

УДК 331:658

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**ГОНЧАРОВ И. С.,
ассистент каф. экономики предприятия
и управления трудовыми ресурсами,
ГОУ ЛНР «Луганский национальный
аграрный университет»**

Статья посвящена выявлению основных проблем понимания понятия «трудовой потенциал предприятия», раскрыты основные проблемы формирования и использования трудового потенциала сельскохозяйственными предприятиями, намечены основные направления повышения эффективности формирования и использования трудового потенциала в сельской местности, обоснована необходимость государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий на этапе формирования трудового потенциала.

Ключевые слова: потенциал; потенциал предприятия; трудовой потенциал предприятия; кадры; управления трудовым потенциалом предприятия; управления персоналом.

Статтю присвячено виявленню основних проблем розуміння поняття «трудовий потенціал підприємства», розкрито основні проблеми формування і використання трудового потенціалу сільськогосподарськими підприємствами, намічено основні напрямки підвищення ефективності формування і використання трудового потенціалу в сільській місцевості, обґрунтована необхідність державної підтримки сільськогосподарських підприємств на етапі формування трудового потенціалу.

Ключові слова: потенціал; потенціал підприємства; трудовий потенціал підприємства; кадри; управління трудовим потенціалом підприємства; управління персоналом.

The article is devoted to the identification of the main problems of understanding the concept of «labor potential of the enterprise», disclosed the basic problems of formation and use of labor potential of the agricultural enterprises, the main directions of increase of efficiency of formation and use of labor potential in rural areas, the necessity of state support of agricultural enterprises at the stage of formation of labor potential.

Keywords: potential, the potential of the enterprise; the enterprise labor potential; human resources; management of labor potential of the enterprise; human resources.

Актуальность темы исследования. Недостаточный уровень изучения вопросов формирования и использования трудового потенциала на предприятии приводит к тому, что отечественные сельхозпроизводители, имея мощную базу, которая отражается в наличии высокоплодородной почвы, огромных площадей пригодными для выпасания животных и т. д., не могут в полной мере реализовать свои конкурентные преимущества.

Поэтому раскрытие важности данного вопроса играет первоочередную роль в обеспечении сельского хозяйства высококвалифицированными кадрами.

Состояние разработки проблемы. На сегодняшний день вопросы потенциала предприятия изучаются такими учёными, как: Гончаров В. Н., Шалевская Е. Ю., Родионова О. Ю., Бачевский Б. Е., Заблодская И. В., Блинова Т. В., Потапов А. П., Грицуленко С. И., Касьянова Н. В., Кузнецов Ю. В., Нартов П. Ю., Солоха Д. В., Плеханов А. Г., Сидельцев С. В., Степанов А. Я., Потуданская В. Ф. и др.

Цель статьи. Целью статьи является изучение основных проблем формирования и использования трудового потенциала на сельскохозяйственных предприятиях Донбасса.

Основные результаты исследования. В последние годы всё чаще и чаще на слуху такое понятие, как «потенциал предприятия», но не все в полной мере понимают его значение. По мнению Бачевского Б. Е., сложность в понимании данного определения связано с тем, что в условиях плановой экономики термин «потенциал» рассматривался преимущественно по отношению к стране в целом, к отдельным отраслям, регионам, отдельным видам ресурсов, но не по отношению к предприятию [1].

В самом общем виде понятие «потенциал» (от латинского *«potentia»* – скрытые возможности) Большой Советской Энциклопедией в широком смысле определяется как совокупность средств, запасов, источников, которые имеются в наличии и могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определённой цели осуществления плана, решения какой-либо задачи [4].

Исходя из такого определения, учёными разработано множество трактовок понятия «потенциал предприятия», проанализировав которые, можно выделить такие основные особенности потенциала предприятия:

- зависит от объёма вовлечённых и не вовлечённых в производство, но подготовленных к использованию ресурсов;
- определяется реализованными и нереализованными по разным причинам реальными возможностями предприятия, а также навыками различных категорий персонала;
- уровень и результаты его реализации определяются адекватностью организационной структуры предприятия и уровнем квалификации управленческого персонала.

В свою очередь, трудовой потенциал предприятия представляет уровень использования труда работников на предприятии с учётом их психофизиологических особенностей, квалификации, профессионализма и опыта, при наиболее благоприятных условиях труда.

Что касается понятия «управление трудовым потенциалом», то на предприятии оно приобретает форму управления персоналом. Поэтому следует вывод, что, в первую очередь, на формирование трудового потенциала оказывает влияние кадровая политика организации, её стратегические цели, нормы, правила работы с персоналом, организация производства, организация труда и т. п.

Не секрет, что в рыночных условиях хозяйствования для эффективной работы предприятий необходимо наличие работников высокой квалификации, владеющих знаниями по технологии, экономике, организации производства, способных не просто выполнять распоряжения, а самостоятельно проявлять инициативу и предприимчивость. Соответственно, формирование высокого уровня квалификации работников является одним из основных направлений развития трудового потенциала на сегодняшний день. Ведь, имея мощную сырьевую базу, сельскохозяйственные предприятия Луганской области именно из-за отсутствия достаточного обеспечения высококвалифицированными кадрами не могут реализовать свои конкурентные преимущества.

Недостаток кадров в целом, и высококвалифицированных, в частности, объясняется тем, что в настоящее время село переживает систематическое ухудшение демографической сферы: из сёл каждый год всё больше и больше молодёжи приезжает в городскую местность, а большинство выпускников сельских (да и не только сельских) школ стремятся выбрать и получить такую профессию, которая позволила бы им успешно работать и жить в городе, в крайнем случае, в посёлке городского типа, но никак не в селе. Даже некоторые их тех школьников, которые действительно поступили в сельскохозяйственные учебные заведения, в большинстве своём не намерены работать по профессии.

Так, исследование Бачевского Б. Е., Заблодской И. В., Решетняк О. О. показало, что основная масса недавних молодых специалистов – выпускников высших учебных заведений работает не по специальности [2], а подача документов на поступление одновременно в 5-6 учебных заведений свидетельствует о том, что при выборе будущей профессии абитуриенты руководствуются не желанием связать свою жизнь с каким-либо конкретным направлением деятельности, а престижностью учебного заведения, уровнем проходного бала, наличием бюджетных мест.

Сложность демографической ситуации на селе в большинстве случаев обуславливается ростом безработицы и, соответственно, снижением реальных доходов крестьян.

Кроме того, из-за высокого уровня безработицы предприятиям труд рабочих обходится очень дешево, работодатели не стремятся сохранить постоянный рабочий коллектив и тем более развивать его. В результате оборот рабочей силы в значительной части протекает как стихийный процесс, и, имея потенциал, предприятия его не реализуют, что также отчасти обусловлено недостаточностью изучения данного вопроса в науке.

С другой стороны, низкий уровень оплаты труда в сельском хозяйстве обуславливает то, что рабочие не держатся за свои рабочие места и в любой момент готовы сменить место работы. А тот факт, что среди сельскохозяйственных предприятий почти не применяется практика доплат за уровень образования (или такая доплата незначительна), обуславливает отсутствие заинтересованности работников в повышении своей квалификации.

Поскольку формирование трудового потенциала начинается за пределами предприятия, то и решение некоторых проблем его формирования и использования невозможно без государственной поддержки. Поэтому, в первую очередь, необходимо:

1) создать в сёлах условия жизни на уровне городских: трансформировать сельскую инфраструктуру в соответствии с современным уровнем развития; восстановить на селе объекты культурного значения: кинотеатры, танцплощадки, клубы и т. п., чтобы людям было где отдохнуть после тяжёлой рабочей недели, а молодёжи – чем занять свой досуг;

2) сделать сельский труд престижным: повысить уровень жизни путём формирования зарплат на уровне городских; предоставлять льготы сельским жителям (работникам сельского хозяйства) в приобретении жилья, автомобилей и т. п.; пропагандировать в СМИ и среди школьников престижность сельской работы; знакомить городских жителей и молодёжь с «новым селом», например, путём развития сельского туризма;

3) привлекать молодёжь к получению сельскохозяйственных профессий путём увеличения количества бюджетных мест, а после окончания ВУЗов предлагать молодым специалистам работу в селе с хорошей заработной платой и предоставлением жилья;

4) поддержать существующих сельхозпроизводителей;

5) создавать благоприятные условия и всячески мотивировать создание новых предприятий;

6) способствовать созданию на селе не только предприятий сельскохозяйственного назначения, но и предприятий других сфер АПК.

Для эффективного формирования трудового потенциала со стороны аграрных предприятий Луганской области можно предложить ряд таких мероприятий:

1. Наладить тесное сотрудничество с учебными заведениями, обеспечивающими обучение, подготовку, переподготовку и повышение квалификации работников сельского хозяйства; а также тесно работать с молодёжью того региона, где расположено само предприятие:

- проводить пропаганду престижности сельскохозяйственного труда;
- организовывать массовые мероприятия (например, день сельскохозяйственного работника, праздник окончания уборки урожая и т. п.), что, с одной стороны, повысит морально-психологический климат в коллективе, а с другой – предоставит школьникам возможность ознакомиться с разными сторонами трудовой деятельности сельскохозяйственных работников;

- организовывать ознакомление школьников с производством, всячески агитируя выпускников-школьников остаться в своём населённом пункте и работать на данном предприятии, которое, в свою очередь, может предоставить им возможность получить сельскохозяйственную профессию бесплатно.

2. Максимально использовать возможность госзаказа в сфере обучения.

3. Предоставить молодым специалистам дополнительные гарантии в виде бесплатного жилья и возможности продвижения по карьерной лестнице.

4. Для того чтобы мотивировать существующих работников в сохранении своего рабочего места и повышении квалификации, использовать такие системы оплаты труда и его мотивации, которые учитывали бы уровень образования и стаж работы на данном предприятии.

5. Изменить политику найма рабочей силы путём снижения количества сезонных работников и увеличения постоянных через диверсификацию производства (за счёт развития животноводства), либо путём обеспечения сезонным работникам оформления в службе занятости осенью и такого же массового приёма тех же работников на работу весной. Кроме того, через тесное сотрудничество со службой занятости обеспечить возможность повышения квалификации своим сезонным работникам в зимний период с будущей перспективой перехода из разряда сезонных работников в разряд постоянных.

6. Развивать систему наставничества и стажировок. При этом обязательным условием является поощрение работников-наставников в виде надбавок к окладу за наставничество или других форм мотивации: предоставление отгулов, награждение грамотами, именными подарками и т. п.

