обмен опытом, работа, мысли, чувства, волнение, счастье,

напряжение, удовольствие, эмоции, сомнения и 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]. – URL: http://www.iteam.ru/publications/project/section_35/article_1635/ (Дата обращения: 13.09.2016)

2. Характеристики проектов // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/education/k12/project-design/design/project-characteristics.html> (Дата обращения: 13.09.2016)

3. Что такое «проект»? // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pandia.ru/365896/> (Дата обращения: 13.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Воропаев В. Управление проектами: Неиспользованный ресурс в экономике России [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iteam.ru/publications/project/section_35/article_1635/ (Дата обращения: 13.09.2016)

Характеристики проектов // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/education/k12/project-design/design/project-characteristics.html> (Дата обращения: 13.09.2016)

Что такое «проект»? // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pandia.ru/365896/> (Дата обращения: 13.09.2016)

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: command, project management, project success factors, project manager, key characteristics of projects, influence on projects.

Keywords: command, project management, project success factors, project manager, key characteristics of projects, influence on projects.

**НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ:
КЛАСТЕР СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИКИ**

© Новичкова И. В., 2016

Иркутский государственный университет, 2016

Сегодня многим регионам страны для повышения налоговой базы и создания новых рабочих мест необходимо искать новые альтернативы развития бизнеса. В России функционируют разные экономические кластеры, есть промышленное производство, сельское хозяйство и другие, и в каждой из этих отраслей существует своя конкуренция с большим количеством участников. Более того, и между отраслями идет конкуренция за меры государственной поддержки, которые четко структурированы по кластерам/блокам экономики. В этих условиях для развития новых бизнесов необходимо определить не только перспективные рыночные ниши, но и четко позиционироваться в структуре экономики. Примером такого позиционирования является кластер производства сельскохозяйственной продукции для фармацевтической отрасли.

Ключевые слова: кластеризация экономики, сельское хозяйство и фармацевтика, государственная поддержка бизнеса.

В условиях глобализации, прежде всего, глобальной становится конкуренция не только между компаниями, но и между территориями и странами. Отечественные товаропроизводители конкурируют не только на российском рынке с российскими компаниями, но и с иностранными предприятиями по всему миру. Например, за рабочую силу и, соответственно, за локацию производства — кроме традиционного китайского рынка — с территориями Азии и Южной Африки, за рынок инновационных технологий с Европой, Кореей, Японией. В этих условиях для развития бизнеса на конкретной территории нужна какая-то новая рыночная ниша, в которой и компании, и регионы смогут конкурировать на мировом рынке.

Данная ситуация актуальна и для Иркутской области, в которой среди крупных налогоплательщиков высока доля вертикально-интегрированных компаний, а сам бизнес зависит от конъюнктуры цен на мировых товарных биржах.

Следовательно, для развития региона и создания новых рабочих мест необходимо отойти от традиционных секторов экономики и рассмотреть новые, потенциально конкурентоспособные, отрасли.

При оценке перспективных направлений развития бизнеса, прежде всего, следует отметить такое конкурентное преимущество региона, как вода. Большие объемы чистой воды, отсутствие ее дефицита делает возможным развитие во всех производствах с высокой добавленной стоимостью за счёт воды (Water Value Added).

Это и производственные, и сельскохозяйственные проекты. Однако, для сельского хозяйства, регион является зоной рискованного земледелия с резкими перепадами температуры, сильными заморозками с октября по апрель и засухами летом, поэтому говорить о масштабном сельском хозяйстве в нашем регионе достаточно сложно. Тем более, с точки зрения малого бизнеса, сельское хозяйство не является столь привлекательным. Следовательно, нужна какая-то новая отрасль, которая, кроме всего

прочего, может претендовать на меры государственной поддержки.

В Иркутской области работает Центр кластерного развития (ЦКРИО), в котором активно поддерживаются три кластера, сформированные по отраслевому признаку: фармацевтический, машиностроительный и нефтегазохимический. ЦКРИО оказывает поддержку в продвижении новых продуктов, помощь в лицензировании и сертификации продукции, предоставляет возможность участвовать в выставочных мероприятиях, содействует в подготовке бизнес-планов, разработке информационных кампаний, обучению сотрудников и др [1].

Инновационным решением для области станет создание на базе существующего Байкальского Фармацевтического Кластера дополнительного кластера — сельскохозяйственно-фармацевтического. Для любого нового кластера и нового производства нужна базовая поддержка. Но проблема состоит в том, что в Российской Федерации все меры государственной поддержки разделены по отраслям. Есть отдельные программы, которые поддерживают фармацевтику и совершенно другие, поддерживающие сельское хозяйство.

И сейчас есть меры поддержки, которые в перспективе могли бы охватить новый сельскохозяйственно-фармацевтический кластер и помочь развитию предприятий в данной отрасли. Одним из них является Агропромышленный комплекс (АПК), который предлагает поддержку сельскохозяйственных товаропроизводителей. Он выделяет такие направления, как пищевая промышленность, лёгкая промышленности (текстильные производство), а также отрасли, обеспечивающие заготовку, хранение и транспортировку голого сельскохозяйственного сырья. Обобщенная схема представлена на рисунке 1[2]. Как можно видеть, АПК не выделяет фармацевтику как отдельную отрасль, перерабатывающую сельскохозяйственное сырьё. Фактически она никуда не входит, поэтому и не может получить поддержку, хотя по своему

функционалу является такой отраслью, которая перерабатывает сельскохозяйственное сырьё в

готовую продукцию.



Рис.2. Перерабатывающие и реализующие отрасли по АПК

Одновременно с этим, сельскохозяйственно-фармацевтическая отрасль не может получить поддержку по заданным в справочнике о государственной поддержке направлениям в виду своей инновационности.

Таким образом, во-первых, региону необходимо разработать программу развития нового кластера и входящих в него производств с учетом инновационных подходов, как в сельском хозяйстве, так и в фармацевтическом производстве. Во-вторых, осознать, что это действительно отдельный кластер, требующий отдельных механизмов поддержки на стыке отраслей.

В Российской Федерации существует такой термин, как культивируемое лекарственное сырьё. Ранее выделяли отдельную индустрию в сельском хозяйстве, которая производила лекарственное сырьё для фармацевтики, а если быть конкретнее, для производства биологически активных добавок (БАД). Однако сегодня мы видим, что заготовка сырья для БАДов идет довольно стихийная, соответственно, фармацевтические компании не выращивают, а собирают готовое сырьё; в большинстве случаев закупают его у организаций-партнёров. Современные российские компании предпочитают приобретать сырьё за границей. Так в 2007 г. из Китая импортировали листья березы, корни лопуха, корни валерианы лекарственной; из Египта — мяту перечную, цветки ромашки аптечной, цветки ноготков (календулы); из Германии — лист черной смородины, лист малины и перечной мяты. На самом же деле, выращивание подобных растений может происходить и в России. Общий объём импорта составил 10 258 т., экспорта — всего лишь 110 т [3].

Сельскохозяйственно-фармацевтическая индустрия занимается полным циклом производства лекарственных препаратов, от сырья

до реализации готовых фармацевтических препаратов. Таким образом, данная отрасль объединяет в себе сельское хозяйство и фармацевтическую промышленность с учетом современных инновационных технологий.

Предприятия данной отрасли занимаются выращиванием необходимых растений на своих собственных плантациях, далее происходит их сбор и обработка, а также подготовка к передаче в другой цех, который непосредственно занимается производством фармацевтической продукции. Отрасль производит как лекарственные препараты, так и биологически-активные добавки (БАДы), в состав которых входят различные виды растений и их экстрактов.

Рассматривая Иркутскую область как площадку для открытия предприятия, входящего в сельхозфарм индустрию, важно обратить внимание на формы государственных поддержек, на которые сможет претендовать новая отрасль.

В Российской Федерации (и в Иркутской области в частности) уже приняты программы государственной поддержки до 2020 года, такие как:

1. Государственная программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013–2020 годы.[4]
2. Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы.[5]
3. Государственная программа Иркутской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» на 2014–2020 годы.[6]

4. Стратегия Байкальского фармкластера (там также представлены меры государственной поддержки кластера) [7].

Однако необходимо скорректировать данные программы с учётом возможного развития нового кластера — сельского хозяйства для фармацевтической отрасли. ■

1. Услуги [Электронный ресурс] / Портал «Центра кластерного развития Иркутской области» - URL: http://irkcluster.ru/?page_id=453 (Дата обращения: 25.09.2016)

2. Агропромышленный комплекс. Факторы размещения отраслей сельского хозяйства [Электронный ресурс] / Портал «Grandars» - URL: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/agropromyshlennyu-kompleks.html> (Дата обращения: 25.09.2016)

3. Сложная ситуация с лекарственными растениями в мире отразится и на российской фармотрасли [Электронный ресурс] // Фармацевтический вестник. – 2009. - N 5. – Электрон. версия печат. публ. - URL: <http://www.pharmvestnik.ru/publs/staryj-archiv-gazety/12027.html#.V-4qjPmLTIW> (Дата обращения: 10.09.2016).

4. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013-2020 годы: Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 – N 305

5. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы [Электронный ресурс] / Портал Министерство сельского хозяйства Российской Федерации – URL: <http://mcx.ru/documents/document/show/22026.htm> (Дата обращения: 25.09.2016)

6. Об утверждении государственной программы Иркутской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» на 2014 – 2020 годы: Постановление Правительства Иркутской области от 9 декабря 2013 г. N 568-пп

7. Об утверждении стратегии развития инновационного территориального фармацевтического кластера Иркутской области «Байкальский фармацевтический кластер» до 2020 года: Распоряжение правительства Иркутской области от 3 июня 2015 г. N 286-рп

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Агропромышленный комплекс. Факторы размещения отраслей сельского хозяйства [Электронный ресурс] / Портал «Grandars» - URL: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/agropromyshlennyu-kompleks.html> (Дата обращения: 25.09.2016)

Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы [Электронный

ресурс] / Портал Министерство сельского хозяйства Российской Федерации – URL: <http://mcx.ru/documents/document/show/22026.htm> (Дата обращения: 25.09.2016)

Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013-2020 годы: Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 – N 305

Об утверждении государственной программы Иркутской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» на 2014 – 2020 годы: Постановление Правительства Иркутской области от 9 декабря 2013 г. N 568-пп

Об утверждении стратегии развития инновационного территориального фармацевтического кластера Иркутской области «Байкальский фармацевтический кластер» до 2020 года: Распоряжение правительства Иркутской области от 3 июня 2015 г. N 286-рп

Сложная ситуация с лекарственными растениями в мире отразится и на российской фармотрасли [Электронный ресурс] // Фармацевтический вестник. – 2009. - N 5. – Электрон. версия печат. публ. - URL: <http://www.pharmvestnik.ru/publs/staryj-archiv-gazety/12027.html#.V-4qjPmLTIW> (Дата обращения: 10.09.2016).

Услуги [Электронный ресурс] / Портал «Центра кластерного развития Иркутской области» - URL: http://irkcluster.ru/?page_id=453 (Дата обращения: 25.09.2016)

New Development Vector of Irkutsk Region: The Economic Cluster of Agriculture for Pharmaceutical Industry

© Novichkova I, 2016

Many regions of the country are bound to search for new possibility vectors in business development for tax base increase and new jobs creation. Various economic clusters operate in Russia such as industrial manufacture, agriculture and others. Each cluster has its own competition with numerous competitors. Moreover, different industries which are explicitly distinguished into economic clusters compete with each other for governmental support. Within this business framework it is required not only to discern perspective business niches but also to position the business in the structure of economics. Agricultural cluster for pharmaceutical industry is an instance for such positioning.

Keywords: economy clustering, agriculture and pharmaceutical industry, state support for business.

О СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ОПЫТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ МЕТАПРЕДМЕТНЫХ ПОГРУЖЕНИЙ КАК СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИИ СМЫСЛОВОГО ЧТЕНИЯ И РАБОТЫ С ТЕКСТОМ»

© Панфилова Е. И., 2015

МБОУ СОШ № 6, г. Нефтеюганск

В статье рассматривается социальная направленность опыта с точки зрения оценки эффективности метапредметных погружений в рамках реализации междисциплинарной программы «Стратегии смыслового чтения и работы с текстом».