Выводы. Таким образом, недостаток изучения вопросов формирования и использования трудового потенциала сельскохозяйственных предприятий приводит к отсутствию у предпринимателей информации в данной области, что порождает массу проблем, обуславливающих низкую эффективность использования трудового потенциала сельских территорий и, как следствие, снижение эффективности деятельности предприятий в целом.

Список использованных источников

1. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2009 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/-1584072014720/-ekonomika/potentsial_i_rozvitok_pidpriyemstva

2. Бачевський Б. Є. Управління потенціалом підприємства: навч. посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2014. – 412с.

3. Блинова Т. В., Потапов А. П. Трудовой потенциал модернизации российского села [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/trudovoy-potentsial-modernizatsii-rossiyskogo-sela>

4. Большая Советская Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bse.slovaronline.com>

5. Бондаренко Л. Проблемы развития сельских территорий [Электронный ресурс]. – Режим доступа к изд.: <http://www.vniiesh.ru/publications/Stat/9529.html>

6. Бурмистрова А. А., Родионова Н. К., Кондрашова И. С. Социально-экономические проблемы развития сельских территорий и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskie-problemy-razvitiya-selskih-territoriy-i-puti-ih-resheniya>

7. Грицуленко С. І. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посіб. [для студ. напр. підгот. 6.030504 «Економіка підприємства» денної та заочної форм навч.] / С. І. Грицуленко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://metod.onat.edu.ua/metod/download/943/ua>

8. Иванова Н. Экономика и социология труда. Шпаргалка. / Н. Иванова, Е. Жулина [Электронный ресурс]. – Режим доступа к изд.: <http://www.e-reading.club/book.php?book=88407>

9. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-е вид. / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studbooks.net/54076/ekonomika-potentsial-predpriyatiya>

10. Кузнецов Ю. В. Потенциал предприятия и его структура. [Текст] / Ю. В. Кузнецов, П. Ю. Нартов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik-samgtu.ru/uploads/-series/1/16/108/2012-2-6-0028.pdf>

11. Межонова Н. Социально-экономические проблемы развития сельских территорий Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ictsd.org/bridgesnews/мосты/-news/социально-экономические-проблемы-развития-сельских-территорий-украины>

12. Модернизация механизма устойчивого развития сельских территорий / Е. Г. Коваленко, Т. М. Полушкина, О. Ю. Якимова, Е. В. Автайкина, О. О. Зайцева, К. С. Седов. Монография [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/-monographs/247>

13. Непомнящий Е. Г. Планирование на предприятии. Конспект лекций. – Таганрог: ТИУиЭ, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/-books/m235/>

14. Онлайн словарь «Академик» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.-academic.ru>

15. Плеханов А. Г. Формирование и управление трудовым потенциалом предприятия [Текст] // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2009. – № 5 (55) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vestnik-sseu.ru/view_pdf.php?pdf=2404

16. Сидельцев С. В. Методологические подходы к оценке трудового потенциала персонала предприятия [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). – СПб.: Реноме, 2013. – С. 90-92.

17. Степанов А. Я. Категория «потенциал» в экономике / А. Я. Степанов, Н. В. Иванова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/-article/a66.htm>

18. Трунин С. Н. Экономика труда. Учебник. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studlib.com/-content/category/8/29/35/>

19. Экономика фирмы. Потенциал предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/potencial-predpriyatiya.html>

20. Потуданская В. Ф. Оценка трудового потенциала персонала предприятия [Текст] // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – № 4 (17). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.volbi.ru/upload/-numbers/417/article-417-239.pdf>

УДК 338.1

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО И КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИЙ

ДОЛГИХ В. В.,
ст. препод. каф. «Финансы и
кредит», ГОУ ВПО ЛНР «Луганский
национальный университет имени
Владимира Даля»

Статья раскрывает практические аспекты прогнозирования возможностей технологического обновления предприятия на основе инноваций. Отмечено, что прогнозирование возможностей технологического обновления предприятия должно базироваться на оценке состояния внутренней и внешней среды инновационной деятельности предприятия. Информационное и коммуникационное прогнозирование перспектив технологического обновления предприятия, с учётом общих тенденций инновационного развития, должно осуществляться на всех этапах ведения инновационной деятельности, в частности, при проведении исследования соответствующих документов относительно хозяйственной деятельности предприятия; при разработке решений для устранения выявленных проблем.

***Ключевые слова:** информационное и коммуникационное прогнозирование; перспективы; инновация; предприятия машиностроительного комплекса.*

Стаття розкриває практичні аспекти прогнозування можливостей технологічного оновлення підприємства на основі інновацій. Відмічено, що прогнозування можливостей технологічного оновлення підприємства повинно базуватися на оцінці стану внутрішнього і зовнішнього середовища інноваційної діяльності підприємства. Інформаційне та комунікаційне прогнозування перспектив технологічного оновлення підприємства, з урахуванням загальних тенденцій інноваційного розвитку, повинно здійснюватися на усіх етапах ведення інноваційної діяльності, зокрема, при проведенні досліджень відповідних документів відносно господарської діяльності підприємства, при розробці рішень для усунення виявлених проблем.

***Ключові слова:** інформаційне та комунікаційне прогнозування; перспективи; інновація; підприємства машинобудівельного комплексу.*

In the article the practical aspects of the forecasting capabilities of technological renovation of the enterprise on the basis of innovation are propose. It is forecasting capabilities of technological renovation of the enterprise should be based on an assessment of the state of internal and external environment of innovative activity of the enterprise. Information and communication technology forecasting prospects for the renovation of the enterprise, taking into account the general trends of innovative development should be carried out at all stages of conducting innovative activities, in particular for the study of relevant documents concerning the economic activity of the enterprise; the development of solutions to the problems identified.

***Keywords:** information and communication prediction; prospects; innovation; enterprise machine-building complex.*

Актуальность исследования. При внедрении информационно-коммуникационного обеспечения неизбежно возникают разногласия между информационно-коммуникационным обеспечением и бизнес-подразделениями, и это довольно существенная проблема. Внедрение комплексных информационных и коммуникационных систем на машиностроительных предприятиях так же, как и инноваций в производстве,

как правило, связано с оптимизацией бизнес-процессов и организационной структуры предприятия, а это, безусловно, довольно сложный процесс.

Прогнозирование перспектив технологического обновления внутренней среды – важнейший сегмент в системе управления информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), на основе его результатов осуществляется вся последующая деятельность с определением путей развития ИКТ на предприятии, планов внедрения ИКТ и совершенствование системы управления ИКТ в компании, что и определяет актуальность выбранной темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди иностранных специалистов, которые внесли существенный вклад в исследование указанного научного направления, могут быть названы: Апплегейт Л. И., Боткин О. И., Вейл А. П., Голдратт Е. М., Дедов О. А. Зиндер Е. З., Кенней Д. Л., Кравченко Т. К., Лаудон К. С. Среди отечественных авторов следует выделить таких, как Н. Войтюшенко, Ф. Воронский, А. Гальченко, Н. Гарнхем, А. Гринберг, В. Гужва, С. Данилин, Н. Ерёмкина, С. Ильяшенко. Однако недостаточная разработанность выбранного направления исследований побуждает к совершенствованию информационно-коммуникационного обеспечения инновационной деятельности на предприятиях сферы машиностроения.

Целью статьи является формирование практических аспектов по информационному и коммуникационному прогнозированию перспектив технологического обновления предприятия в сфере машиностроения.

Изложение основного материала исследования. Определяя «узкие места» в производственных и операционных цепях, сдерживающих эффективность всей компании относительно её стратегической цели – системных ограничений, которые необходимо устранить в первую очередь, необходимо использовать современные ИКТ. Для лучшего понимания процессов управления ИКТ будет полезно их структурировать, построив карты информационного и коммуникационного прогнозирования перспектив технологического обновления предприятия с учётом общих тенденций инновационного развития. Карта представляет собой таблицу, в которой выделены и описаны параметры, характеризующие данный процесс.

Руководителем процесса прогнозирования перспектив по обновлению внутренней среды на предприятии должен стать человек из окружения генерального директора компании, приоритетно один из его заместителей, поскольку ему досконально известны производственные и управленческие процессы компании, их «слабые» места. К тому же такой человек пользуется доверием генерального директора и имеет авторитет и власть среди менеджеров среднего звена (начальников отделов, начальников цехов и т. д.), что, безусловно, поспособствует в процессе управления и облегчит налаживание контактов с персоналом.

К данному процессу должны быть привлечены также все работники, которые осознают значение современных технологий для развития бизнеса фирмы, – ИКТ-сторонники. Это обеспечивается открытостью информации о деятельности Комитета по ИКТ, и каждый желающий в любое время может подать свои предложения в Комитет в установленной форме. Для большей наглядности представим процесс управления диагностикой внутренней среды в схематическом виде (рис. 1).

Прогнозирование перспектив обновления внутренней среды стоит начинать с описания основных бизнес-процессов компании путём построения карты бизнес-процессов [2]. Карты позволяют выделить процессы, которые определяют текущую производительность предприятия, то есть системные ограничения. Как правило, данный этап анализа не требует специальных методов исследования, поскольку такие «слабые» сферы деятельности компании, как сбыт, качество продукции, производственные

мощности и тому подобное, достаточно легко идентифицировать, и, как правило, их количество незначительно (1-2).

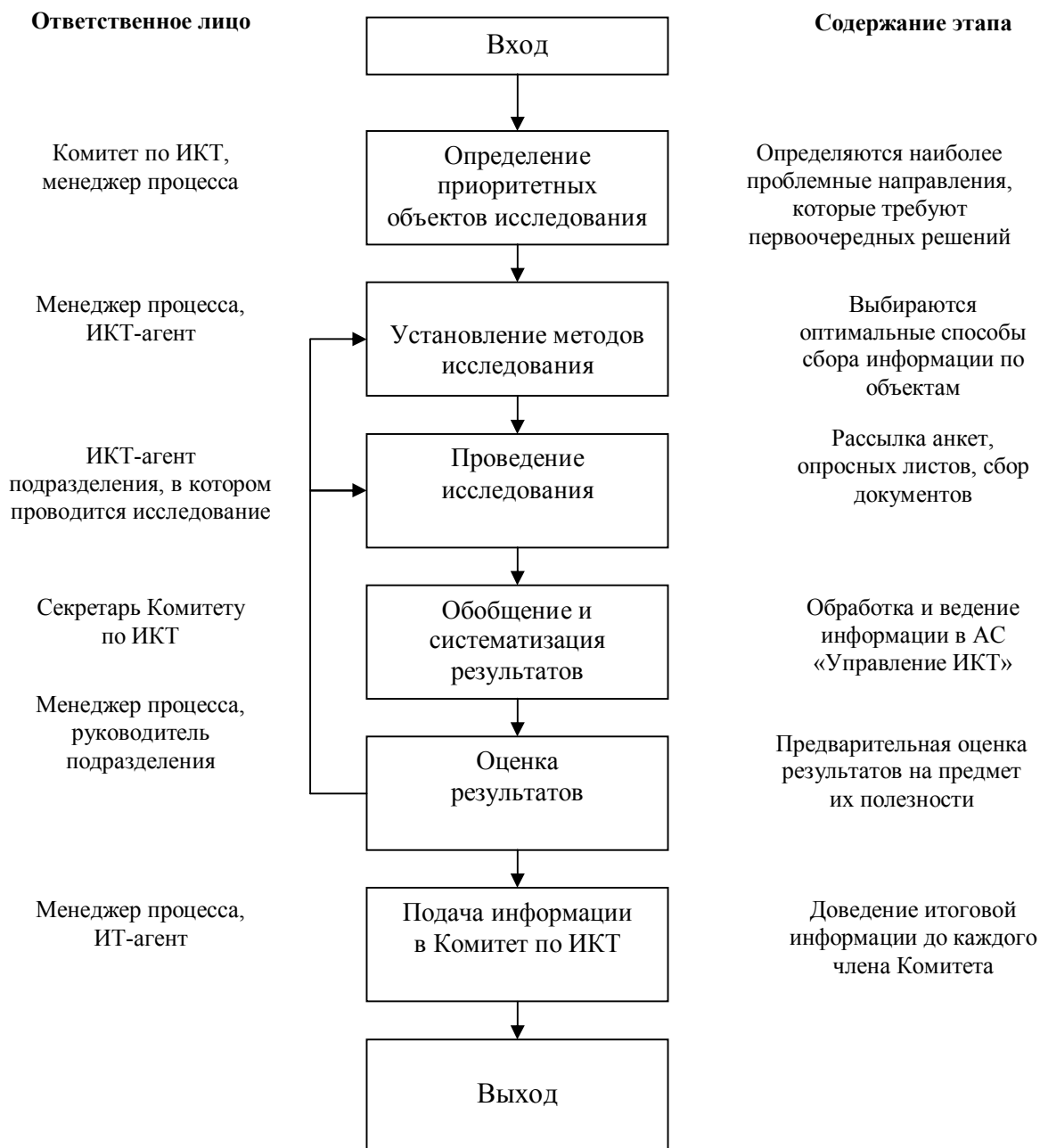


Рис. 1. Структура прогнозирования перспектив обновления внутренней среды предприятия в сфере машиностроения (Источник: разработано автором)

Выявленный процесс – ограничения, детализируется через построение блок-схемы процесса, при этом выделяются следующие категории этапов процесса [1]:

- этапы, которые непосредственно создают ценность. В производственном процессе, например, это действия, которые фактически превращают предмет труда, приближая его к конечному продукту;

- этапы, которые сами по себе не создают никакой ценности, но необходимы на данном этапе развития системы. В производственном процессе это могут быть такие действия, как проверка, транспортировка, оформление документов и тому подобное;

- этапы, которые фактически не создают никакой ценности и не являются обязательным, но являются вспомогательным элементом и могут быть немедленно устранены. Примером может служить многократное введение одной и той же информации в информационной системе, ведение лишней документации и тому подобное.

При проведении анализа процесса-ограничения целесообразно применять следующие методы исследования: анкетирование; сбор документов; интервьюирование [4]. Анкетирование позволяет сложить общее представление об имеющихся проблемах на всех организационных уровнях предприятия, которое даёт возможность спланировать дальнейшее направление работ по диагностике, детального описания и анализа проблемы.

Эти листы рассылаются (преимущественно в электронном виде) следующим работникам: руководителям компании, руководителям структурных подразделений. Руководители структурных подразделений сообщают своим сотрудникам о наличии листов и предлагают всем желающим участвовать (добровольно) в анкетировании. Анкету желательно ограничить 20-25 вопросами, в противном случае исследования не принесут желательного результата и будут напрасными. Иногда встречаются анкеты размером в несколько десятков страниц, которые содержат несколько сотен тщательным образом продуманных вопросов, но, скорее всего, не найдётся ни одного человека, который добровольно (то есть со знанием дела) ответит на них.

Вопрос в анкетном листе необходимо выстроить по следующим направлениям:

- идентификация (ФИО, должность, структурное подразделение и т. п.);
- выявление недовольства респондента существующим состоянием дел в его подразделении, на конкретном участке и в компании в целом и степени этого недовольства;
- раскрытие причин, которые вызывают недовольство;
- идентификация решений, нацеленных на устранение причин, которые вызывают недовольство, предложения по совершенствованию объектов исследования [3].

Сбор документов должен осуществляться на всех этапах проведения обследования; соответствующие документы могут быть использованы при разработке решений для устранения выявленных проблем, в т. ч. с помощью усовершенствования документооборота, устранения лишних документов и операций в технологической цепи исследуемого процесса [8].

Интервьюирование – важнейший и необходимый метод исследования, только с его помощью можно разобраться во всех тонкостях исследуемых процессов [9]. Современное промышленное предприятие – сложное организационное образование, и как оно функционирует, не знает досконально ни один работник предприятия. Естественно, руководство представляет обстановку в целом, а функциональный работник детально знает своё направление, но абсолютно полного представления не имеет никто. Интервьюирование стоит проводить после оценки результатов опросных листов. То есть после того, как выявлены перспективные кадры, с которыми стоит поговорить, чтобы досконально изучить проблему и получить все лучшие идеи и предложения.

С другой стороны, интервьюирование является и наиболее сложным заданием: необходимо найти контакт с сотрудником и построить разговор в доверительном и результативном ключе. Для этого интервью должен проводить человек, который пользуется доверием респондента, например, ИКТ-агент подразделения, в котором проводится исследование.

После сбора информации (данных) она обобщается и систематизируется секретарём Комитета в программном комплексе «Автоматизация управления ИКТ» по следующим направлениям:

- проблемные зоны бизнес-процессов, которые вызывают неудовлетворение в коллективе и требуют, по мнению заинтересованных лиц, немедленного разрешения;
- операции (процессы), которые не вызывают сильного неудовлетворения в коллективе, но которые можно улучшить средствами ИКТ – перспективные предложения;
- предложения по совершенствованию системы управления в компании (в т. ч. ИКТ);
- персональные данные и характеристики работников исследуемых структурных единиц, которые представляют интерес для компании в сфере развития ИКТ (ИКТ-сторонники).

Систематизированная информация проходит предыдущую экспертизу менеджером процесса и руководителем заинтересованного подразделения (возможно, привлечь и ИКТ-агента данного подразделения) на предмет достаточности глубины и качества исследования. После этого или назначаются дополнительные диагностические мероприятия, или информация в готовом виде доносится до всех членов ИКТ-комитета с помощью программы «Автоматизация управления ИКТ» для дальнейшей работы.

Параллельно с процессом прогнозирования перспектив обновления внутренней среды, которая даёт ответ на вопрос «что нужно совершенствовать?», необходимо осуществлять процесс прогнозирования внешней ИКТ-среды, то есть искать ответ на вопрос: «Какими средствами можно улучшить?». Суть процесса прогнозирования внешней ИКТ-среды укладывается в системном анализе ИКТ-рынка: программного обеспечения, технических средств, компаний в этой сфере, персонала и тому подобное. Безусловно, в данный процесс будут привлечены также все работники, которые осознают значение современных технологий для развития бизнеса фирмы – ИКТ-сторонники, что обеспечивает открытость информации о деятельности Комитета по ИКТ – каждый желающий в любое время может подать свои предложения в Комитет в установленной форме [7]. Возглавить данный процесс в компании сферы машиностроения, по мнению автора, должен человек наиболее близкий к информационным технологиям, профессионал в этой сфере – руководитель ИКТ-службы.

Структура процесса управления исследованием внешней ИКТ-среды приведена на рис. 2.

При проведении исследования рекомендуется придерживаться следующего сценария в применяемых методах получения информации:

- предыдущий сбор информации об объектах поиска из рекламы и тому подобное;
- поиск дополнительной информации в СМИ, Интернете, конференциях в результате общения с партнёрами и тому подобное;
- непосредственный контакт с поставщиком ИКТ-продукта с целью получения первичной информации (конкретных параметров, тестовой версии);
- знакомство с тестовой версией продукта, его апробирование.

Оценку значимости тех или других информационно-коммуникационных технологий для повышения эффективности конкретного предприятия целесообразно проводить с помощью метода оценки значимости ИКТ. После сбора на обследуемом объекте информации она обобщается и систематизируется секретарём Комитета в программном комплексе «Автоматизация управления ИКТ» в следующих направлениях:

- наилучшие в своём классе технологии, актуальные для внедрения в данный момент;
- перспективные технологии, которые интересны для компании в ближайшем будущем;
- интегрированность технологий в существующую информационную систему предприятия;

- характеристика и реквизиты компаний, которые работают на рынке ИКТ (поставщики оборудования, программного обеспечения, компании-интеграторы, ИКТ-консультанты и так далее) и услуги, предлагаемые на лучших условиях;
- характеристика и оценка разных вариантов собственности ИКТ-продуктами и ИКТ-сервисами покупка, аутсорсинг, собственная разработка и т. д.