Ключевые слова: метапредметное погружение, смысловое чтение, социальная направленность

Принимая ориентацию на достижение новых образовательных результатов и работая на обеспечение иного качества образования, каждая школа занимается разработкой собственной основной образовательной программы, в содержательный раздел которой также включаются отдельные программы, перечень которых указан в ФГОС ООО. В частности, речь идет о такой междисциплинарной программе как «Стратегии смыслового чтения и работы с текстом», которая направлена на формирование читательской компетенции как метапредметного образовательного результата.

Внедрение опыта в соответствии с ведущим лингводидактическими принципами обучения иностранному языку:

1. Принцип коммуникативности:
 - 1.1. использование ситуаций общения, близких и значимых для уч-ся;
2. Принцип комплексности:
 - 2.1. взаимосвязанное обучение различным видам речевой деятельности и форм речи (устной и письменной);
 - 2.2. усвоение отдельных аспектов языка через работу с текстом.

Обучение строится в логике функционально-коммуникативного подхода, что обеспечивает формирование не только и не столько языковых и речевых знаний, умений и навыков, но коммуникативных, этнокультуроведческих и страноведческих знаний.

Теоретическую концепцию представляемого опыта составляют положения, которые продуцируются новой образовательной парадигмой и достижениями психолого-педагогической науки, а именно:

1. В учебном процессе основным «рабочим полем» является поле деятельности ученика (различные взаимодействующие виды самостоятельной УД уч-ся) в силу признания положения Л. С. Выготского, согласно которому, развитие детей и подростков в обучении основано на языке действий, «встроенных» в ту или иную

культуру, при этом, «...основной и самой общей деятельностью человека [...] является сигнификация, т. е. создание и употребление знаков» [2].

2. Одним из эффективных путей обучения учащихся деятельности в учебном процессе является формирование приемов УД, владение которыми:

- 2.1. вырабатывает и совершенствует умение самостоятельно учиться;

- 2.2. повышает уровень решения учебных и языковых задач, тем самым влияя на качество знаний по предмету;

- 2.3. дает возможность для решения таких задач, как осуществление межпредметных связей на уровне видов деятельности, для активизации, интенсификации и уровневой дифференциации УД;

- 2.4. изменяет общий стиль умственной деятельности уч-ся.

Исходя из вышеизложенных допущений, мы, вслед за О.Б.Епишевой, делаем вывод, что необходимыми условиями совершенствования методической системы формирования читательской компетенции как метапредметного результата являются:

1. деятельностный подход («от ученика») во всех его компонентах [3], когда происходит учителем проектирование идеальной траектории деятельности ученика в учебном процессе с помощью перевода заданных извне целей образования, содержания обучения, процессов овладения уч-ся самостоятельной УД и процессами саморазвития на язык действий уч-ся;

2. формирование приемов УД.

Говоря о педагогической целесообразности, стоит отметить, что использование определенных приемов по формированию читательской компетенции как метапредметного результата обеспечивает:

1. возможность поддержания интереса и мотивации учащихся;

2. вариативность объема учебного материала;

3. возможность работы в разноуровневом классе, организации дифференцированного

обучения с учетом различных индивидуальных типов мышления и учебных стилей учащихся;

4. овладение учащимися УД (в т.ч. самостоятельной) в единстве мотивационно-смыслового и содержательно-операционного (система ведущих знаний и способов учебно-познавательной деятельности) и волевого (готовность к преодолению познавательных затруднений) компонентов.

Ход реализации данной программы в нашем учебном заведении направляется гипотезой о том, что одним из эффективных путей достижения такого метапредметного результата, как читательская компетентность можно считать организацию учебной деятельности обучающихся через решение ими кейсов.

Разрабатывая задания кейса, мы учитывали, что в ходе погружения надпредметного характера обучающиеся по сути должны решать обобщённые классы учебно-познавательных и учебно-практических задач, а именно:

1. учебно-познавательные задачи, направленные на формирование и оценку:

1.1. умений и навыков, способствующих освоению систематических знаний, в том числе, первичному ознакомлению, отработке и осознанию теоретических моделей и понятий (общенаучных и базовых для данной области знания), стандартных алгоритмов и процедур; выявлению и осознанию сущности и особенностей изучаемых объектов, в соответствии с содержанием конкретного учебного предмета, созданию и использованию моделей изучаемых объектов, схем; выявлению и анализу существенных и устойчивых связей между объектами;

1.2. навыка самостоятельного приобретения, переноса и интеграции знаний как результата использования знаково-символических средств и/или логических операций (логические операции сравнения, анализа, синтеза, обобщения, интерпретации, оценки, классификации) построения рассуждений, соотнесения с известным; требующие от обучающихся более глубокого понимания изученного, иной точки зрения, создания или исследования новой информации, преобразования известной информации,

представления её в новой форме, переноса в иной контекст;

2. учебно-практические задачи, направленные на формирование и оценку:

2.1. навыка разрешения проблем/проблемных ситуаций, требующие принятия решения в ситуации неопределённости (например, создания объекта с заданными свойствами, установления закономерностей);

2.2. навыка сотрудничества;

2.3. навыка коммуникации, требующие создания письменного или устного текста/высказывания с заданными параметрами;

3. учебно-практические и учебно-познавательные задачи, направленные на формирование и оценку:

3.1. навыка самоорганизации и саморегуляции;

3.2. навыка рефлексии;

3.3. направленные на формирование ценностно-смысловых установок (выражение своей позиции по обсуждаемой проблеме на основе имеющихся представлений о социальных и/или личностных ценностях, аргументация своей позиции или оценки);

3.4. ИКТ-компетентности обучающихся (собственно навыков использования ИКТ).

Рассмотрим пример карты измерений метапредметных умений, формируемых в рамках реализации метаредметного погружения в формате полигона «Шаги в науку», которую мы позиционируем как основу при измерении когнитивных (познавательных) процессов с примерами целей, ориентированных на результат (См. об этом Хуторской А.В. Проблемы и технологии образовательного целеполагания. - URL: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=103905>).

При разработке карты измерений метапредметных умений мы исходим с того, что предметом оценки образовательных результатов освоения междисциплинарной программы «Стратегии смыслового чтения и работы с текстом» является способность учащихся к поиску информации и пониманию прочитанного; преобразованию и интерпретация информации; оценке предложенного сообщения.

№	Метапредметные умения	Наблюдаемые индикаторы	балл	ФИ участников погружения			
				1	2	3	4
Надпредметные результаты							
	Выделять главную мысль структурной единицы текста и текста в целом (на этапе работы с текстами по определению предмета речи)	Не определяет предмет высказывания / либо определяет неверно	0				
		Определяет предмет высказывания, но не аргументирует свой ответ / либо приводит несоответствующую аргументацию	1				

		Точно определяет предмет высказывания, аргументирует свою позицию	2				
I. Межпредметные результаты							
связывать между собой, обобщать предметные знания, чтобы видеть текст в единстве его многообразных свойств <i>(на этапе проведения стилистического анализа текстов)</i>							
	Формулировать вывод о стилиевой принадлежности текста	Не может сделать вывод / делает неправильный вывод	0				
		Делает неполный вывод (в тексте заполнены правильно 1–2 пропуска)	1				
		Делает правильный вывод, но в тексте остаются незаполненными 1–2 пропуска	2				
		Делает правильный вывод (все пропуски в тексте заполнены правильно)	3				
	Выдвигать гипотезы (об основных стилиевых чертах научного текста)	Не может определить ни одну стилиевую черту научного стиля / определяет неверно	0				
		Определяет 2–3 стилиевые черты научного стиля	1				
		Определяет почти все (5–7) стилиевые черты научного стиля	2				
		Определяет все (8) стилиевые черты научного стиля	3				
II. УУД (общеучебные умения)							
Познавательные УУД							
	Конструировать новую модель на основе известной структуры <i>(на этапе рецензирования и / или редактирования предложенных текстов)</i>	Не может исправить ни один неправильный элемент	0				
		Исправляет 1–2 элемента, требующие корректировки	1				
		Исправляет практически все несоответствующие данному стилю элементы	2				
		Правильно исправляет все элементы деформированного текста	3				
	Конструировать новую модель на основе известной структуры <i>(на этапе написания статьи с заданными критериями)</i>	Не отображает ни одну стилиевую черту научного текста; не использует адекватные языковые средства; не перестраивает текст исходя из учебной задачи; не вводит в текст ни одной цитаты; не озаглавливает текст	0				
		Демонстрирует крайне ограниченный запас знаний: отображает 2–3 стилиевые черты научного текста; использует адекватные языковые средства, однако их диапазон ограничен; перестраивает текст, но учебная задача не решается / либо решается неверно; вводит в текст 1–2 цитаты /	1				

		либо большее их количество, но их введение не уместно; озаглавливает текст, но заголовок не отражает главное содержание текста или его тему, либо аспект темы					
		Отображает практически все (5–7) стилевые черты научного текста демонстрирует владение практически полным арсеналом адекватных языковых средств; перестраивает текст, но учебная задача решается не в полной мере; вводит в текст 2–3 цитаты, но их введение всегда не уместно; озаглавливает текст, но заголовок не в полной мере отражает главное содержание текста или его тему, либо аспект темы	2				
		Отображает практически все (8) стилевые черты научного текста); использует в полной мере адекватные языковые средства; перестраивает текст, при этом учебная задача решается в полной мере; вводит в текст 2–3 цитаты и их введение всегда уместно; озаглавливает текст и заголовок отражает главное содержание текста или его тему, либо аспект темы	3				
Коммуникативные УУД							
Компетентность в общении и сотрудничестве в процессе учебно-исследовательской деятельности (умение слушать и слышать, вести диалог, работать в группе)							
	Работать в группе (распределение ролей, взаимопомощь, управление группой...)	Не участвует в работе группы, не выполняет задания ведущего или партнеров по группе	0				
		Безынициативно выполняет поручения партнеров по группе или ведущего	1				
		Активно участвует в работе группы, но спонтанно (то участвует, то нет)	2				
		Управляет группой, предлагает решение, организует группу на действия	3				
	Говорить внятно и развернуто. Строить речевые высказывания, адекватные ситуации (на этапе презентации результатов своей деятельности)	Отказывается от выступления	0				
		Говорит односложно, не выявляя главную мысль	1				
		Говорит не развернуто, аргументирует, привлекая некоторые факты из текста	2				
		Говорит внятно и развернуто. Аргументирует, привлекая факты из текста и другие	3				

		доводы, не содержащиеся в тексте. Речевые высказывания адекватны ситуации.					
Регулятивные УУД (учебно-организационные)							
	Рефлексировать собственные умения и ограничения (на этапе презентации результатов своей деятельности)	Не обнаруживает собственные ошибки и правильные действия, не может проговорить	0				
		Обнаруживает собственные ошибки (что-то не так), однако не может проговорить, проанализировать и исправить	1				
		Обнаруживает собственные ошибки, может проговорить, что он сделал верно, что не верно	2				
		Обнаруживает собственные ошибки, может проговорить, что он сделал верно, что не верно; аргументирует, исправляет ошибку при ее обнаружении со стороны наставника	3				
	Соотносить задание (условия задачи) и решение чужой группы, экспертировать чужое решение.	Критикует неконструктивно, не соотносит задание и решение группы, не может повторить ответ другой группы, не обращается к тексту задания	0				
		Называет ключевые моменты условий задачи, но не соотносит их с решением другой группы, не делает экспертное заключение (не говорит, верно или неверно решение) / не аргументирует	1				
		Делает заключение о решении другой группы (верно или не верно), но не по всем аспектам решения задачи, не полная аргументация	2				
		Делает заключение о решении другой группы (верно или не верно), оперируя условиями задачи и тезисами другой группы, соотнося их м/у собой и аргументируя собственное экспертное заключение	3				

Таким образом, социальная направленность опыта с точки зрения оценки эффективности педагогического опыта по формированию читательской компетенции как метапредметного образовательного результата может быть оценена:

1. с точки зрения развития «способности человека использовать навыки чтения и письма в условиях его взаимодействия с социумом (оформить счет в банке, прочитав инструкцию,

заполнить анкету обратной связи и т.д.)» [6, 4], то есть формирования такого уровня грамотности, «который дает человеку возможность вступать в отношения с внешней средой и максимально быстро адаптироваться и функционировать в ней» [там же];

2. с точки зрения оценки эффективности формирования личностных (в первую очередь, с точки зрения повышения мотивации к изучению

ИЯ и стремления к самосовершенствованию в образовательной области «Иностранный язык») и предметных результатов, что подтверждается рейтингом успешности уч-ся по результатам ОГЭ, а также достижениями в предметных олимпиадах, научных конференциях, конкурсах;

3. с точки зрения направленности опыта на обеспечение паритета образования и здоровья обучающихся, что обеспечивается за счет организации различных видов учебной деятельности, использование различных видов преподавания, использование методов работы, способствующих активизации учащихся, стимуляции мотивации учащихся;

4. с точки зрения возможности профессиональной самореализации педагога. Автор опыта солидарен с выводами И. Б. Сенновского о том, что сегодня учитель должен выполнять функцию конструирования траектории и осуществления индивидуального развития каждого школьника ... такая деятельность учителя предполагает уточнение и расширение его профессиональной компетентности ... [5]. Сегодня, как говорит Е.Е.Волкова [1; 209], «на рынок труда учитель выставляет свой высокий профессионализм, в основе которого лежит доскональное знание педагогических технологий». С этих позиций так очевидны тезисы В.Э.Штейнберга о том, что учитель «нуждается в специальной подготовке по формированию инновационно-технологической компетентности» [7; 15] и Н. Н. Паранчерн о том, что моделирование авторской педагогической технологии составляет новый этап в профессиональном росте учителя, путь к его творческому саморазвитию [4; 81-82]. ■

1. Волкова Е. Е. Компетентностный подход к обучению математике учащихся профильной школы в контексте педагогической технологии [Текст]: учебное пособие / Е.Е.Волкова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. – 248с., 15,5 п.л. – Библиогр.: с.5. – 500 экз. – ISBN 978-5-9961-01-63-4.