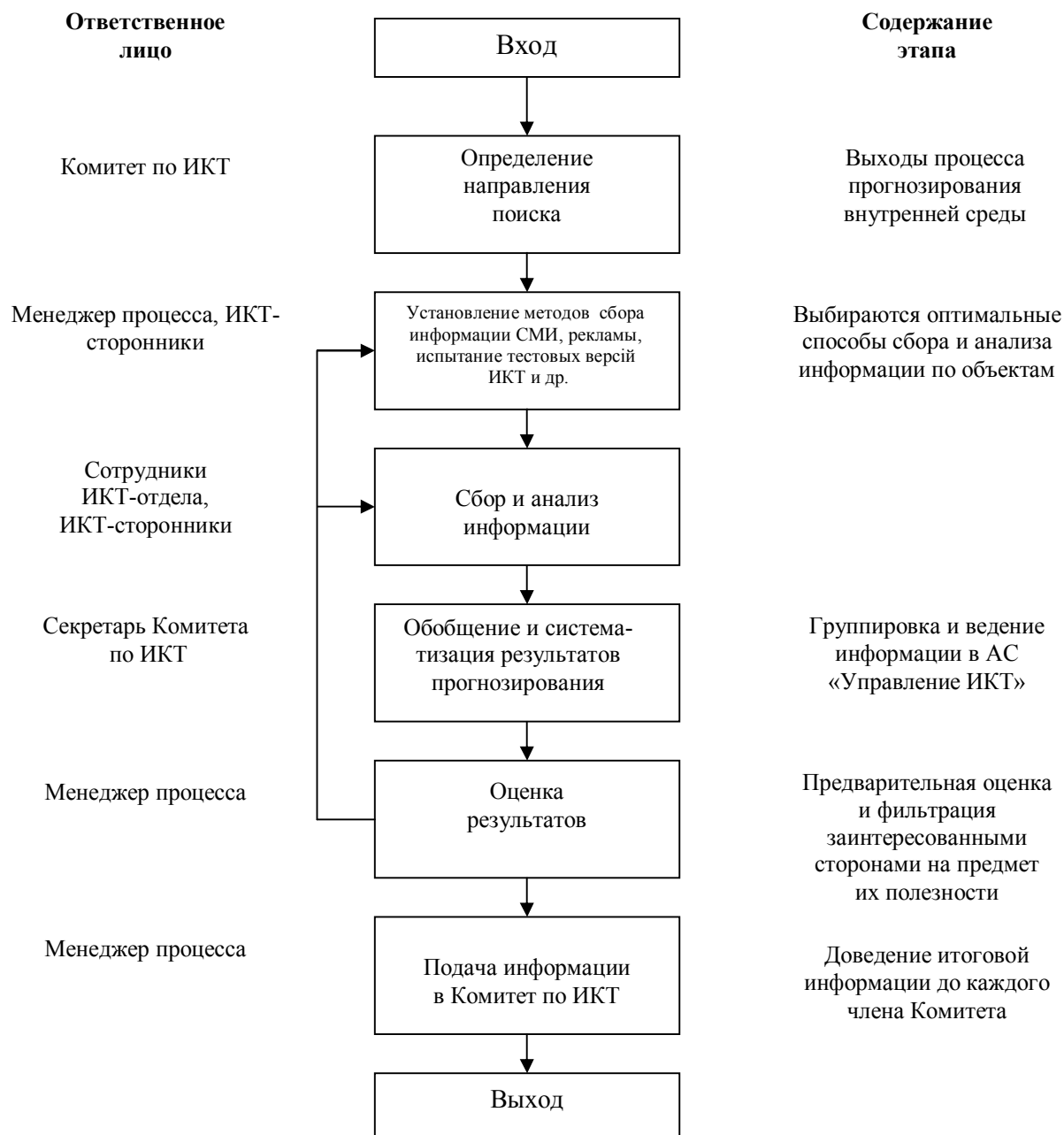


Рис. 2. Структура процесса прогнозирования внешней ИКТ-среды предприятия в сфере машиностроения (Источник: разработан автором)

Систематизированная информация проходит предыдущую экспертизу менеджером процесса и вместе с сотрудниками ИКТ-подразделения (возможно стоит привлекать и ИКТ-агентов экономической службы), в ходе которой отсеиваются некоторые предложения и оцениваются полученные результаты с точки зрения соответствия поставленным заданиям.

В случае неудовлетворительного выхода процесса процедура мониторинга запускается снова – или с этапа установления методов исследования, или этапа сбора информации.

В структуре процесса прогнозирования внешней и внутренней ИКТ-среды в части развития инноваций, по нашему мнению, характеризуется следующими важными факторами:

- прирост объемов прибыли предприятия;
- прирост объема реализации инновационной продукции;
- внедрение новых технологических процессов;
- внедрение производства инновационных видов продукции;
- рост доли инновационной продукции в общем объеме реализованной продукции;
- прирост расходов на исследования, разработку и внедрение инновационной продукции;
- сокращение сопутствующих затрат на разработку и внедрение инновационной продукции.

Закономерно, что показатели-стимуляторы в данном случае определяются необходимостью максимизации своих значений, а показатели-дестимуляторы – наоборот.

Окончательная информация в компактном виде доносится до всех членов ИКТ-комитета с помощью программного обеспечения «Автоматизация управления ИКТ» для использования её в работе комитета.

Выводы. В результате двух процессов управления ИКТ, описанных выше, формируется, с одной стороны, информация о заданиях, которые стоят перед компанией в области информатизации и автоматизации, а с другой стороны – об имеющихся ИКТ-решениях заданий. Также в результате процесса мониторинга внешней среды оказываются передовые технологии (имеются на рынке или в разработке), способные улучшить функционирование компании, причём такие, на которые ещё не сформировался спрос посредством процесса диагностики внутренней среды.

Таким образом, информационное и коммуникационное прогнозирование перспектив технологического обновления предприятия, с учётом общих тенденций инновационного развития, должно осуществляться на всех этапах ведения инновационной деятельности, в частности, при проведении исследования соответствующих документов относительно хозяйствующей деятельности предприятия; при разработке решений для устранения выявленных проблем, в т. ч. с помощью усовершенствования документооборота и устранения лишних документов и операций в технологической цепи исследуемого процесса.

Список использованных источников

1. Афонин, И. В. Инновационный менеджмент [Текст]: учебное пособие / И. В. Афонин. – М.: Гардарики – 2015. – 224 с.
2. Архипова, З. В. Информационные технологии в экономике [Текст] / З. В. Архипова, В. А. Пархомов [учебное пособие]. – Иркутск: Изд-во БГУЭП. – 2013. – 184 с.
3. Гринберг, А. С. Информационный менеджмент [Текст] / А. С. Гринберг, И. А. Король. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 415 с.
4. Инновационный менеджмент: [Текст] Справоч.пособие / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. 2 е изд., перераб. и доп. – М.: ЦИСН, 2008. – 567с.
5. Информационные технологии управления: учебное пособие для вузов [Текст] / Под ред. Г. А. Титоренко. – 2-е изд., доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 439 с.
6. Інформаційні системи і технології в економіці [Текст] / Під ред. В. С. Пономаренка. – К. : Академія, 2002. – 542 с.

7. Костров, А. В. Основы информационного менеджмента: учебное пособие [Текст] / А. В. Костров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 336 с.
8. Некрасов, В. И. Формирование территориальных информационных комплексов управления [Текст] / В. И. Некрасов // Школа управления. Профессионализм-компетентность-сотрудничество. – Ижевск, 1995. – Вып. 2. – С. 4-9.
9. Levin T. Marketing Myopia//Harvard Business Review. 1960. July – August. Vol. 38, no. 4. P. 45-56.
10. Molloy S. and Schwenk C.R., «The Effects of Information Technology on Strategic Decision Making», Journal of Management Studies 32, no. 3, May 2005.
11. Richard Moore, Ph.D. and Lisa Scheinkopf, «Theory of Constraints and Lean Manufacturing: Friends or Foes?», Chesapeake Consulting, Inc., 2013

УДК 336.14:339.166:339.138

АНАЛИЗ ЗАКОНОВ СТРАН СНГ С ЦЕЛЬЮ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ ДНР В МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЕ

КОЗЛОВ В. С.,
канд. экон. наук, доц. кафедры
менеджмента непроизводственной
сферы, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной
службы при Главе Донецкой
Народной Республики»

В статье проанализированы маркетинговые законодательства стран СНГ. Выделены эффективные законы, акты в сфере маркетинговой деятельности, которые возможно применить для усовершенствования маркетингового законодательства ДНР.

Ключевые слова: закон; законодательство; законодательный акт; маркетинговая деятельность; повышение конкурентоспособности.

У статті проаналізовано маркетингові законодавства стран СНД. Виділено ефективні закони, акти у сфері маркетингової діяльності, які можливо застосовувати для удосконалення маркетингового законодавства ДНР.

Ключові слова: закон; законодавство; законодавчий акт; маркетингова діяльність; підвищення конкурентоспроможності.

The article considers marketing the legislation of the Russian Federation and Ukraine, comparative characteristics of the legislation of these countries. Also highlighted the basic laws acts in the field of marketing activities that can be used for marketing legislation the DPR, thereby improving it.

Keywords: law; laws; legislation; marketing activities; competitiveness.

Постановка проблемы в общем виде. Рассматривая маркетинговый комплекс через призму правового регулирования, следует опираться на законодательство, которое регламентирует составляющие его элементы. Необходимо постоянное пополнение и обновление знаний по вопросам правового регулирования средств индивидуализации и средств безопасности товара, методов государственного управления качеством товаров; знаний правового аспекта организации и оформления доставки товара, поскольку каждый канал товарораспределения оформляется самостоятельным хозяйственно-правовым

договором; знаний правового регулирования торговли, ценообразования, рекламы правовых средств защиты деловой репутации участников маркетинговой деятельности.

Большинство вопросов маркетинга плотно пересекаются с правовыми нормами, тем самым создавая необходимость постоянного анализа и адаптации правовых норм стран СНГ в сфере маркетинга и менеджмента. Знание правового регулирования этой сферы общественных отношений приведёт к повышению эффективности использования хозяйствующими субъектами маркетинговых исследований и мероприятий. Отсутствие правильной правовой оценки большинства ситуаций, возникающих в маркетинговой деятельности, может стать причиной лишних затрат и серьёзных ошибок в деятельности хозяйствующего субъекта.

Маркетинговое законодательство Донецкой Народной Республики на сегодняшний день находится в стадии разработки. Нерешённым остаётся достаточно большое количество вопросов. Данный анализ позволит проследить, какие мероприятия следует использовать и применять правительству ДНР для поддержания эффективной маркетинговой деятельности.

Анализ последних исследований. Исследованием маркетингового законодательства Российской Федерации занимается масса российских учёных, в том числе Алексеев С. В. [1]. В своих трудах учёный поднимает вопрос о развитии маркетинга как важнейшей сферы современной экономики, требует его всестороннего и эффективного правового регулирования. Право регулирует взаимодействие участников маркетинговой деятельности с другими субъектами рыночных отношений. Использование соответствующей правовой базы даёт возможность юридически корректно строить отношения с потребителями, предельно удовлетворять их запросы и реализовывать их экономические интересы; проводить маркетинговые исследования, не выходя за рамки закона, в частности, не нарушая режим охраны банковской, коммерческой и государственной тайны; осуществлять исследование намерений покупателей, не нарушая их прав и законных интересов; предупреждать нарушения антимонопольного законодательства [1].

Актуальность. Актуальность данной темы заключается в том, что развитие региона и Республики в целом зависит от сформированной законодательной базы, применительной к любой сфере деятельности.

С увеличением количества предприятий на рынке появляется высокая конкуренция, что способствует совершенствованию менеджмента и развитию маркетинга. Для удержания сильной конкурентной позиции предприятия на рынке ему необходимо проводить эффективную маркетинговую политику. Не учитывая законы, акты, которые дают разрешение либо запрет на определённые действия, предприятие может иметь негативные последствия. Во избежание данной ситуации необходимо исследовать и изучать законодательную базу.

Для Донецкой Народной Республики вопрос законодательной базы в маркетинге и менеджменте остаётся открытым, так как Республика находится в процессе формирования и маркетинговое законодательство подлежит усовершенствованию.

Цель статьи. Целью данной статьи является анализ законов и стандартов законодательств стран СНГ в сфере маркетинга.

Изложение основного материала. В Украине создана нормативно-правовая база, регламентирующая маркетинговую деятельность украинских предпринимателей. На обеспечение нормальных условий для развития конкуренции направлены соответствующие Законы Украины: «Об Антимонопольном комитете Украины» [2], «О защите от недобросовестной конкуренции» [3]. Для правового обеспечения разработки, производства и продажи высококачественных товаров принят Декрет Кабинета Министров Украины «О стандартизации и сертификации».

Большое значение для успешного решения проблемы качества товаров и услуг имеет Указ Президента Украины «О мерах по повышению качества отечественной продукции». Для защиты прав производителей марочных товаров с целью невозможности их подделки принят Закон Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг». Большой вес в регламентации рекламной деятельности принадлежит Закону Украины «О рекламе». Государственное регулирование маркетинговой деятельности имеет ещё одно важное направление – защита прав потребителей. Закон Украины «О защите прав потребителей» предусматривает различные штрафные санкции [4].

Главным источником правового регулирования маркетинговой деятельности в Российской Федерации является Гражданский кодекс РФ, имеющий статус федерального закона, иногда именуемый «экономической конституцией». Он содержит множество норм, регулирующих элементы маркетингового комплекса в зависимости от области рынка, вида товара, типов потребителей, сферы предпринимательства [5].

Помимо Гражданского кодекса РФ, «правила игры» создают и другие федеральные законы.

Их можно типологизировать в зависимости от сферы действия на следующие группы:

- отношения субъектов маркетинговой деятельности с потребителями регулируются нормами Закона РФ «О защите прав потребителей» (в редакции от 9 января 1996 г.) и др.;

- вопросы сбыта – Федеральным законом от 13 декабря 1994 г. № 60ФЗ «О поставках продукции для федеральных государственных нужд», Федеральным законом от 29 октября 1998 г. № 164ФЗ «О лизинге» и др.;

- отношения, возникающие в сфере маркетинговой товарной политики, – Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184ФЗ «О техническом регулировании», Законом РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» и др.;

- ценообразование – Федеральным законом от 14 апреля 1995 г. № 41ФЗ «О государственном регулировании тарифов на электрическую и тепловую энергию в Российской Федерации» и др.;

- конкурентные отношения в сфере маркетинга – Законом РСФСР от 22 марта 1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральным законом от 23 июня 1999 г. «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», Законом РФ от 17 августа 1995 г. «О естественных монополиях»;

- продвижение продукции регулируется в основном Законом РФ от 18 июля 1995 г. «О рекламе» и многие другие [6].

Поскольку Россия по своему государственному устройству является федерацией, то помимо актов федерального уровня, в систему источников, регулирующих маркетинг, входят и акты субъектов Российской Федерации. Их иерархия по юридической силе в основном идентична федеральной.

Кроме нормативных актов, к источникам, регулирующим маркетинг, следует отнести обычаи делового оборота, применяемые исключительно в сфере предпринимательских отношений. Согласно ст. 5 ГК РФ, «обычаем делового оборота признаётся сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе». Не подлежат применению лишь такие обычаи, которые противоречат обязательным для участников маркетинговой деятельности положениям законодательства или договору [5].

Наряду с внутренними законами и иными нормативно-правовыми актами источниками регулирования маркетинговых отношений служат общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации. Они содержатся в Уставе ООН, декларациях и резолюциях Генеральной Ассамблеи ООН, документах других международных организаций по наиболее общим вопросам международного правопорядка, многосторонних договорах (конвенциях), решениях Международного суда. Российское законодательство восприняло многие положения международного права и международных договоров. Нормы этих актов обычно применяются к маркетинговым отношениям с участием иностранных физических и юридических лиц, определяют их правовой статус, права иностранцев на имущество, находящееся на территории России, порядок совершения внешнеэкономических сделок, порядок применения правовых последствий причинения вреда иностранцам и иностранцами на территории России и многое другое [6]. Формирование маркетингового права базируется, прежде всего, на экономико-управленческих условиях. Его необходимость определяется тем, что маркетинговая деятельность в Российской Федерации осуществляется уже несколько лет.

Потребность в развитии и использовании на практике маркетингового права стала особенно остро ощущаться в последнее время в связи с обострением конкурентной борьбы. Соотнесение принимаемых в этой сфере решений с законодательными нормами повышает их обоснованность для производственной, научно-производственной, финансовой и сбытовой деятельности. Это рационализирует процесс товародвижения, ценообразования, маркетинговых коммуникаций, разработки товарного ассортимента, совершенствует практику анализа и прогнозирования рыночной ситуации в процессе внутрифирменного планирования. Совершенствование государственного регулирования маркетинга необходимо для установления торговых связей с экономически развитыми странами. Одним из основных условий успешного становления отечественного маркетингового права является системное изучение всего арсенала юридических средств, применяемых в зарубежных странах, с тем, чтобы учитывать и использовать их в законотворчестве (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная анализ маркетингового законодательства РФ и Международного кодекса маркетинговой практики [7]

Законодательство РФ	Международный кодекс маркетинговой практики
<i>Применение. Сфера деятельности, её пределы</i>	
<p>РПК направлен на формирование цивилизованного рынка рекламы, развитие здоровой конкуренции, появление на рынке добросовестной рекламы. Данный кодекс не противоречит Российскому законодательству о рекламе. РПК включает в себя систему понятий, рекомендаций и процедур, принимаемым Рекламным Советом России в целях упорядочения и эффективного развития рекламной деятельности в России посредством добровольного соблюдения его норм субъектами рекламной деятельности.</p> <p>Кодекс формируется на базе Международного Кодекса рекламной деятельности Международной торговой палаты (МТП) и дополняет его этическими нормами и положениями, учитывающими особенности рынка рекламы и культурно-исторические традиции РФ, из ранее действовавшего</p>	<p>Данный кодекс свидетельствует, что промышленность и торговля, включая все стороны, имеющие отношение к рекламной деятельности, признают свою ответственность перед потребителем, а также необходимость установления справедливого баланса между интересами потребителей и коммерческих организаций. В данном варианте кодекса сочетается предыдущий опыт с сегодняшним осознанием важности рекламы как средства передачи информации и её обменом с продавцами и потребителями. В этом плане МТП рассматривает свободу обмена информацией (ст.19 Международного соглашения ООН по гражданским и политическим правам) в качестве основополагающего принципа. Данный кодекс, в первую очередь, является средством самодисциплины, во-вторых, его также могут использовать и</p>

<i>Законодательство РФ</i>	<i>Международный кодекс маркетинговой практики</i>
<p>«Свода обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации».</p> <p>Рекламный Совет РФ предусматривает возможность корректировки Кодекса по мере выработки тех или иных правил и обычаев в сфере рекламной деятельности, определяемых динамикой рыночных и культурных преобразований в России.</p> <p>Формирование Кодекса предполагает также создание системы профессиональных понятий, единой терминологии, признаваемой и используемой на рекламном рынке РФ. В Кодексе учитывается европейский опыт применительно к российской специфике развития рекламного рынка и сегодняшнего понимания сущности рекламы как средства обмена информацией между продавцами и потребителями.</p> <p>Рекламный Совет России разделяет позиции Международной торговой палаты, рассматривающей свободу обмена информацией (устанавливаемую статьей 19 Международного соглашения Организации Объединенных Наций по гражданским и политическим правам) в качестве основополагающего принципа.</p> <p>Кодекс устанавливает стандарты этического поведения, которых придерживаются все стороны, имеющие отношение к рекламной деятельности: рекламодатели, рекламопроизводители, средства массовой информации (рекламораспространители) и иные субъекты рекламной деятельности. Кодекс фиксирует ввиду специфических особенностей разнообразных средств массовой информации и носителей рекламы, что реклама, которая может быть приемлемой для одного вида средства распространения, может оказаться неприемлемой для другого.</p> <p>Кодекс распространяется на все содержание рекламы, включая все слова и числа, визуальное изображение, музыку, звуковые эффекты, иные составляющие и их взаимодействие.</p>	<p>правоохранительные органы в качестве важного справочного документа в рамках соответствующего законодательства.</p> <p>Кодекс распространяется на все виды рекламы любых товаров и услуг, включая имиджевую рекламу. Он должен применяться совместно со следующими Кодексами МТП о маркетинговой деятельности: Кодекс маркетинговых исследований; Кодекс деятельности по стимулированию продаж; Кодекс прямой рассылки по почте и торговли по каталогам; Кодекс непосредственных (прямых) продаж. Кодекс устанавливает стандарты этического поведения, которых должны придерживаться все стороны, имеющие отношение к рекламной деятельности: рекламодатели, рекламопроизводители, средства массовой информации.</p> <p>Интерпретация. Кодекс, включая Нормы по рекламе для детей (Нормы для отдельных отраслей будут разрабатываться отдельно), подразумевает следование не только своей букве, но и духу. Ввиду различных особенностей разнообразных средств массовой информации (пресса, телевидения, радио и других электронных средств массовой информации, наружной рекламы, фильмов, непосредственной почтовой рассылки), реклама, которая может быть приемлемой для одного вида средств массовой информации, может оказаться неприемлемой для другого.</p> <p>Реклама должна оцениваться по тому действию, которое она может оказать на потребителя, с учётом использования средства массовой информации.</p> <p>Кодекс распространяется на все содержание рекламы, включая все слова и числа (в письменном виде и произносимые), визуальное изображение, музыку и звуковые эффекты.</p>
<p><i>Категориальный аппарат.</i></p> <p><i>Формирование Кодекса предполагает создание единой профессиональной терминологии, признаваемой и употребляемой всеми субъектами рекламной деятельности</i></p>	
<p>В рамках настоящего Кодекса трактуются следующие термины: «реклама» – любая форма рекламы товаров, услуг и оборудования, вне зависимости от используемого средства массовой информации; «содержание (рекламы)» – информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределённого круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к ним; «форма (рекламы)» – способ объективирования рекламной информации, ее структура, выраженная графическими,</p>	<p>В рамках настоящего кодекса:</p> <p>термин «реклама» должен трактоваться в самом широком смысле, включая в себя любую форму рекламы товаров, услуг и оборудования, вне зависимости от используемого средства массовой информации и включая рекламные заявления на упаковке, ярлыках и в материалах торговых точек;</p> <p>термин «изделие» включает также услуги и оборудование;</p> <p>термин «потребитель» означает любое лицо, к которому адресуется реклама, или которая может достичь его, вне зависимости от того, является ли</p>