2. Выготский Л. С. Собр. соч.: В 6 т. / Л. С. Выготский. – М., 1982-1984. – Т.4.

3. Епишева О. Б. Деятельностный подход как теоретическая основа проектирования методической системы обучения математике: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02: Москва, 1999. – 460 с. РГБ ОД, 71:00-13/228-5.

4. Паранчерн Н. Н. Моделирование авторской педагогической технологии – путь к творческому развитию педагога // Школьные технологии, № 3, 2003. – С.76-85.

5. Сенновский И. Б. Профессиональная компетентность учителя и управление образовательной деятельностью ученика // Школьные технологии, № 1, 2006. – С.78-83.

6. Рождественская Л., Логвина И. Формирование навыков функционального чтения. Пособие для учителей. Курс для учителей русского языка как родного. - URL: <http://umr.rcokoit.ru/dld/metodsupport/firozhdest.pdf> - (Дата обращения: 20.04.2015).

7. Штейнберг В. Э. Образование: технологический рубеж: инструменты, проектирование, творчество // Школьные технологии, № 1, 2000. – С.15-36.

8. Формирование универсальных учебных действий в основной школе: от действия к мысли. Система заданий: пособие для учителя / [А. Г. Асмолов, Г. В. Бурменская, И. А. Володарская и др.]; под ред. А. Г. Асмолова. – 2-е изд. – М: Просвещение, 2011. – 159 с.: ил. – ISBN 978-5-09-024005-5.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Волкова Е. Е. Компетентностный подход к обучению математике учащихся профильной школы в контексте педагогической технологии [Текст]: учебное пособие / Е.Е.Волкова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. – 248с., 15,5 п.л. – Библиогр.: с.5. – 500 экз. – ISBN 978-5-9961-01-63-4.

Выготский Л. С. Собр. соч.: В 6 т. / Л. С.Выготский. – М., 1982-1984. – Т.4.

Епишева О. Б. Деятельностный подход как теоретическая основа проектирования методической системы обучения математике: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02: Москва, 1999. – 460 с. РГБ ОД, 71:00-13/228-5.

Паранчерн Н. Н. Моделирование авторской педагогической технологии – путь к творческому развитию педагога // Школьные технологии, № 3, 2003. – С.76-85.

Рождественская Л., Логвина И. Формирование навыков функционального чтения. Пособие для учителей. Курс для учителей русского языка как родного. - URL: <http://umr.rcokoit.ru/dld/metodsupport/firozhdest.pdf> - (Дата обращения: 20.04.2015).

Сенновский И. Б. Профессиональная компетентность учителя и управление образовательной деятельностью ученика // Школьные технологии, № 1, 2006. – С.78-83.

Формирование универсальных учебных действий в основной школе: от действия к мысли. Система заданий: пособие для учителя / [А. Г. Асмолов, Г. В. Бурменская, И. А. Володарская и др.]; под ред. А. Г. Асмолова. – 2-е изд. – М: Просвещение, 2011. – 159 с.: ил. – ISBN 978-5-09-024005-5.

Штейнберг В. Э. Образование: технологический рубеж: инструменты, проектирование, творчество // Школьные технологии, № 1, 2000. – С.15-36.

School full-immersions as an integral part of interdisciplinary program «Comprehensive reading and text working» and their social effects

© Panfilova E., 2016

The article deals with social effects of school interdisciplinary program «Comprehensive reading and text working» focusing on formation of functional literacy in reading through full-immersions on the English lessons.

Keywords: functional literacy in reading, texts, full-immersions, comprehensive reading

ВЛИЯНИЕ ДЛИННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ КОНДРАТЬЕВА И СМЕНЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УКЛАДОВ НА РАЗВИТИЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© Туркина М. Ю., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматриваются существующие негативные тенденции снижения инвестиционной активности в полиграфической отрасли и изучается взаимосвязь цикличности экономики с развитием полиграфии и влияние смены технологических укладов на показатели полиграфической промышленности. Помимо этого, изучаются причины резкого падения тиражей печатной продукции за последние несколько лет и определяется роль развития информационных технологий в этом процессе.

Ключевые слова: экономические циклы, волны Кондратьева, полиграфическая промышленность, информационные технологии, технологические уклады.

Для начала, необходимо понять, что современная полиграфия — понятие весьма многогранное. Сложившаяся сфера полиграфической деятельности уже сильно сегментирована, и каждому свойственны свои тенденции производственного развития и ведения бизнеса. В последние 20–30 лет полиграфия перестала быть чисто промышленной отраслью, которая ассоциируется с выпуском газет полиграфическими комбинатами, выпускающими продукцию сотнями тысяч копий, теперь это понятие намного шире и представляется возможным выделить следующие основные сегменты:

- Газетно-журнальное производство
- Издательства и книжная печать
- Рекламная полиграфия
- Оперативная полиграфия
- Производство упаковки и этикеток

Для каждой из этих сфер существуют свои особенности, однако всем им соответствуют некие общие технологические тенденции [1].

В первую очередь стоит отметить ведущую роль офсетной печати, которая не сдает свои позиции с 20 века, совершенствуясь, но не претерпевая принципиальных изменений, несмотря на массовую компьютеризацию и использование новых технологий передачи данных. Однако в последние двадцать лет все большее значение приобретают цифровые печатные машины (ЦПМ), которые позволяют производить индивидуальные и персонализированные малые тиражи, обеспечивая более гибкий и индивидуальный подход к клиентам [1]. Помимо цифровой лазерной печати широкое распространение получили технологии полноцветной широкоформатной печати на различных материалах, начиная от баннерной ткани и бумаги и заканчивая натуральными полотнами, холстами и обоями. Активно используются сольвентные, экосольвентные и латексные печатные машины, базовой технологией которых является струйная печать. Также широко

используются технологии УФ-отверждаемой печати, которая еще в 2009 году была представлена в качестве концепта, а сейчас уже обрела заслуженную популярность. В качестве возможной альтернативы будущих лет мы можем говорить о новой технологии 3D-печати, которая вызывает живой интерес со стороны многих полиграфистов, но пока что находится лишь в самом начале своего развития.

Значительные изменения произошли и в механизации процессов постпечатной обработки: теперь любой процесс обработки и сборки отпечатанной продукции может быть осуществлен с помощью автоматизированных линий или же отдельных функциональных устройств, что позволяет существенно снизить процент брака и повысить качество выпускаемой продукции, а так же угнаться за все возрастающей производительностью печатных машин.

Кардинальное всего изменился процесс допечатной подготовки изделий: без компьютерной техники он на сегодняшний день немыслим, ведь сегодня вся продукция выводится на печать исключительно из электронного вида, что потребовало новых знаний и компетенций от дизайнеров, печатников и других профессионалов данной отрасли.

Цифровые технологии печати уже давно широко применяются не только в производстве книг, рекламы, широкоформатной печати (на очереди газеты и журналы). Более того, рынок цифровой печати создает собственный самостоятельный сегмент в общем рынке полиграфических работ, заявляя о своем ведущем положении. Важным итогом прошедшего периода стало общепризнанное положение о том, что цифровая печать, оставаясь новейшей, перестала быть каким-то еще пока не определенным явлением в полиграфии и перешла в категорию базовых, перспективных средств развития полиграфического производства.

Прогнозы, которые выдвигались еще совсем недавно о массовом переходе полиграфических предприятий на цифровую печать, не оправдались. Традиционные офсетные типографии продолжают удерживать свои позиции в основных секторах полиграфического рынка. Но важно отметить, что в этот период на базе масштабного применения современных ЦПМ промышленного типа в отечественной полиграфии образовался и получил быстрое развитие самостоятельный сегмент рынка полиграфических работ как совершенно новое структурное образование. Его основной характеристикой является определённый, достаточно широкий ассортимент печатной продукции, главным образом в диапазоне производства малых и сверхмалых тиражей. Это и книжно-журнальные издания, и продукция рекламного и потребительского характера, включая их широкоформатные варианты исполнения, а также печатные комплектующие изделия для смежных производств, выполняемые на самых различных материальных носителях [1].

Несмотря на то, что удельный вес сегмента цифровой печати в общем объеме выпуска печатной продукции пока не очень большой, если оценивать его в общепринятых натуральных показателях, предлагаемые ассортиментные возможности и стоимостные показатели обеспечивают ему достаточно устойчивый рост и высокий спрос.

Успешное развитие сегмента цифровой печати в полиграфическом производстве сегодня и в перспективе обеспечивается не только достигнутыми технологическими преимуществами, но и более широкими возможностями комплексного подхода к организации бизнеса. В отличие от традиционных специализированных офсетных полиграфических предприятий, производство которых ограничивается тиражированием оригинал-макета, подготовленного издающими организациями, цифровые типографии предлагают заказчику выполнение полного цикла работ — от идеи до готовой тиражной продукции. Для этого, как правило, в составе типографии присутствуют подразделения дизайна и компьютерной верстки, не только печатное оборудование, но и оборудование, которое необходимо для выполнения разнообразных отделочных процессов.

Технологические преимущества цифровой печати становятся все более очевидными, конкурентоспособность этого способа печати постоянно возрастает в связи с применением высокоскоростных рулонных ЦПМ струйной печати как реальной альтернативы офсетным печатным машинам.

По информации издательства журнала «Курсив» на выставке Hunkelle Innovation Dads (самое авторитетное событие в области промышленной цифровой печати) целый ряд производителей цифрового оборудования сообщили о выпуске

нового поколения ЦПМ промышленного типа, которые предназначены значительно расширить сферу применения цифровых печатных технологий. Эта техника способна осуществлять печать на серийных бумагах в широком диапазоне. Гарантируется высокое качество печати, не уступающее качеству оттисков при офсетном исполнении, а также определённый ценовой паритет.

Благодаря широкому использованию цифровых печатных технологий, для полиграфии в США и большинстве стран Западной Европы характерно технологическое перераспределение, которое сопровождается ростом цифровой печати в общем объеме производства. По предварительным прогнозам в ближайшие 4–5 лет доля цифровой печати вырастет в 1,5 раза в Европе и в 2 раза в России (Print-forum).

В целом, последние несколько лет эксперты обозначили в развитии полиграфического производства как четвёртый передел, основным признаком которого является распространение цифровых полиграфических технологий и внедрение информационных технологий во все стадии производственного процесса.