Законодательство РФ	Международный кодекс маркетинговой практики
<p>музыкальными и иными средствами; «этичность (рекламы)» – соответствие формы и содержания рекламной информации, условий, порядка, времени и способов её распространения правилам этики; «пристойность (рекламы)» – соответствие содержания рекламной информации общепринятым правилам приличия; «товар» включает также услуги и оборудование; «потребитель» означает любое лицо, которому реклама адресуется, или которого может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торговым клиентом или пользователем.</p>	<p>он конечным потребителем, торговым клиентом или пользователем. Основные принципы: -вся реклама должна быть законной, пристойной, честной и правдивой; -каждая реклама должна разрабатываться с должным чувством ответственности перед обществом и должна соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым в коммерческой деятельности; -никакая реклама не должна оказывать отрицательное влияние на доверие общественности к рекламной деятельности.</p>
<i>Общие требования к рекламе</i>	
<p>Реклама должна быть законной, пристойной, честной, корректной и достоверной. Любая реклама должна разрабатываться с должным чувством ответственности перед обществом и должна соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым в коммерческой деятельности.</p>	<p>Каждая реклама должна быть пристойной и достоверной. Реклама не должна содержать заявлений или изображений, нарушающих общепринятые стандарты пристойности. Реклама не должна злоупотреблять доверием потребителя или извлекать преимущества благодаря его недостаточному опыту или знаниям.</p>
<p>Никакая реклама не должна оказывать отрицательное влияние на доверие общественности к рекламной деятельности.</p>	<p>Реклама не должна без обоснованных причин играть на чувстве страха. Реклама не должна играть на суевериях. Реклама не должна содержать ничего, что могло бы вызвать или спровоцировать акты насилия. Реклама должна избегать одобрения дискриминации по расовому и религиозному признаку или принадлежности к тому или иному полу.</p>

Из данных вышеуказанной таблицы можно сделать вывод о том, что маркетинговое законодательство РФ имеет как подобные, так и отличительные свойства от Международного кодекса маркетинговой практики.

Выводы и перспективы дальнейшего исследования. Проанализировав маркетинговое законодательство РФ и Украины, можно констатировать, что в этих государствах существуют законы, акты и нормативы, которые регламентируют и контролируют маркетинговую политику.

В Донецкой Народной Республике необходимо также разработать законодательную базу для развития маркетинга, адаптируя эффективные законы стран СНГ, отвечающие международным требованиям и положениям.

Список использованных источников

1. Алексеев С. В. Международное право: учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 895 с.
2. Закон України «Про антимонопольний комітет України» від 26.11.93. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3659-12> (дата обращения 9.06.2016)

3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7.06.96. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96%-D0-D1%80> (дата обращения 9.06.2016)
4. Законодавство України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon-3.rada.gov.ua/laws> (дата обращения 9.06.2016)
5. Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.-ru/10164072/> (дата обращения 9.06.2016)
6. Законодательство РФ. Кодексы и Законы Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://online-zakon.ru/> (дата обращения 9.06.2016)
7. Диденко Н. И. Международное право. – М.: Юрайт., 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.ozone.ru/multimedia/book_file/1010316749.pdf (дата обращения 9.06.2016).

УДК 339.138: 658.589

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ЛИСИЧНЫЙ Д. Н.,
ассист. каф. маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет»

В статье описаны современные тенденции развития экономики и бизнеса на рынках стран СНГ и обоснована необходимость использования инновационных подходов в маркетинговой деятельности отечественных предприятий.

Ключевые слова: реинжиниринг; аутсорсинг; электронная коммерция; CRM-система; кастомизация; «зелёный» маркетинг.

В статті описано сучасні тенденції розвитку економіки та бізнесу на ринках країн СНД і ґрунтовано необхідність використання інноваційних підходів у маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: реінжиніринг; аутсорсинг; електронна комерція; CRM-система; кастомізація; «зелений» маркетинг.

The article describes modern trends of the development of the economy and business in our country and is motivated need of the use new approaches in marketing activity of domestic enterprises.

Keywords: reengineering; outsourcing; e-commerce; CRM-system; customization; «green» marketing.

Актуальность темы. Под воздействием таких факторов, как новые технологии, глобализация и дерегулирование, на рынках происходят радикальные изменения. Новые факторы вызывают к жизни новое поведение и влекут за собой новые проблемы.

Потребители ожидают постоянного повышения качества товаров и услуг, а также некоторой их адаптации к собственным запросам. Они всё меньше замечают реальные различия между товарами и проявляют всё меньшую лояльность к определённым торговым маркам. Потребители получают исчерпывающую информацию о продукции из Интернета или иных источников, что позволяет им более осознанно подходить к приобретению товаров. Они проявляют всё большую чувствительность к ценам.

Производители сталкиваются с интенсивной конкуренцией со стороны национальных и иностранных торговых марок, что ведёт к росту затрат на продвижение и

сокращение прибыльности производства. Они продолжают бороться с могущественными розничными торговцами, которые, собственно, и определяют, какие товары будут представлены на полках магазинов. Компании розничной торговли всё чаще создают свои торговые марки, конкурируя, таким образом, с национальными производителями.

Розничные торговцы страдают от перенасыщения системы розничной торговли. Мелкие торговцы не в силах противостоять растущей мощи гигантских торговых компаний и «класса убийц». Зависящие от оптовых поставок, розничные торговцы испытывают растущую конкуренцию со стороны торговых домов, торгующих по каталогам, фирм прямой почтовой рассылки, газет, журналов, электронной коммерции и Интернета. А в результате существенно сокращаются их прибыли. В ответ предприимчивые торговцы вносят в обслуживание посетителей магазинов элементы развлечения – кафе-бары, лекции, демонстрации и представления, делая акцент на продажи «впечатлений», а не товаров.

Постановка проблемы. Таким образом, существует проблема адаптации отечественных предприятий в разных сферах деятельности к динамично изменяющимся факторам и явлениям новой экономики, а также проблема своевременной их идентификации и адекватного применения соответствующих инноваций в маркетинге. Актуальность проблемы подчёркивается интеграцией национального рынка в мировую экономику, что влечёт за собой обострение конкуренции на внутреннем рынке и необходимость повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и их продукции.

Обзор литературы по данной проблеме показал, что в отечественных источниках [1-5], как правило, нет комплексного описания новых тенденций в экономике и маркетинге, а встречаются только их отдельные факторы и явления. Более полно о современных изменениях и новых факторах бизнеса и маркетинга рассказывается в работах таких известных западных учёных, как Ж. Ж. Ламбен [6] и Ф. Котлер [7] и др.

Целью данной работы является описание современных изменений в сферах бизнеса и маркетинга, а также приведение инновационных подходов в рамках стратегии маркетинговой деятельности, позволяющих успешно функционировать в данной среде, учитывая эти факторы.

Результаты исследования. Компаниям-поставщикам необходимо извлекать из ситуации критические уроки, и некоторые из них находятся в процессе изменений. К наиболее распространённым бизнес-тенденциям относятся:

- Реинжиниринг.
- Внешние источники (аутсорсинг).
- Электронная коммерция.
- Контрольные сравнения (бенчмаркинг).
- Альянсы.
- Поставщики-партнёры.
- Рыночная ориентация.
- Глобальное и локальное.
- Децентрализация.

Естественно, что маркетинологи не имеют права оставаться в стороне от происходящих на рынках изменений и пересматривают философию, концепции и инструментальные средства. Далее мы приводим основные маркетинговые темы новой экономики.

Маркетинг партнёрских отношений. Происходит переключение внимания от транзакций к построению долговременных, взаимовыгодных отношений с клиентами. Компании фокусируют внимание на наиболее выгодных потребителях, продуктах и каналах.

Ценность на протяжении жизненного цикла потребителя. От прибыли, извлекаемой из единичной транзакции, компании ориентируются на прибыль, получаемую в процессе долгосрочных контактов с потребителем. Некоторые компании предлагают покупателям отдельные товары повседневного спроса на регулярной основе и по более низким ценам за единицу, поскольку они уверены, что таким образом сохранят отношения с клиентами в течение длительного периода.

Доля потребителя. От стремления к завоеванию большой доли рынка – к построению доли потребителя посредством предложения ему широкого ассортимента товаров. Компании специально готовят сотрудников, способных предложить клиенту ряд различных услуг и товаров и осуществляющих перекрёстную и «повышающую» торговлю.

База данных потребителей. От сбора данных о продажах – к созданию расширенных баз данных об индивидуальных покупках потребителей, их предпочтениях, демографических данных и степени прибыльности. Компании могут использовать соответствующие базы данных для открытия новых сегментов и тенденций.

В условиях рыночной экономики, когда цена и качество продукции разных фирм практически не отличаются, главным инструментом конкурентной борьбы становится работа с клиентом. Компании, сосредоточившие внимание именно на этой задаче, могут рассчитывать на лояльность своих клиентов. Ведь именно лояльные клиенты – основная ценность компании.

Поэтому для достижения успеха на рынке необходимо уметь создавать полное представление о клиентах и быстро реагировать на изменение их требований и предпочтений. Такие задачи призваны решать все современные CRM-системы, или системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM – Customer Relationship Management). Примером такой системы может служить Microsoft Dynamics CRM 3.0, профессиональный инструмент, позволяющий эффективно управлять процессами продаж, маркетинга и обслуживания клиентов [8, с. 54-61]. Такие системы позволяют вести эффективную маркетинговую деятельность менеджерам компании. Основные специалисты маркетингового отдела компании получают следующие преимущества при использовании данной технологии.

Менеджер по маркетингу получает такие инструменты, как планирование, бюджетирование и анализ эффективности маркетинговых мероприятий, а также возможность быстрого реагирования на маркетинговые изменения. CRM-система делает возможными планирование и управление маркетинговыми кампаниями, а также маркетинговую аналитику и сегментацию клиентов компании. Это, *во-первых*, освобождает менеджеров по маркетингу от рутинной работы, а *во-вторых*, повышает эффективность маркетинговой деятельности компании. Директор по маркетингу компании имеет возможность оперативного получения информации в виде отчётов, исключая необходимость запрашивать её через все уровни управления (что зачастую приводит к искажению информации). Также немаловажна для директора по маркетингу аналитика для применения её в стратегическом планировании.

Кроме этого, интеграция современных CRM-систем с почтовой системой и настраиваемые шаблоны позволяют проводить персональные рассылки клиентам по электронной почте. Эта операция полностью автоматизирована, а распределение потенциальных сделок между сотрудниками позволит автоматизировать рутинные процессы передачи потенциальных клиентов из отдела маркетинга в отдел продаж.

Таким образом, использование такого инновационного подхода в маркетинге как CRM, воплощённого в жизнь при помощи программных продуктов, подобных Microsoft Dynamics CRM 3.0, позволяет осуществлять такие актуальные маркетинговые направления как маркетинг партнерских отношений, создание ценности на протяжении

жизненного цикла потребителя, построение доли потребителя, создание баз данных потребителей, речь о которых шла выше. При этом важно понять, что управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) – это стратегия ведения бизнеса.

Целевой маркетинг. От предложения товаров максимально широкому кругу покупателей – к обслуживанию чётко очерченных целевых рынков. В этом ключе происходят перемены: от организации на основе продукта – к организации вокруг определённого сегмента рынка. Целевому маркетингу способствует сотрудничество со специализированными журналами, телевизионными каналами и группами новостей Интернета.

Подгонка торговых предложений под конкретного потребителя (кастомизация). От унифицированного предложения целевому рынку – к индивидуализации и адаптации (кастомизации) торговых предложений под конкретного потребителя. Фактически потребитель становится производящим потребителем, а компания лишь предлагает «мастерскую» для дизайна желаемого изделия.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). От жёсткой привязки к определённым коммуникативным каналам (например, рекламе), торговым агентам – к использованию методов, позволяющих донести до клиента имидж торговой марки при каждом контакте. ИМК – такое планирование маркетинговых коммуникаций, при котором понималась бы добавленная ценность общего плана, сочетающего инструменты коммуникации таким образом, чтобы обеспечить ясность, последовательность и максимальный эффект благодаря безупречной интеграции отдельных обращений.

Члены каналов как партнёры. От отношения к посредникам как к клиентам – к партнёрским взаимодействиям, направленным на доведение ценности до конечных потребителей. В современных условиях границы между фирмами всё больше стираются. Границы между поставщиками, дистрибьюторами и клиентами изменяют свои очертания по мере того, как предприятия осознают необходимость в управлении всей цепочкой начисления стоимости (от сырья до клиента) и более тесно сотрудничают с фирмами-партнёрами над созданием дополнительной ценности на всём протяжении цепочки [9, с. 706-707].

Каждый сотрудник – маркетолог. Не следует думать, что маркетинг – задача только маркетологов, торговых представителей и персонала из службы обеспечения потребителей. Каждый работник компании должен быть ориентирован на удовлетворение потребностей клиентов. Роль и функция маркетинга нуждается в переосмыслении, в основе которого лежит уход от понятия о маркетинге как о функциональном направлении деятельности организации, подразделении в её структуре. На данном этапе маркетинг является процессом в рамках цепочки увеличения ценности, который обеспечивает гибкость и быстрое реагирование [9, с. 716-718].

Действия, основанные на модели принятия решений. Принятие решений не на основе интуиции или расплывчатых данных, а исключительно на основе моделей и результатов анализа реального функционирования рынка.

Стремление успешно осуществлять предпринимательскую деятельность и повышать уровень конкурентоспособности вынуждают руководство предприятий и компаний искать и применять новые формы управления бизнесом. Одной из таких форм стал *аутсорсинг*, экономическая сущность которого заключается в системе отношений, которые возникают во время передачи компанией-заказчиком некоторых видов своей деятельности специализированным профессиональным фирмам на основании долгосрочных договоров. Анализ современных научных разработок по вопросам теории и практики использования аутсорсинга в деятельности предприятий показывает, что они, в первую очередь, освещают правовые и организационные аспекты использования этой концепции.

Обоснованию модели осуществления предпринимательской деятельности, которая базируется на использовании аутсорсинга, с методологических позиций посвящены работы российского автора С. А. Календжяна [10]. Поиск путей создания высокоэффективных и конкурентных предприятий с использованием концепции аутсорсинга отражено в исследованиях российского экономиста Б. А. Аникина [11, с.107-116]. В. Веретнов и Д. Хлебников в своих разработках рассматривают аутсорсинг как способ снижения затрат и в связи с этим предлагают использовать матрицу аутсорсинга, с помощью которой можно определить стратегическую важность тех или иных бизнес-процессов.

Аутсорсинг маркетинговых функций – это вид аутсорсинга, который вовлекает в содержание соглашения по аутсорсингу исследование рынка товаров и услуг, конкурентов, организацию рекламной деятельности, проведение рекламных компаний, презентацию новых видов товарной продукции, сбыт товаров и услуг и т. д. Аутсорсинг в нашей стране находится в стадии становления, причём не только в сфере маркетинга. Темпы его развития очень медленные, поскольку предприятия побаиваются передавать ряд функций из-за риска их выполнения на ненадлежащем уровне. Специфика аутсорсинга в наших условиях заключается в том, что предприятия нацелены в большей степени на передачу исследовательских функций, функций коммуникации, чем на передачу функций в области сбыта и контроля маркетинговой деятельности.

Рынок аутсорсинга в маркетинговой сфере очень далёк от насыщения. Однако все специалисты склоняются к мнению, что это достаточно перспективное направление деятельности, поскольку всё больше компаний во время продвижения своей продукции акцентируют внимание не столько на уникальности товарного предложения, сколько на особенностях торгового продвижения – работа для профессиональных маркетологов. Компания может доверить внешней стороне выполнение отдельных маркетинговых функций или их комплекс.

Одним из инновационных инструментов в арсенале предприятий является реорганизация функциональной схемы организации и выделение ключевых бизнес-процессов, каждый из которых управляется мультидисциплинарной командой (*реинжиниринг*).

Информационная революция вносит свой вклад, предлагая маркетологам новые альтернативы. Такой альтернативой является *электронная коммерция*. Вместо того чтобы завлекать покупателей в магазины и нанимать дополнительных продавцов, можно организовать виртуальный магазин в Интернете. Такие магазины предоставляют множество новых услуг: потребители имеют возможность тщательно рассмотреть изображение товара, прочесть подробное описание его свойств и сделать покупки в режиме реального времени на самых выгодных для себя условиях и по самым выгодным ценам, для чего достаточно щёлкнуть «мышкой», сделать заказ и оплатить покупку. Быстро растёт и бизнес-потребление в Интернете. Электроника проникает и в сферу личных продаж, когда покупатель и продавец могут синхронизировать изображение на экранах своих компьютеров в режиме реального времени. Итак, можем подытожить основные преимущества э-коммерции: удобство, экономия, выбор, индивидуализация, полнота информации. Однако следует помнить, что переориентация бизнеса в направлении э-коммерции отнюдь не является гарантией успеха. Преуспевание в этой сфере требует переопределения целей компании и серьёзной реорганизации бизнеса.

Для того чтобы быть в русле происходящих изменений, компании должны следить за работой конкурентов и искать пути повышения эффективности своей деятельности. Это может обеспечить переход от опоры на самосовершенствование к изучению «мировых лидеров» в данной области и усвоению «наилучших практик» (*бенчмаркинг*).

С развитием интеграционных процессов у предприятий появляется всё больше возможностей завоевания международных рынков. При этом следует руководствоваться таким принципом: от локальных рынков к глобальной деятельности при сохранении локальных позиций – так называемый «глокальный» подход.

Успешность компании в современных условиях во многом зависит от того, занимается ли она инновационной деятельностью и какова доля инновационных продуктов в её производстве. Для поддержания инновационной деятельности необходимо создание соответствующей атмосферы в организации. Здесь актуален переход от системы управления, в которой все решения принимаются руководством, к более инициативной и «интрапренёрской» системе менеджмента и маркетинга на локальном уровне. Интрапренёры – сотрудники компании, которым поручено создание нового бизнеса или товара. Здесь мы можем говорить о *децентрализации* системы управления предприятием.

Говоря о новых тенденциях бизнеса и маркетинговых инновационных подходах, связанных с ними, следует сказать о так называемом «зелёном маркетинге», который хоть и не приобрёл ещё европейских размахов, однако развивается, о чём свидетельствует всё более частое применение дополнительной экологической маркировки на отечественных товарах. Сегодня производители уже осознали все преимущества дополнительной маркировки. «Зелёный» маркетинг в полную силу набирает обороты в нашей Республике: привередливый покупатель не просто изучает каждый знак на упаковке перед покупкой, но и готов за такой товар платить больше. И это при том, что такие знаки не носят обязательного характера для производителей. Одним из основных барьеров на пути развития «зелёного» маркетинга является отсутствие должной «раскрутки» национального экологического знака, да и маркированной им продукции вообще [12].

Выводы. Современные предприятия нуждаются в свежих идеях работы и конкуренции в условиях новой экономики. Под «новой экономикой» мы подразумеваем целый комплекс развившихся в последнее время сил и факторов, требующих инновационных подходов к маркетингу и бизнесу в целом. Среди таких подходов можно выделить следующие.

Использование аутсорсинга, принцип которого – передавать другим фирмам те функции, которые могут быть выполнены на стороне дешевле и лучше и сохранять при этом базовые виды деятельности.

Использование предприятиями контрольных сравнений (бенчмаркинга), сопоставляя результаты собственной работы с результатами лучших в своём классе мировых фирм.

Углубление партнёрских отношений предприятий с ключевыми поставщиками и дистрибьюторами.

Использование межфункциональных команд вместо традиционного разделения на отделы в управлении основными процессами.

Поиск предприятиями новых преимуществ, а не сосредоточение на старых.

Осознание компаниями того, что значительную часть их стоимости составляют нематериальные активы, в частности, торговые марки, накопленная клиентура, персонал, деловые связи с партнёрами, интеллектуальный капитал.

Вложение значительных инвестиций в информационные системы, являющиеся главным средством снижения издержек и завоевания конкурентного преимущества.