Предшествующие переделы: первый — металлический набор и печатный пресс Гуттенберга; второй — механизированный набор и печатные машины высокой печати; третий — компьютерный набор и печатная техника офсетной печати, характеризовали этапы различной длительности и уровня технического прогресса в полиграфии, и были описаны нами в первом пункте данной главы. Что примечательно и символично — впервые в многовековой истории полиграфии в определении этапа технологического развития отсутствует термин «печать» и идет речь о «технологиях».

Однако, не взирая на столь активное развитие и обилие позитивных перемен, на сегодняшний день в полиграфической промышленности все большее значение приобретает глобальная проблема, которую может хорошо охарактеризовать следующая цитата: «В условиях стремительного роста цифровых коммуникаций глобальный спрос на печать падает. Происходят определенные сдвиги в способах связи между потребителями. Печать может сохранить свои позиции в этой многоканальной связи, но только в том случае, если в ней будут применяться те же технологии, которые являются проводниками перемен. Новые цифровые и информационные технологии не только изменяют способы связи между потребителями, они также изменяют способы, которыми печать может и должна обеспечивать запросы клиентуры, если хочет соответствовать существующим коммуникациям и занимать в них ведущее место» (drupe Global Insights) [3].

Чтобы понять масштаб данной проблемы, обратимся к статистическим данным. Если в 1990 г. в структуре отечественной полиграфической

промышленности того времени выпуск газет (в натуральных показателях) составлял 40 %, журналов — 17 %, а книг — 20 %, то в 2015 г., эти показатели составляют 27, 11 и 9 % соответственно [2]. Разумеется, это специфика не только нашей страны. В мировой практике полиграфического производства сегодня удельный вес выпускаемой издательской печатной продукции составляет менее одной трети, и этот показатель продолжает снижаться. Основная проблема очевидна. Это тенденция выдавливания печатных версий СМИ и книг из многих традиционных ниш общественного потребления. Процесс для полиграфии весьма болезненный. Данные регулярного исследования РосИндекс компании SenavateComcon показывают изменение структуры медиапользования в России. В 2014 и 2015 гг. недельная аудитория ТВ-вещания практически не изменилась и составила 92 %. А вот аудитория Интернета продолжала свой рост (с 63% пользующихся Интернетом в 2014 г. до 71 % в 2015 г.). Кроме этого, выросла аудитория радиослушателей (с 61 % до 63 %). Одновременно сохранялся долгосрочный тренд падения аудитории прессы. Население стало использовать более широкий круг информационных источников. При этом, число людей, получающих информацию только из Интернета растёт, а вот количество людей, читающих только прессу, сокращается (с 8 % в 2014 г. до 7 % в 2015 г. (Senavate Comcon, 07.2015).

В последние годы из-за недостатка внимания к проблемам и чаяниям бумажных носителей информации со стороны государства, завышенного восхваления «непревзойдённых» возможностей альтернативных (цифровых) источников информации, создалось мнение об отсутствии в обозримом будущем перспектив развития печатной прессы. Как бы то ни было, последовательный спад производства газетно-журнальной и книжной продукции в России уже стал реальностью.

Таким образом, остается вопрос места и перспективы традиционных СМИ, книгоиздания, печатной рекламы в развивающейся медиа-сфере, который становится краеугольным для полиграфистов. Характеризуя современную «среду обитания» полиграфического производства нельзя не учитывать, что интернет, социальные сети, мессенджеры, блоги и новые технологии серьезно изменили ландшафт традиционных медиа. Прогресс оказывает большое влияние на сложившуюся основу редакционной политики и ведения бизнеса. Вышеописанная проблема является общемировой, и последние пять лет мы можем наблюдать стабильное снижение тиражей печатной продукции во всем мире, что позволяет говорить о системном кризисе полиграфической отрасли.

Помимо всего вышесказанного, в нашей стране перспективы еще более тревожные. Оценивая общие итоги в сфере полиграфии, следует

констатировать главное: резкое снижение объемов производства после определённой стабильности в предыдущие несколько лет. По предварительным данным Росстата, выпуск печатной продукции в натуральных показателях по основной номенклатуре (код ОКВЭД 22.2) за январь-октябрь 2015г. (по отношению к аналогичному периоду 2014г) составил: газеты — 71 %, журналы — 82 %, книги — 85 % [2]. В результате снижения курса национальной валюты и спонтанного, скачкообразного повышения цен на бумагу и картон для печати у большинства типографий возникла реальная опасность свёртывания бизнеса.

Поступательное повышение стоимости бумаги и картона для печати, начавшееся в ноябре 2014 г. в результате колебания национальной валюты, оказало прямое негативное влияние на функционирование полиграфического рынка в течение всего 2015 г. Федеральная антимонопольная служба зафиксировала, что рост отпускных цен на бумагу, используемую для производства печатных СМИ, за период с января 2014 г. по февраль 2015 г. превысил 45 %.

На протяжении всего 2015 г. Росстат фиксировал снижение выпуска печатной продукции в натуральном выражении. Это подтверждает и изменение спроса на бумажную продукцию. Только за первое полугодие 2015 г. по отношению к тому же периоду 2014 г. общее падение потребления бумаги и картона для печати сократилось на 25 %. Более того, в издательском сегменте полиграфического производства снижение потребления газетной, офсетной и мелованных бумаг составило более 30 %, а специализированных видов картона и бумаг в «упаковочном» сегменте только на 10 % [2].

Наиболее объективная оценка цены на газетную бумагу, реализуемую на внутреннем рынке в 2015 г., в целом по России, дается Росстатом по результатам проведения мониторинга и отдельным отраслевым публикациям: отпускные цены на газетную бумагу в целом по России выросли на 15 %. В 2015 г. отмечен резкий скачок цен на газетную бумагу за последние десять лет [2].

Таким образом, перед полиграфистами России и мира на сегодняшний день стоит важная и масштабная задача по выработке новой модели ведения бизнеса и адаптации к принципиально изменившейся информационной среде.

Ознакомившись с основными этапами развития и формирования полиграфической отрасли, а также изучив проблемы и особенности ее современного состояния, попробуем проанализировать и понять причины сложившейся ситуации с точки зрения цикличности экономики, а также определить, какую роль играют информационные технологии в этой взаимосвязи.

Большинство экономистов на сегодняшний день признают то, что любая рыночная экономика по природе своей является цикличной. Все находится

в состоянии динамики, вечного круговорота, периодического падения и роста. Такие периодические колебания получили название делового или экономического цикла. Цикличность экономики свойственна любой стране с рыночным типом хозяйствования. Экономические циклы неизбежный и необходимый элемент развития мировой экономики.

Экономический цикл — периодически повторяющееся колебание уровня экономической активности. Другое название экономического цикла — деловой цикл. По сути, экономический цикл — это чередующийся рост и падение деловой активности (общественного производства) в отдельно взятом государстве или во всем мире (некотором регионе). Стоит отметить, что хотя мы говорим здесь о циклическом характере экономики, на самом деле эти колебания деловой активности нерегулярны и плохо предсказуемы. Поэтому слово «цикл» довольно условно. Причины экономических циклов:

- экономические шоки (импульсные воздействия на экономику): технологические прорывы, открытие новых энергоносителей, войны;
- незапланированное увеличение запасов сырья и товаров, инвестиций в основной капитал;
- изменение цен на сырье;
- сезонный характер сельского хозяйства;
- борьба профсоюзов за повышение заработной платы и гарантии занятости.

Принято выделять 4 основные фазы экономического (делового) цикла: подъем, пик, спад и дно. Период экономического цикла — промежуток времени между двумя одинаковыми состояниями деловой активности (пиками или доньями). Стоит отметить, что, несмотря на циклический характер колебаний уровня ВВП, его долгосрочный тренд имеет тенденцию к росту. То есть пик экономики все также сменяется депрессией, но с каждым разом эти точки смещаются на графике все выше и выше. Основные фазы экономического цикла:

1. Подъем — рост производства и занятости населения. Инфляция невысока, при этом спрос повышается, так как потребители стремятся совершить покупки, отложенные во время предыдущего кризиса. Внедряются и быстро окупаются инновационные проекты.

2. Пик — высшая точка экономического роста, характеризуется максимумом деловой активности. Уровень безработицы очень мал или практически отсутствует. Производственные мощности работают максимально эффективно. Обычно усиливается инфляция, поскольку рынок насыщается товарами и растет конкуренция. Срок окупаемости увеличивается, бизнес берет все больше долгосрочных кредитов, возможность погашения которых снижается.

3. Спад — снижение деловой активности, объемов производства и уровня инвестиций, ведущее к росту безработицы. Наблюдается

перепроизводство товаров, цены резко падают. Вследствие этого снижается объем производства, что ведет к росту безработицы. Это вызывает снижение доходов населения и соответственно сокращение платежеспособного спроса. Особенно продолжительный и глубокий спад носит название депрессии.

4. Дно — низшая точка деловой активности, характеризуется минимальным уровнем производства и максимальной безработицей. В этот период расходуется избыток товаров (часть по низким ценам, часть просто портится). Падение цен прекращается, объемы производства немного увеличиваются, но торговля пока протекает вяло. Поэтому капитал, не найдя применения в сфере торговли и производства, стекается в банки. Это увеличивает предложение денег и ведет к снижению процента по кредитам. Считается, что фаза «дна» обычно не бывает продолжительной [4].

Современной экономической науке известно более 1 380 различных видов деловых циклов. Наиболее часто можно встретить классификацию по длительности и периодичности циклов. В соответствии с ней выделяют следующие виды экономических циклов:

1. Краткосрочные циклы Китчина — продолжительность 2–4 года. Эти циклы открыл еще в 1920-е английский экономист Джозеф Китчин. Такие краткосрочные колебания экономики Китчин объяснял изменением мировых запасов золота. Конечно, сегодня такое объяснение уже не может считаться удовлетворительным. Современные экономисты объясняют существование циклов Китчина временными лагами — задержками в получении фирмами коммерческой информации необходимой для принятия решений. Например, когда рынок насыщается товаром, необходимо снижать объем производства. Но, как правило, такая информация поступает предприятию не сразу, а с запозданием. В результате зря расходуются ресурсы, на складах образуется излишек трудно реализуемого товара.

2. Среднесрочные циклы Жюгляра — продолжительность 7–10 лет. Впервые этот вид экономических циклов был описан французским экономистом Клеманом Жюгляром, в честь которого они и были названы. Если в циклах Китчина происходят колебания уровня загрузки производственных мощностей и соответственно объема товарных запасов, то в случае циклов Жюгляра речь идет уже и о колебаниях объемов инвестиций в основной капитал. К информационным лагам циклов Китчина добавляются задержки между принятием инвестиционных решений и приобретением (созданием, возведением) производственных мощностей, а также между спадом спроса и ликвидацией ставших лишними производственных мощностей. Поэтому циклы Жюгляра более продолжительные, чем циклы Китчина.

3. Ритмы Кузнецца — продолжительность 15–20 лет. Названы по имени американского экономиста и лауреата Нобелевской премии Саймона Кузнецца, который открыл их в 1930 году. Кузнец объяснял такие циклы демографическими процессами (в частности притоком иммигрантов) и изменения в сфере строительства. Поэтому он называл их «демографическими» или «строительными» циклами. Сегодня ритмы Кузнецца некоторые экономисты рассматривают как «технологические» циклы, обусловленные обновлением технологий.

4. Длинные волны Кондратьева — продолжительность 40–60 лет. Открыты русским экономистом Николаем Кондратьевым, в 1920-е годы. Циклы Кондратьева (К-циклы, К-волны) объясняются важными открытиями в рамках научно-технического прогресса (паровой двигатель, железные дороги, электричество, двигатель внутреннего сгорания, компьютеры) и вызванными ими изменениями в структуре общественного производства. Это 4 основных вида экономических циклов по продолжительности. Ряд исследователей выделяет еще два вида более крупных циклов: циклы Форрестера — продолжительность 200 лет, которые объясняются сменой применяющихся материалов и источников энергии и циклы Тоффлера — продолжительность 1 000–2 000 лет. Обусловлены развитием цивилизаций. Однако столь продолжительные циклы являются весьма спорными [4].

Из всех вышеописанных подходов, объясняющих циклическое развитие экономики, в рамках данной работы для нас наибольший интерес представляет теория длинных экономических циклов Н. Д. Кондратьева и проистекающая из нее теория смены технологических укладов.

Тему смены технологических укладов, исходя из теории длинных циклов Н.Д. Кондратьева, разрабатывали российские ученые Д.С. Львов и С.Ю. Глазьев. Под технологическим укладом мы понимаем совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства. По мере развития технологий и научно-технического прогресса осуществляется переход от более низких укладов к более высоким. В настоящий момент в экономике в высокотехнологичных отраслях доминирует пятый уклад, ядро технологий которого связано с достижениями в области микроэлектроники и вычислительной техники, информатики, Интернета, новых видов энергии, материалов, спутниковой связи и т.п. Свое развитие пятый технологический уклад получил в 70-х–80-х годах 20 века с началом применения микроэлектроники в производстве и развитием вычислительной техники и достиг своего пика в 2010 году.

На сегодняшний день, согласно теории Н. Д. Кондратьева, мы наблюдаем процесс перехода к новому, шестому технологическому укладу, что особенно заметно в высокотехнологичных

отраслях, где применение более современных технологий становится залогом победы в конкурентной борьбе. Вероятнее всего, что базовыми отраслями шестого технологического уклада станут био- и нанотехнологии, также ведущая роль будет принадлежать информационным технологиям. Сейчас мы находимся в эмбриональной фазе шестого технологического уклада, которая по прогнозам продлится до 2020 года, а затем вступим в фазу роста, которая, согласно данной теории, будет продолжаться до 2040 года [4]. Производство полиграфической продукции как раз является одним из тех высокотехнологичных и чувствительных к техническому прогрессу направлений, где вышеописанный процесс перехода к новому технологическому укладу на сегодняшний день уже ощущается, что ставит новые задачи по адаптации перед собственниками полиграфических предприятий. Данная проблема является ключевой для полиграфической отрасли в целом, так как именно специфика шестого технологического уклада будет определять развитие отрасли в последующие 30–40 лет и на сегодняшний день важной задачей представляется определение места и роли печатной продукции в век информационных технологий и последующей эволюции полиграфии.

Процесс перехода от одного технологического уклада к другому объясняет глубинную причину формирования системного кризиса в полиграфической отрасли и процесс вытеснения традиционной печатной продукции современными продуктами информационных технологий.

Более того, если мы посмотрим на хронологию и даты начала четырех этапов развития полиграфической промышленности, то мы увидим, что эти точки совпадают с точками смены предыдущих технологических укладов. Установим соответствие:

- 1) Первый этап — металлический набор и печатный пресс Гуттенберга — 1640-е годы
- 2) Второй этап — машины высокой печати — 1820-е годы
- 3) Третий этап — офсетные плоскочечатные машины — 1920-е годы и начало использования ЭВМ при вводе данных — 1970-е годы
- 4) Четвертый этап — широкое распространение цифровых технологий в полиграфии — 2000–2010 годы

Приняв во внимание некоторую погрешность в связи с отсутствием строгих границ между технологическими укладами и различную протяженность во времени самого процесса перехода, мы видим, что каждый этап развития полиграфии соответствует определенному технологическому укладу. Более того, начало каждого нового технологического этапа в полиграфии совпадает с эмбриональной фазой развития нового технологического уклада и

одновременно с низшей точкой длинной волны экономического цикла Кондратьева, что может объяснить существующую проблему снижения мировых объемов печати, снижения деловой активности в полиграфии и оттока инвестиций из данной отрасли. ■

1. Стефанов С. Полиграфия от А до Я: энциклопедия. М., URSS, 2009, 560 с.

2. Федеральная Служба Государственной Статистики // [Электронный ресурс] - Федеральная Служба Государственной Статистики www.gks.ru (Дата обращения: 11.09.2016)

3. Информационные технологии в полиграфии. Анализ программных продуктов, представленных на выставке DRUPA-2012 Попов Д.И., д.т.н., зав. кафедрой «Информатика и вычислительная техника»

4. Цветков В. А. Циклы и кризисы: теоретико-методологический аспект. — М. ; СПб. : Нес тор-История, 2013.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Информационные технологии в полиграфии. Анализ программных продуктов, представленных на выставке DRUPA-2012 Попов Д.И., д.т.н., зав. кафедрой «Информатика и вычислительная техника»

Стефанов С. Полиграфия от А до Я: энциклопедия. М., URSS, 2009, 560 с.

Федеральная Служба Государственной Статистики // [Электронный ресурс] - Федеральная Служба Государственной Статистики www.gks.ru (Дата обращения: 11.09.2016)

Цветков В. А. Циклы и кризисы: теоретико-методологический аспект. — М. ; СПб. : Нес тор-История, 2013.

The impact of the kondratieff waves and change of technological structures in the development of the printing industry

© **Turkina M., 2016**

This article discusses the existing negative trends of the decrease of investment activity in the printing industry and examines the cyclical nature of the economy with the development of printing and the effect of substitution of technological modes on the performance of the printing industry. In addition, we study the reasons for the sharp fall in circulation of the print products over the past few years and defines the role of development of information technologies in this process.

Keywords: economic cycles, Kondratieff wave, printing industry, information technology, technological structures

УДК 338.2

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КЛЕЕВ-РАСПЛАВОВ

© **Фадина Ю. И., 2016**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье представлен обзор российского рынка клеев-расплавов, описаны существующие проблемы и обозначены тенденции развития отрасли на ближайшее будущее. Проанализирован объём импортируемых клеев-расплавов на рынок России, выявлены основные игроки, их доли, сегменты рынка.

Ключевые слова: клей-расплав, импорт, импортозамещение, мебельная и деревообрабатывающая промышленность, производство упаковки.

На сегодняшний день спрос на клей в Российской Федерации доминирует над предложением, отечественные производители не в состоянии удовлетворить текущую потребность рынка. В связи с этим клеевой рынок России принадлежит иностранным производителям, предлагающим продукцию более высокого качества, широкого ассортимента и по более выгодной цене. По мнению экспертов, примерное соотношение долей рынка отечественной и импортной продукции на рынке клея составляет 30 % к 70 % [1]. Связано это, прежде всего, с отсутствием целостной сырьевой базы и устаревшей, по сравнению с иностранной, производственной базой. Во-вторых, низкими инвестициями в НИОКР. В-третьих, разобщённостью отрасли из-за многочисленных видов клеев и отсутствием единой классификации. В-четвёртых, слабой государственной поддержкой отрасли. В-пятых,

отсутствием единых стандартов, сертификации. В-шестых, отсутствием квалифицированных специалистов по клеям [1]. Однако потенциал развития отрасли довольно велик и перспективы весьма уверенные.

Перспективность рынка клея объясняется тем, что он актуален для многих отраслей промышленности, среди которых мебельная и деревообрабатывающая, автомобильная, авиационная, электронная, производство упаковки, строительство и другие отрасли, которые постоянно требуют улучшений функциональных качеств клея, повышения надёжности склеивания, увеличения скорости отверждения, устойчивости к внешней среде. В качестве примера можно привести недавно появившиеся на российском рынке и набирающие популярность клей-расплавы, основные преимущества которых заключаются в том, что они не содержат растворителей, характеризуются

отличной адгезией, универсальностью, водостойкостью, стойкостью к высоким и низким температурам. Клеи-расплавы широко востребованы в мебельной промышленности для окучивания профильного погонажа, облицовывания кромок плитных деталей, прочного соединения конструкционных материалов, приклеивания декоративных элементов, монтажных работ и т.д. Сегодня спрос производителей мебели на данный вид клея растёт, так как динамично развивается сама отрасль и её будущее видится благоприятным в связи с тем, что в России активизировался процесс импортозамещения и государство всерьёз озабочено повышением качества строящегося муниципального жилья. Стоит также отметить, что объём мирового рынка мебели составляет больше 200 млрд. евро в год, а доля РФ в нем меньше 1 %. При этом Россия с общей лесной площадью выше 885 млн. га обладает 1/4 всех мировых запасов древесины [2]. Также клеи-расплавы широко применяются в индустрии упаковки для производства заготовок упаковки, этикетирования, приклеивания крышек. На протяжении нескольких лет рынок упаковки в России показывает положительную динамику, потребность производителей упаковки в клеях-расплавах увеличивается. Быстрые темпы роста потребительского рынка, изменения потребительской культуры и отраслевых стандартов должны способствовать сохранению этой тенденции в последующие годы. Согласно данным РБК [3], российский рынок упаковки далек от насыщения, учитывая, что в Западной Европе выпускается 10 кг упаковки на человека в год, а в России от 1,5 до 2.

Объём мирового рынка клеев-расплавов, по оценке международной консалтинговой компании Глобал Маркет Инсайтс Инк. (Global Market Insights Inc.) [4], в 2014 году составил около 1,5 млн. тонн. Максимальный объём потребления приходился на Северную Америку и насчитывал около 30 %. Этот рынок фрагментирован и характеризуется наличием крупно- и мелкосерийных производств в цепочке создания стоимости. Основными игроками на мировой арене являются Дау Корнинг (Dow Corning), Эйвери Деннисон Корпорейшн (Avery Dennison Corporation), компания 3М (3M Company), Хенкель АГ (Henkel AG), Американ Кемикал Инк. (American Chemical Inc.), Йоват АГ (Jowat AG), Бостик Инк. (Bostik Inc.), Хантсман Корп (Huntsman Corp), Сика АГ (SIKA AG) и Х.Б. Фуллер (H.B. Fuller Company).

Среди ведущих мировых производителей клеев-расплавов на российском рынке представлены такие компании, как 3М, Хенкель, Йоват, Бостик, Сика, Х.Б. Фуллер. Согласно проведённому анализу таможенной статистики (код ТН ВЭД 3506910000 — адгезивы на основе полимеров товарных позиций 3901–3913 или каучука), объём российского рынка импортруемых клеев-расплавов по итогам 2015 года составил около 22800 тонн. Лидерами рынка являются немецкие компании: Хенкель с долей

22,7 %, Клебхеми (Klebschmie) — 20,5 %, Фольманн (Follmann) — 10 %, Йоват — 8,6 %, Х. Б. Фуллер — 7,6%. Здесь следует отметить, что больше половины рынка (69,4 %) импортруемых клеев-расплавов принадлежит крупнейшим немецким производителям. Распределение долей рынка импортёров клеев-расплавов на рынок Российской Федерации за 2015 год представлено на диаграмме 1:

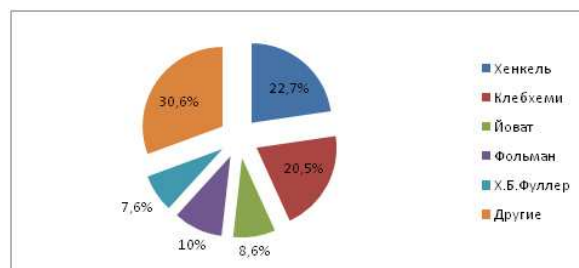


Диаграмма 1

Анализ таможенной статистики за январь-апрель 2016 года (код ТН ВЭД 3506910000) показал, что объём российского рынка импортруемых клеев-расплавов составил порядка 7000 тонн, что на 3,3 % больше показателя аналогичного периода 2015 года. Лидирующие позиции по-прежнему сохраняют немецкие компании: Хенкель с долей 25 %, Клебхеми — 23 %, Фольманн — 9 %, Йоват — 8 %, Х. Б. Фуллер — 7 %. Распределение долей рынка импортёров клеев-расплавов на рынок Российской Федерации за январь-апрель 2016 года представлено на диаграмме 2:

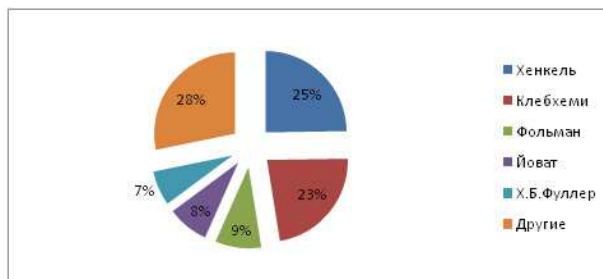


Диаграмма 2

Основной объём поставок импортных клеев-расплавов (больше 50 %) идёт в мебельную и деревообрабатывающую промышленность, производство упаковки. Остальной объём — в производство этикетки, нетканых материалов (средств гигиены), полиграфическую промышленность, табачную отрасль.

Пик импортных поставок клеев-расплавов приходится на конец года — октябрь, ноябрь, декабрь, а заметный спад на праздничные месяцы — январь и май.

Особо следует подчеркнуть, что Россия входит в число второстепенных потребителей клеев-расплавов, уступая место Северной Америке, Европе, странам Азиатско-Тихоокеанского региона [5]. Однако ситуация будет меняться в связи с

ростом значимости клеев-расплавов, расширением требований к клеям, в частности, в отношении повышения срока сохранности, увеличения скорости образования соединения, готовности использования в любой момент, снижения уровня пожароопасности, разработкой новых видов термопластов и появлением новых знаний о физико-химической сущности процесса склеивания [6].

Основные объемы отечественного производства клеев-расплавов приходится не более чем на 12 компаний, среди которых: ООО «Группа ХОМА», ООО «Эрготек», ЗАО «Интермелт», ООО «ПРОК», ОАО «Институт пластмасс», ООО «Лека Пласт». Большинство из них расположены в центральном федеральном округе, что связано с близостью к источникам сырья — Оргхим в Нижегородской области и близостью к зарубежным, в том числе, сырьевым, поставщикам — Хенкель в Ленинградской области. Важно отметить, что компания Хенкель имеет собственное производство клеев на территории РФ.

Подводя итог, можно сказать, что клеи-расплавы сегодня являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов рынка клеев и производство клеев-расплавов в России имеет большую перспективу роста. Этому способствуют, в первую очередь, наличие большинства видов сырья, рост ведущих отраслей промышленности, готовых потреблять клеи-расплавы в больших объемах, а также курс государства на импортозамещение. Потенциал развития отрасли довольно велик и очевиден не только в отечественной дистрибуции, но и в ориентированном на экспорт производстве. Однако для сокращения импортных поставок клея-расплава в Россию и роста собственного производства, необходимо действовать комплексно, чтобы преодолеть существующие ограничения. ■

1. Как бизнес клеится? Особенности, состояние и тенденции рынка клея [Электронный ресурс] // Издательский дом «Предприниматель» - URL: http://www.idpr.ru/projects/2277/2278_atext_b64952 (Дата обращения: 17.09.2016)

2. Анализ рынка мебели и древесины [Электронный ресурс] // В производство: журнал бизнес-идей - URL: http://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/analiz_rynka_mebeli_d_revesiny/ (Дата обращения: 17.09.2016)

3. Российский рынок упаковки привлекает иностранных инвесторов [Электронный ресурс] // РБК - URL: <http://www.rbc.ru/society/25/01/2008/5703cadf9a79470eaf768e6b> (Дата обращения: 17.09.2016)

4. Hot-melt Adhesives Market Size [Электронный ресурс] // Global Market insights - URL:

<https://www.gminsights.com/industry-analysis/hot-melt-adhesives-market> (Дата обращения: 17.09.2016)

5. Степанова М.И. Клеи-2012. Полимерные материалы, № 6. 2012. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.polymerbranch.com/09b15d48a1514d8209b192a8b8f34e48/ff4b1b95743e741f36be669f913311ef/magazineclause.pdf> (Дата обращения: 17.09.2016)

6. Комаров Г.В. Клеи-расплавы. Полимерные материалы, № 6. 2012. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.polymerbranch.com/09b15d48a1514d8209b192a8b8f34e48/ff4b1b95743e741f36be669f913311ef/magazineclause.pdf> (Дата обращения: 17.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Hot-melt Adhesives Market Size [Электронный ресурс] // Global Market insights - URL: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/hot-melt-adhesives-market> (Дата обращения: 17.09.2016)

Анализ рынка мебели и древесины [Электронный ресурс] // В производство: журнал бизнес-идей - URL: http://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/analiz_rynka_mebeli_drevesiny/ (Дата обращения: 17.09.2016)

Как бизнес клеится? Особенности, состояние и тенденции рынка клея [Электронный ресурс] // Издательский дом «Предприниматель» - URL: http://www.idpr.ru/projects/2277/2278_atext_b64952 (Дата обращения: 17.09.2016)

Комаров Г.В. Клеи-расплавы. Полимерные материалы, № 6. 2012. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.polymerbranch.com/09b15d48a1514d8209b192a8b8f34e48/ff4b1b95743e741f36be669f913311ef/magazineclause.pdf> (Дата обращения: 17.09.2016)

Российский рынок упаковки привлекает иностранных инвесторов [Электронный ресурс] // РБК - URL: <http://www.rbc.ru/society/25/01/2008/5703cadf9a79470eaf768e6b> (Дата обращения: 17.09.2016)

Степанова М.И. Клеи-2012. Полимерные материалы, № 6. 2012. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.polymerbranch.com/09b15d48a1514d8209b192a8b8f34e48/ff4b1b95743e741f36be669f913311ef/magazineclause.pdf> (Дата обращения: 17.09.2016)

Russian hot-melt adhesive market survey

© Fadina I., 2016

The article analyzes Russian hot-melt adhesive market, describes existing problems and points out industry trends for the near future. It shows market volume of imported hot-melt adhesives in Russia, identifies leading players, their market share, and market segments.

Keywords: hot-melt adhesive, import, import substitution, furniture and wood-working, packaging.

© Шадрин В. О., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается специфика реализации космецевтики в РФ. Не так давно мир впервые услышал о средствах космецевтики, на сегодняшний день эти косметические продукты являются наиболее эффективными в борьбе человека с недостатками кожи, в том числе и теми, которые вызваны возрастными изменениями. Как и любые другие, космецевтические препараты имеют и достоинства, и недостатки. В данной статье мы проведем анализ космецевтики как товара.

Ключевые слова: космецевтика, структура отрасли косметики, достоинства и недостатки космецевтики

Термин «космецевтика» был введен около 20 лет назад Альбертом Клигманом, американским дерматологом, в его понимании он образован из слов «косметика» и «фармацевтика» и обозначает категорию продуктов, которые обладают высокой эффективностью и занимают промежуточное положение между косметикой и лекарственными средствами. Но не все так однозначно. Многие считают, что космецевтика — это лечебная косметика, продающаяся в аптеке, а другие — что любая косметика, попадающая на аптечный прилавок, даже декоративная, произвольно становится космецевтикой. Сейчас отмечается растущий интерес операторов фармрынка к бурно развивающемуся косметическому рынку. В этом контексте интересным представляется мнение работников аптек, оптового звена и производителей по поводу перспективности развития данного сегмента.

Космецевтика предлагает не только маскировать видимые недостатки кожи, но и эффективно устранять причину их появления. Производители космецевтики зачастую заявляют о сходстве их продукции с лекарственными препаратами [1].

Чем же отличается космецевтика от косметики?

Известно, что современные косметические средства не являются лекарствами. Их поле деятельности — эпидермис. Они не должны проникать в живые слои кожи. Следовательно, косметические средства не влияют существенно на состояние кожи и не способны радикально улучшать ее характеристики. Ключевым критерием качества косметики является ее бактериальная чистота. То есть косметика не должна способствовать инфицированию кожи различными микроорганизмами. С космецевтикой дело обстоит иначе. Если в ее составе находятся лекарственные средства, то требуется большой промежуток времени для тестирования таких препаратов. Это большие денежные затраты как в плане исследований, так и в

плане тестирования ее действия. По этой причине главная задача космецевтики в настоящее время состоит в том, чтобы урегулировать законодательный вопрос, касающийся космецевтических средств. В настоящее время космецевтика не выносится законодательством в отдельную категорию. Однако, несмотря на это, активно ведется продажа так называемой «лечебной косметики», которая часто отождествляется с космецевтикой [2].

Следует отметить, что, несмотря на массу достоинств данной косметики, она все-таки может вызвать аллергические реакции при неправильном и длительном применении, ведь активные вещества в ней содержатся в очень высокой концентрации. На этом фоне пользоваться средствами данной группы косметики постоянно нельзя. Такая косметика, обычно, применяется курсами. После этого следует переходить на более легкие средства для ухода за кожей.

Также стоит отметить, что категорически запрещено одновременно применять средства из группы космецевтики, имеющие разное предназначение. К примеру, проблему купероза и морщин нельзя решать одновременно с помощью различных средств лечебной косметики. В данном случае вначале необходимо решить проблему купероза, а затем применять средства для омоложения.

Космецевтику сегодня можно приобрести в любой аптечной сети. Однако прежде чем отдать предпочтение какой-либо линии, важно проконсультироваться со специалистом. Опытный косметолог или дерматолог подберет индивидуальный вариант применения средств, продолжительность курса, а также перечислит ингредиенты, которые должны присутствовать в составе того или иного косметического средства для решения имеющейся проблемы. Существует 4 категории косметики:



Рис. 1. Категории косметики (составлено по [3])

Mass Market — это дешевая косметика, выпускается огромными партиями, достаточно длительный срок хранения. Из стоимости товара 70 % идет на рекламу, 20 % — на дизайн упаковки, 10 % — на состав, в который входят: до 90 % продукты нефтепереработки, искусственные консерванты, производные фенола и формалина. Такая косметика входит в черный список Фалтона, то есть запрещенной косметики, а у нас она в полный рост на прилавках: Нивея, Эвелин, Хербина, Орифлейм, Эйвон, Фаберлик и тд.

Middle Market — косметика среднего класса, полезных веществ 30–60 %, консерванты берутся из растительного сырья, но производятся химическим путем. Используются высокие температуры, которые изначально подавляют витамины, эффекта от них нет. Создается эффект привыкания, можно пользоваться не более 6 месяцев. Эту косметику используют исключительно для эстетического ухода за кожей лица, тела и волос. Никаких кардинальных изменений, несмотря на многообещающие рекламные буклеты, она внести не может, так как для этого необходимы другие формулы, другие технологии (Ив Роше, Мэри Кей, Лориаль, Ланком, Ревлон, Буржуа, Де Клиор (гормональная косметика), Мира Люкс).

Люкс.

Класс Люкс используются высокие технологии, создается из растительного сырья, который производится без синтетических удобрений. 70–80 % содержит биологически-активных веществ. При производстве косметических средств этого класса используют ИЭТ — интерактивные энзимные технологии, посредством чего данная косметика может значительно улучшить внешний вид кожи и решить целый ряд эстетических проблем.

Данная косметика не имеет эффекта быстрого старения кожи после отмены, то есть привыкания (зависимость) отсутствует, имеет высокий процент гипоаллергенности. Завышенная цена за счет имени (бренда) и эксклюзивности упаковки: Элизабет Орден, Ив Сен Лоран, Нина Ричи, Коко Шанель, Поль Гатье, Кристиан Диор, Хелена Рубенштейн, Шисейдо.

Профессиональная косметика (салонная). Дорогая, очень высокого качества, для очень обеспеченных слоев населения. С ней работают только в салонах.: Калайн, Академи, Янсон, Биолойн, Талго [3].

В РФ принято делить космецевтические препараты на несколько уровней в зависимости от их способности проникать в кожу. Косметические средства этих уровней, способны оказать не только улучшение состояния кожи на уровне эстетики, а работают на клеточном уровне, оказывая терапевтический эффект [4].

Наша кожа состоит из трех слоев:

- первый слой кожи — эпидермис. На него оказывают благотворное влияние средства, которые можно купить в аптеке. Они представлены знаменитыми брендами, вроде Lierac, Phytofarm, Solar, Vichy, Uriage;

- второй слой кожи, более глубокий, называется дерма. На нее, на клеточном уровне, способны действовать препарат второй ступени. Они представлены фирмами Irwing, Naturals, New Ways. Обычно такие препараты рекомендуют тем, кто из-за аллергии не переносит средства первой группы;

- третий слой кожи — гиподерма, или подкожная клетчатка [5].

А теперь подробнее о уровнях космецевтики:

- к первой группе относятся препараты с большой молекулярной массой, способные воздействовать лишь на верхний слой эпидермиса;

- вторая группа включает в себя лечебные препараты, способные эффективно бороться с возрастными проблемами кожи и в то же время лечить кожу от имеющихся проблем дерматологического характера: угревой сыпи, жирной себореи, купероза, розацеа. Именно препараты из этой группы относятся к профессиональной косметике;

- в третью группу входят препараты последнего поколения способные воздействовать на все три слоя кожи: эпидермис, дерму и гиподерму. Космецевтика, входящая в эту группу, не рассчитана для ежедневного ухода и стоит немалых денег. Кроме того, компоненты, входящие в ее состав, подвергаются тщательному исследованию и регулярному клиническому тестированию [4].

Основные компоненты космецевтических препаратов строго сбалансированы и тщательно проверены, ведь они оказывают лечебный эффект не каждый сам по себе, а в совместном воздействии. Однако при большом разнообразии веществ все же есть базовые компоненты, входящие в состав космецевтики [6].

К ним относятся:

- группа керамидов. Представляют собой жирные кислоты растительного происхождения. Способствуют восстановлению водно-жировой мантии кожи, уменьшая потерю влаги с ее поверхности, участвуют в построении клеточной мембраны и восстановлении клеток, затрудняют проникновение микроорганизмов, снижают пористость кутикулы волоса, замедляют процессы старения в коже и способствуют лечению экземы, псориаза, нейродермитов.

- Бета-глюкан, присутствующий в грибах, дрожжах, зерновых культурах, и сквален, содержащийся в растительных маслах, зародышах пшеницы, рисовых отрубях. Первый способствует синтезу коллагена и эластина, повышает местный иммунитет, воздействуя на иммунокомпетентные клетки, обладает выраженным антиоксидантным эффектом, подавляет рост злокачественных клеток.

Сквален, связывая воду, предотвращает формирование мелкие морщин, повышает устойчивость кожи к влиянию ультрафиолетовых лучей, обладает антибактериальными свойствами и способствует заживлению микротрещин, замедляет развитие возрастных пигментных пятен.

- Аминокислоты. Являются биологическими стимуляторами, они ускоряют регенеративные процессы, способствуют нормализации водного и белкового состава межтканевой жидкости.

- Вытяжка из плодов и других частей кустарника Гаммамелис. Укрепляет стенки сосудов и применяется в составе различных средств лечения явлений купероза, обладает антибактериальными, дубящими и смягчающими свойствами. Эти качества используются в кремах и эмульсиях для уменьшения пористости кожи и воспалительных процессов.

- Природный полисахарид хитозан ингибирует воспалительные процессы и повышает регенерацию клеток поврежденных участков тканей, способствует увлажнению кожи, предотвращает слипание волос, придает им естественный блеск и эластичность, обладает антиоксидантными свойствами.

- Экстракты из морских водорослей. Улучшают микроциркуляцию, стимулируют регенеративные процессы, образуют на коже защитный слой в виде пленки, уменьшая потерю влаги.

- Фруктовые альфа-гидроксикислоты (АНА) и гиалуроновая кислота. Обеспечивают отшелушивания. Они ослабляют связи между чешуйками рогового слоя эпидермиса, ускоряя естественный процесс их отделения.

- Витамин «Е» и «С», являющиеся антиоксидантами. Кроме того, первый уменьшает потерю жидкости тканями, а второй способствует снижению проницаемости сосудистой стенки, стимулирует клеточную регенерацию.

- Бисаболл содержится в эфирном масле Миопорума и голубой ромашки. Обладает успокаивающим эффектом, выраженными

противовоспалительными свойствами, снимает раздражение кожи.

- Витамины «К», «F», группы «В», микроэлементы селен, цинк и другие.

- Ультрафиолетовые фильтры, предотвращающие повреждение клеток УФ лучами и потерю жидкости с поверхности кожи [6].

Поговорим о достоинствах и недостатках космецевтики, как и везде они, конечно же, существуют.

Достоинства космецевтики:

Главное преимущество средств космецевтики — способность их активных веществ проникать в глубокие слои кожи. В результате решаются многие проблемы. Например, очень эффективно применение данных препаратов при лечении угревой сыпи. Также пользуются большим спросом специальные линии anti-age, средства которых часто содержат фитогормоны, максимально приближенные к натуральным. Они отлично поддерживают молодость кожи, предупреждают ее старение и потерю эластичности.

Как уже было отмечено, космецевтика не вызывает аллергии, что немаловажно в наше время, когда растет число людей, страдающих от этой патологии. Некоторые девушки не могут пользоваться обычной косметикой из-за указанной проблемы, и для них космецевтика является настоящим спасением.

Обычно космецевтические средства имеют довольно высокую цену. Однако она частично компенсируется, так как эта продукция очень концентрирована, для разового использования достаточно совсем маленькой дозы.

Средства космецевтики проходят ряд тестирований, и являются сертифицированными, таким же плюсом можно отнести, что космецевтику можно купить в аптеке, что для некоторых людей является важным достоинством и успокоением [4].

Недостатки космецевтики:

Пожалуй, один из главных недостатков средств космецевтики — отсутствие информации о последствиях его применения в дальнейшем. Данное направление косметологии относительно молодое, поэтому результаты использования космецевтики еще не проверены временем. Именно этим объясняется настороженность некоторых косметологов к таким препаратам. Средства космецевтики не рекомендуется подбирать самостоятельно. Желательно посоветоваться с опытным косметологом, чтобы определить, какое средство вам подойдет лучше всего. Но так как еще не каждый специалист работал с космецевтикой, иногда бывает трудно найти знающего косметолога. И, конечно же, недостатком препаратов этой линии являются некоторые трудности с их приобретением. Космецевтику невозможно купить в магазине, она реализуется только через аптеки и косметические салоны, а также с помощью сетевого маркетинга. На сегодняшний день космецевтические препараты уже

предлагают и некоторые интернет-магазины. Космецевтика — новое направление лечебной косметики.

Однако многие женщины уже убедились в ее эффективности. Время покажет, насколько распространятся космецевтические средства, завоюют ли они массовую популярность. Возможно, скоро любые проблемы кожи можно будет решить с помощью космецевтики [4].

Таким образом, можно подвести итог, что, к сожалению, косметические средства не всегда могут помочь добиться идеального состояния здоровья нашей кожи. И в этом случае для лечения кожи применяют космецевтику. Средства данной группы сочетают в себе свойства лекарств и косметики, содержат в своем составе новейшие активные компоненты, оказывающие влияние на биологическую функцию кожи. Космецевтика не только ухаживает за кожей, питая и защищая ее от негативного воздействия внешних и внутренних факторов, но и оказывают лечебное воздействие.

Основными представителями космецевтики дерматологической группы являются марки: Vichy (Виши), Uriage (Урьяж), Merck (Мерк), Avene (Авен), Bioderma (Биодерма), La Roche-Posay (Ля Рош-Позе), Ducray (Дюкре). Из лечебно-профилактической группы наиболее распространены: Klorane (Клоран), Filorga (Филорга), Galenic (Галеник), SkinCeuticals (СкинСьютикалс), Lierac (Лиерак), Phyto (Фито), Nuxe (Нюкс). ■

1. Космецевтика: резервы роста аптечного рынка [Электронный ресурс] // Журнал провизор Электрон. дан. – М., 2003. URL: http://www.provisor.com.ua/archive/2003/N12/art_15.php - (Дата обращения: 27.09.2016).

2. Космецевтика - лекарство или косметика? [Электронный ресурс] // IаKosmetolog.ru Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://iakosmetolog.ru/preparat/kosmecevtika.html> - (Дата обращения: 27.09.2016)

3. Информационный проект о здоровом образе жизни [Электронный ресурс] // Космецевтика, или путь в сказку Сусанна Беловская Электрон. дан. – М., 2008-2016. URL: http://nsp-zdorovje.narod.ru/article_kr/kosmetcevtika.htm - (Дата обращения: 27.09.2016)

4. Что такое космецевтика? [Электронный ресурс] // Lady7. Net интернет журнал Электрон.дан. – М., 2015. URL: <http://lady7.net/chto-takoe-kosmecevtika.html> - (Дата обращения 27.09.2016)

5. Кожа [Электронный ресурс] // DomaDoktor.ru Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://domadoktor.ru/261-kozha.html> - (Дата обращения 27.09.2016)

6. Космецевтика- что это и каково ее действие [Электронный ресурс] // Bella Estetica Электрон. дан. – М., 2013-2016. URL: <http://bellaestetica.ru/preparaty/kosmecevtika.html> - (Дата обращения 27.09.2016)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Информационный проект о здоровом образе жизни [Электронный ресурс] // Космецевтика, или путь в сказку Сусанна Беловская Электрон. дан. – М., 2008-2016. URL: http://nsp-zdorovje.narod.ru/article_kr/kosmetcevtika.htm - (Дата обращения: 27.09.2016)

Кожа [Электронный ресурс] // DomaDoktor.ru Электрон. дан. – М., 2015. URL: <http://domadoktor.ru/261-kozha.html> - (Дата обращения 27.09.2016)

Космецевтика: резервы роста аптечного рынка [Электронный ресурс] // Журнал провизор Электрон. дан. – М., 2003. URL: http://www.provisor.com.ua/archive/2003/N12/art_15.php - (Дата обращения: 27.09.2016)

Космецевтика - лекарство или косметика? [Электронный ресурс] // IаKosmetolog.ru Электрон. дан. – М., 2016. URL: <http://iakosmetolog.ru/preparat/kosmecevtika.html> - (Дата обращения: 27.09.2016)

Космецевтика- что это и каково ее действие [Электронный ресурс] // Bella Estetica Электрон. дан. – М., 2013-2016. URL: <http://bellaestetica.ru/preparaty/kosmecevtika.html> - (Дата обращения 27.09.2016)

Что такое космецевтика? [Электронный ресурс] // Lady7. Net интернет журнал Электрон.дан. – М., 2015. URL: <http://lady7.net/chto-takoe-kosmecevtika.html> - (Дата обращения 27.09.2016).

Implementation-specific cosmeceuticals in Russia

© Shadrina V., 2016

This article discusses the specific problems of the implementation of cosmeceuticals in Russia. Not so long ago the world heard about the means of cosmeceuticals, and now, these cosmetic products are the most effective against human skin blemishes, including those caused by age-related changes. Like any other, cosmeceuticals have both advantages and disadvantages. In this article we will analyze cosmeceuticals as a product.

Keywords: cosmeceuticals, the structure of the cosmetics industry, the advantages and disadvantages of cosmeceuticals.

© Штонда А. С., 2016

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье автор раскрывает понятие «геймификация» и выделяет основные её направления. Также, автор приводит разнообразные примеры использования геймификации для отбора и найма персонала в российских и зарубежных компаниях и подчеркивает важность применения данного инструмента.

Ключевые слова: геймификация, игровые инструменты, управление персоналом, эффективность, отбор и найм персонала.

Успешность компании в современных условиях зависит от ее персонала. Персонал компании способен обеспечивать высокие экономические результаты ее деятельности. Сегодняшние молодые специалисты, устраивающиеся на работу в различные сферы экономики — поколение миллениумов. На период их детства и взросления, пришлось глобализация, стремительное развитие коммуникаций, цифровых технологий, интернета и мобильных устройств. Помимо этого именно на российское поколение игроков значительно повлияли распад СССР, рыночные реформы, многочисленные теракты и военные конфликты. У поколения Y развлечения занимают первое место среди прочего, они очень любят свободу и ценят свое время, а также рассчитывают на незамедлительное поощрение за выполненную работу. Работодателю стоит учитывать ценности поколения Y при найме и удержании сотрудников данного поколения. В связи с этим, для эффективного управления сотрудниками-миллениумами все чаще используются игры. В современных условиях мы можем говорить о геймификации в управлении персоналом. Для российского бизнеса это относительно новый способ управления персоналом, за рубежом он используется шире.

Уточним, что подразумевается под данным термином «геймификация». В частности, Маркеева А.В. [1] в своей работе предлагает следующее определение «геймификация — это использование подходов, характерных для компьютерных игр, игрового мышления в неигровом прикладном программном обеспечении для привлечения пользователей и повышения их вовлеченности в использование программы, интереса к решению прикладных задач».

Использование геймификации позволяет эффективно управлять персоналом, повышать производительность труда, определять лидеров в группах, определять психологические и социальные особенности членов группы, улучшать коммуникацию в группах, улучшать взаимоотношения в группах в результате вовлечения сотрудников в командную игру и другое.

Термин «геймификация» был предложен Н. Пеллингом в 2002 году [2]. Однако широко он стал использоваться в 2010–2011 годах, после накопления

положительного опыта использования игр и игровых подходов в управлении персоналом.

Особенностью геймификации в управлении персоналом является не разработка игр, а использование игр, игровых моментов, механизмов в деловых целях, в частности при управлении персоналом.

Геймификация выступает инструментом, повышающим эффективность деятельности компании. Однако, эффективность геймификации будет зависеть от тех целей и результатов, которые ставят специалисты перед сотрудниками. Геймификация не обязательно должна быть в форме игры, она может использовать только психологию игры. Используя отдельные элементы, механизм и психологию игры, можно добиться создания определенной среды в компании, которая будет способствовать формированию игрового мышления, нового опыта, нестандартных решений проблем, стоящих перед сотрудниками.

В геймификации выделяется три элемента [2]:

- формирование нового опыта;
- объекты и инструменты формирования нового опыта;
- внедрение элементов игры в неигровую деятельность.

Как показал анализ информации, размещенной в Интернет пространстве [2,3,4], число компаний, использующих геймификацию в управлении персоналом, увеличивается. Это связано с несколькими причинами:

- возможность использования игровых механизмов, элементов в процессе работы приводит к вовлеченности сотрудников в процессы деятельности компании;
- использование игровых моментов позволяет прививать сотрудникам корпоративную культуру, чувство сопричастности к общему делу;
- внедрение информационных технологий в управление персоналом, который активно использует информационные технологии в быденной жизни;
- расширение применения информационных технологий, их совершенствование и удешевление;
- развитие новых форм взаимодействия и коллективной работы в формате онлайн.

Геймификация выступает инструментом решения различных задач, стоящих перед сотрудниками, она увеличивает конкурентоспособность компании в современных условиях, способствует выработке новых нестандартных решений.

Можно выделить несколько направлений использования геймификации в управлении персоналом:

- использование игровых инструментов для найма и отбора персонала. Это позволяет сокращать затраты на набор персонала, определение соответствия персонала корпоративной культуре компании;

- использование игровых механизмов для адаптации персонала;

- использование игровых механизмов в целях мотивации персонала. Это позволяет использовать игровые механизмы, например, баллы за успешно пройденные программы можно использовать в качестве премии;

- использование игровых инструментов для обучения персонала. Это способствует вовлечению сотрудников в процесс обучения, а затем и работы.

- Использование геймификации для мотивации сотрудников.

Нами были изучены разнообразные примеры использования геймификации для отбора и найма персонала, представленные в Интернет-ресурсах [2,3,4]. Наиболее широко представлен опыт зарубежных компаний, в Российском бизнесе данные методы применяются только в Иностраных компаниях, присутствующих на нашем рынке, либо таких крупных представителей Российского бизнеса как Сбербанк России.

Так, например, для привлечения в сферу гостеприимства поколения Next в американской сети отелей Marriott была разработана игра, в которой испытуемый должен выполнять обязанности менеджера кухни в отеле. Управляя кухней, пользователь знакомится с отраслью гостеприимства. Данный ресурс доступен на Facebook My Marriott Hotel, имеется функция выбора языка пользователя.

Компания FMCG (США), используя игровые формы, оценивает кандидата на соответствие требованиям должности.

Некоторые IT-компании при найме на работу использовали игровые моменты: участникам необходимо было выполнять различные задания, получать бонусы, а затем эти бонусы обменивать на рабочие инструменты.

Более чем в сорока странах мира имеет офисы маркетинговая компания Upstream, которая создала игру «The Challenge» для привлечения и отбора менеджеров. Игра длится один час и состоит из семи миссий. В каждой миссии необходимо решить вопросы относительно различных аспектов маркетингового анализа. Участники игры, получившие наивысшие показатели по результатам игры, становятся сотрудниками Upstream.

Шведская компания Citerus подошла креативно к набору персонала. Эта компания занимается разработкой программного обеспечения. Для привлечения и отбора персонала через социальные сети и списки рассылок были приглашены участники в конкурсе под названием The Hackers' Night Crazy Snake Edition. Всего участвовало 13 команд, которые соревновались между собой на виртуальной арене, разрабатывая лучшие «змейки» с искусственным интеллектом [3].

Датское агентство Uncle Grey использовало увлечение некоторых сотрудников онлайн-игрой Team Fortress 2. Для привлечения новых сотрудников компания заключила соглашение с лучшими игроками данной игры из своих сотрудников. Сотрудники, играя в игру, должны представлять свою компанию посредством размещения постеров со ссылками на карьерный сайт Uncle Grey. Данный подход, позволил компании найти нового разработчика пользовательского интерфейса в короткие сроки.

Игра Virtual Battle space, симулирующая военные действия, позволяет армии США набирать новобранцев. Рейтинг участников игры отслеживается, и лучшие игроки получают предложение от армии [4].

Французская компания Sodexo, работающая в сфере питания и сервисного обслуживания, создала платформу QueSocial. Эта платформа предназначена для рассылки новостей компании, информирования о новых вакансиях, мероприятиях, акциях. Сотрудники компании создают свои аккаунты на данной платформе, которые объединяются с их профилями в социальных сетях. Рассылки по электронной почте или смс получают все зарегистрировавшиеся на QueSocial. Сотрудники компании регистрируются на платформе QueSocial, и их аккаунт интегрируется с аккаунтами в других социальных сетях. В данном случае сотрудники становятся представителями компании. Все ссылки прослеживаются и передаются на специальную панель, к которой рекрутеры имеют доступ. Она показывает статистику активности по ссылкам; частота кликов, количество репостов и т.д. Данные могут использоваться для стимулирования или поощрения сотрудников в поддержке различных корпоративных тем, анализа их интересов. В итоге, данная платформа превращается в прекрасный инструмент: используя примитивную игровую механику в процессе работы с персоналом, сотрудники становятся активными представителями компании и ее бренда.

В российских компаниях также используют игровые моменты, так, например, Сбербанк проводит международную студенческую олимпиаду по управлению коммерческим банком «Banks Battle» («Битва Банков»). Игра имитирует работу коммерческого банка. Результаты игры позволяют выявить перспективных выпускников.

Приведенные примеры использования геймификации в отборе и найме сотрудников

позволяют привлекать персонал с учетом психологических особенностей, интересов. Использование игровых механизмов и элементов в неигровой ситуации позволяет выявить и привлечь ценных сотрудников и мотивировать работающих сотрудников.

Геймификация позволяет достичь высочайшей результативности в производительности труда без особого напряжения со стороны сотрудников. Она позволяет выявить лидеров в той или иной области за минимальное время. Качество коммуникации в команде улучшается, уровень конфликтности снижается. При эффективной работе команды повышается успешность каждого отдельного сотрудника. Руководители по результатам игры или игровой ситуации могут определить оптимальные пути развития для каждого сотрудника [5].

Текущее кадровое, в настоящее время, является основной проблемой в ГАУ «МФЦ ИО». Затрачивается много ресурсов на обучение новых сотрудников, а те, в свою очередь, уходят, не проработав и полгода. Сотрудники иркутского областного многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг должны обладать такими навыками и качествами, как стрессоустойчивость, бесконфликтность, усидчивость, внимательность, ответственность, обучаемость, умение быстро реагировать на новую ситуацию и готовность работать с большим объемом документов и информации. Сотрудники, устраивающиеся на работу в центр государственных и муниципальных услуг, относятся к поколению миллениумов, которые выросли на компьютерных играх. Применяя такой инструмент как геймификация при отборе кандидатов, мы сможем увидеть людей в действии. Отбирая нужный персонал, мы сокращаем издержки на текучесть, незакрытые вакансии и прочее. Когда мы выстраиваем четкую систему отбора персонала с применением геймификации, мы получаем высококвалифицированный персонал. ■

1. Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации // Российское предпринимательство. - 2015.
2. Управление персоналом с помощью геймификации [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.jobsmarket.ru/novosti/16128/> (Дата обращения: 05.12.2015)

3. Геймификация: три способа использования игр для найма персонала, обучения, а также... [Электронный ресурс]. URL: <http://snapsim.ru/blog/> (Дата обращения: 10.12.2015)

4. Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Электронный ресурс]. URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/> (Дата обращения: 10.12.2015)

5. Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. –ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Геймификация: три способа использования игр для найма персонала, обучения, а также... [Электронный ресурс]. URL: <http://snapsim.ru/blog/> (Дата обращения: 10.12.2015)

Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Электронный ресурс]. URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/> (Дата обращения: 10.12.2015)

Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. – ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014.

Маркеева А.В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации // Российское предпринимательство. - 2015.

Управление персоналом с помощью геймификации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jobsmarket.ru/novosti/16128/> (Дата обращения: 05.12.2015)

Gamification as a new trend in selection and recruitment of staff

© Shtonda A., 2016

In this article the author reveals the concept of «gamification» and highlights its main direction. Also, the author cites various examples of gamification use for the selection and recruitment of staff in the Russian and foreign companies and emphasizes the importance of using this instrument.

Keywords: gamification, game tools, personnel Management, efficiency, selection and recruitment of staff.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

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

Горбатенко Вероника Васильевна

преподаватель, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. К.Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: veronik24@rambler.ru

Gorbatenko, Veronika Vasilievna

teacher, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: veronik24@rambler.ru

Гулюк Николай Витальевич

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: nikolaj.gulyuk@mail.ru

Guliuk, Nikolai Vitalievich

MS 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

Данилович Владислав Юрьевич

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: dvsambist@mail.ru

Danilovich, Vladislav Iurievich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: dvsambist@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

Дынкина Екатерина Дмитриевна

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: Beverlyhilz@mail.ru

Dynkina, Ekaterina 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: Beverlyhilz@mail.ru

Зарубина Анастасия Анатольевна

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: zarubinaa94@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: zarubinaa94@gmail.com

Зими́на Анна Серге́евна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»
664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952
42-71-30
e-mail: Annka_zim@mail.ru

Zimina, Anna Sergeevna

Student, Baikal International Business School
Irkutsk State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952
42-71-30
e-mail: Annka_zim@mail.ru

Казакoв Руслан Игоревич

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: 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

Катровский Юрий Андреевич

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: yur55542150@yandex.ru

Katrovski, Iurii Andreevich

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952
42-71-30
e-mail: yur55542150@yandex.ru

Козлова Полина Дмитриевна

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: polinka6991@gmail.com

Kozlova, Polina Dmitrievna

student, Baikal International Business School Irkutsk
State University
1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952
42-71-30
e-mail: polinka6991@gmail.com

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@luguniv.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@luguniv.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

Мананкова Алена Алексеевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: alena_manankova@yahoo.com

Manankova, Alena Alexeevna

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_manankova@yahoo.com

Матвеев Антон Юрьевич

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: toxy4no@outlook.com

Matveev, Anton Yurievich

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: toxy4no@outlook.com

Матвеева Евгения Дмитриевна

преподаватель, 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

teacher, 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

Новичкова Ирина Владиславовна

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: novichkova11@mail.ru

Novichkova Irina Vladislavovna

student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: novichkova11@mail.ru

Панфилова Елена Ильинична

преподаватель английского языка, МБОУ "СОШ № 6" г.Нефтеюганска

628300, Тюменская обл., ХМАО-Югра, Нефтеюганск, мкр.8, д.26, тел. +7 3463 27 25 17

e-mail: panihelena@yandex.ru

Panfilova, Elena Ilinichna

teacher of english language, School N6 of Nefteyugansk 26, 8 m-n, Nefteyugansk, Tyumenskaya obl, Russia, 628300, phone +7 3463 27 25 17

e-mail: panihelena@yandex.ru

Туркина Марина Юрьевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: 504904@mail.ru

Turkina Marina Iurievna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: 504904@mail.ru

Фадина Юлия Игоревна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: julyana5@mail.ru

Fadina Yuliia Igorevna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: julyana5@mail.ru

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

Chekhovskaia, 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

Шадрина Виолетта Олеговна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: violetta.shadrina.94@mail.ru

Shadrina, Violetta 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: violetta.shadrina.94@mail.ru

Шгонда Анна Сергеевна

магистрант, Байкальская международная бизнес-школа

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»

664003, г. Иркутск, ул. Карла-Маркса, 1, тел. +7 3952 42-71-30

e-mail: daisy2552@mail.ru

Shtonda, Anna Sergeevna

MS student, Baikal International Business School Irkutsk State University

1, Karl Marx st., Irkutsk, Russia, 664003, phone +7 3952 42-71-30

e-mail: daisy2552@mail.ru