Внедрение менеджмента взаимоотношений с покупателями (CRM), главной задачей которого является удовлетворение индивидуальных потребностей (кастомизация) наиболее прибыльных клиентов. Для этого требуется база данных покупателей и сбор данных для обнаружения трендов, сегментов и индивидуальных потребностей.

Подводя итог, отметим, что грамотное использование отечественными предприятиями описанных выше инновационных инструментов в рамках стратегии

маркетинговой деятельности, по нашему мнению, позволит принимать аргументированные решения для повышения эффективности маркетинга и бизнеса в целом.

Список использованных источников

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. – Київ: Лібра, 2007. – 720 с.
2. Куценко В. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. – К.: МАУП, 2003. – 184 с.
3. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
4. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / За ред. Л. В. Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – 354 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
5. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 200 с.
6. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.: ил. – (Серия «Классика МВА»).
7. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).
8. Хрычева О. Управление маркетингом в клиент-ориентированной компании Microsoft Dynamics CRM 3.0 // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 11 (135). – С. 54-61.
9. Хулей Грэм, Сондерс Джон, Пирси Найджел. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.
10. Календжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. – М.: Дело, 2003. – 272 с.
11. Аникин Б. А., Воронцов В. И. Основные аспекты формирования аутсорсинга // Маркетинг. – 2005. – № 4 (83). – С. 107-116.
12. www. Rusnauka.com

УДК 332.122:330.3

РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ДИАГНОСТИКЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

ПЕТЕНКО И. В.,

**д-р экон. наук, проф. каф. «Маркетинг
и логистика», ГОУ ВПО «Донецкий
национальный университет» («ДонНУ»),**

СТРЕЛЬЦОВА Н. Л.,

**соискатель каф. «Маркетинг и
логистика», ГОУ ВПО «ДонНУ»**

В статье рассмотрены методические подходы к диагностике человеческого капитала, предложен алгоритм проведения диагностики. Обоснованы основные задания организационно-аналитического обеспечения диагностики человеческого капитала. Определены сроки реализации программ и стратегий развития для каждой из фаз воссоздания человеческого капитала.

Ключевые слова: человеческий капитал; диагностика человеческого капитала; фазы воспроизводства человеческого капитала; формирование; использование; накопление; сохранение человеческого капитала.

В статті розглянуті методичні підходи до діагностики людського капіталу, запропоновано алгоритм проведення діагностики. Обґрунтовані основні завдання організаційно-аналітичного забезпечення діагностики людського капіталу. Визначено терміни реалізації програм і стратегій розвитку для кожної з фаз відтворення людського капіталу.

Ключові слова: людський капітал; діагностика людського капіталу; фази відтворення людського капіталу; формування; використання; накопичення; збереження людського капіталу.

In the article the methodical going is considered near diagnostics of human capital, the algorithm of realization of diagnostics is offered. The basic tasks of the organizationally-analytical providing of diagnostics of human capital are reasonable the terms of realization of the programs and strategies of development are Certain for each of phases of recreation of human capital.

Keywords: human capital; diagnosis human capital; phase reproduction human capital; formation; use; accumulation; preservation human capital.

Постановка проблемы. Современное развитие экономики происходит в условиях становления нового информационно-технологического способа производства, который, в свою очередь, изменяет характер, сущность и условия труда. Наличие новейших технологий практически во всех секторах экономики увеличивает спрос на высококвалифицированных специалистов, которые не только должны иметь специализированную профессиональную подготовку, но и успешно владеть навыками предпринимательской и управленческой деятельности. Следовательно, важнейшим условием развития современного общества является создание основ для развития человеческого капитала и эффективного его использования.

Базисом построения систем развития человеческого капитала в современных условиях являются теоретические работы отечественных и зарубежных исследователей, посвящённые проблемам человеческого капитала и управлению знаниями [1-9]. Методологическую основу для этой работы обеспечивают исследования В. Василенко, О. Благодарного, Э. Бойченко, О. Дмитриевой и др. [10-11].

Актуальность. С целью создания эффективных программ развития человеческого капитала авторам кажется необходимым осуществление теоретических и прикладных исследований, которые касаются воссоздания человеческого капитала. Следовательно, возникает необходимость организационно-аналитического обеспечения диагностики человеческого капитала на всех фазах его воссоздания.

Цель работы – анализ субъектов и этапов воссоздания человеческого капитала с целью формирования организационно-аналитического обеспечения и разработки соответствующего алгоритма его диагностики.

Изложение основного материала исследования. Организационно-аналитическое обеспечение диагностики человеческого капитала следует рассматривать как систему, которая состоит из двух взаимоувязанных элементов – комплекса организационного обеспечения диагностики и комплекса методических основ её выполнения.

К основным заданиям организационно-аналитического обеспечения диагностики человеческого капитала следует отнести представленные на рис. 1.

Установление диагноза является результатом диагностики, он должен содержать оценку состояния объекта исследования. Диагноз устанавливается на основе проведения комплексного исследования, составляющими которого являются анализ, синтез и оценка.

Следующим этапом, который предусмотрен организационно-аналитическим обеспечением диагностики человеческого капитала, есть определение перспектив развития человеческого капитала по установленному диагнозу.



Рис. 1. Организационное обеспечение диагностики человеческого капитала

Определение приоритетов развития человеческого капитала должно происходить на основе результатов диагностики в зависимости от установленного диагноза, то есть соответственно с существующими проблемами его воссоздания (табл. 1).

Следует уточнить, что развитие человеческого капитала является непрерывным процессом с разной интенсивностью протекания, которая зависит, прежде всего, от жизненного цикла человека и факторов, которые влияют на его воссоздание, а также от наличия, объёма и видов инвестиций.

Таблица 1

Общие приоритеты развития человеческого капитала

<i>Фаза воссоздания</i>	<i>Проблемы развития</i>	<i>Приоритеты развития</i>
Формирование	<p><i>Демографические:</i> сокращение численности населения; уровень рождаемости не обеспечивает даже простого воссоздания населения; высокий уровень смертности в работоспособном возрасте; негативное сальдо миграции, в частности, население в работоспособном возрасте; старение населения и т. п.</p> <p><i>Образовательные:</i> снижение качества образования; обесценивание инвестиций в образование; сокращение заведений внешкольного образования; нарушение в структуре профессионального образования; несоответствие подготовки специалистов спроса на рынке труда и т. п.</p>	поддержка многодетных семей; улучшение репродуктивного здоровья населения; поддержка домохозяйств с целью сдерживания миграционных процессов; обеспечение государственными гарантиями минимального социального обеспечения населения; поддержка развития внешкольного и общего образования; реформирование системы профессионального образования с целью обеспечения её соответствия потребностям рынка труда и тому подобное
Использование	отсутствие профориентации молодёжи; низкая производительность труда работников; высокая текучесть кадров; отсутствие возможности регулярно повышать квалификацию; высокий уровень безработицы; высокий уровень экономически неактивного населения; низкий уровень оплаты труда и т. п.	активизация творческого, научного потенциала населения; создание новых рабочих мест; поддержка малого и среднего бизнеса; создание программ, что способствуют самозанятости населения; разработка программ профессиональной учёбы работников непосредственно на предприятии и т. п.
Накопление	низкое качество профессионального образования; отсутствие возможности получения образования на протяжении трудовой жизни; отсутствие международных программ повышения квалификации работников; недостаточная периодичность повышения квалификации работников и т. п.	Поддержка молодых специалистов; содействие профессиональной учёбе на протяжении трудовой жизни; развитие профессиональных центров повышения квалификации; содействие мобильности работников с целью обмена и получения дополнительного профессионального опыта и т. п.
Сохранение	сокращением средней продолжительности жизни; снижение уровня здоровья населения; ухудшение условий труда; производственный травматизм, в том числе со смертельными случаями	создание системы медицинского страхования; содействие здоровому образу жизни; обеспечение условий относительно обязательного ежегодного профилактического осмотра населения; содействие экономической заинтересованности работодателей в обеспечении безопасных условий труда работников

Следовательно, при определении сроков реализации программ и стратегий развития для каждой из фаз воссоздания человеческого капитала целесообразно учитывать срок жизненного цикла поколения и отдельных этапов такого цикла.

На основе определённых приоритетов развития происходит разработка программ, стратегий, концепций развития человеческого капитала, создание которых должно осуществляться на основе уже существующих международных, государственных и

региональных документов, которые отображают общие положения воссоздания человеческого капитала.

Установление сроков реализации программ, стратегий развития человеческого капитала должно происходить с учётом специфики его воссоздания. Важным является тот факт, что все процессы воссоздания человеческого капитала протекают с большим временным шагом. В зависимости от вида программ развития устанавливается и срок их реализации. Важной частью реализации программ и стратегий развития человеческого капитала является поиск необходимых финансовых источников и обеспечения полноты финансирования предусмотренных мероприятий.

Среди наиболее приемлемых источников есть средства государственного и местного бюджетов, соответствующие целевые фонды, международная помощь, собственные средства предприятий, средства посторонних инвесторов, гранты и кредитные ресурсы.

Финансовое обеспечение реализации программ, стратегий развития человеческого капитала, прежде всего, осуществляется за счёт бюджетных средств, предусмотренные Государственным бюджетом Украины, который является главным финансовым планом и из которого получают средства для их материального обеспечения.

При установлении объёмов финансирования программ, стратегий развития человеческого капитала необходимо учитывать следующие особенности его воссоздания:

- уровень формирования человеческого капитала, а именно: личный, микро- и макроэкономический;

- фаза воссоздания человеческого капитала – формирование, использование, накопление, сохранение;

- наличие инвестиций в развитие человеческого капитала и их ранжирование в соответствии с его воссозданием (расходы на образование и целевую подготовку будущих кадров, повышение профессиональной квалификации, мобильности, поддержку здоровья и тому подобное);

- источники инвестиций в человеческий капитал, то есть государственный и местный бюджеты, целевые и общественные фонды, юридические и физические лица и тому подобное;

- наличие возможностей инвестирования в человеческое развитие.

Государственные расходы на осуществление программ развития человеческого капитала предусматривают утверждение соответствующих бюджетов, в которых определяется порядок формирования объёма расходов, подтверждаемых соответствующими расчётами. Каждая категория расходов на развитие человеческого капитала осуществляется с учётом особенностей соответствующей фазы формирования, использования, накопления и сохранения. Финансирование программ развития человеческого капитала осуществляется на основании утверждаемой сметы, которая включает определённые расходы.

Во-первых, это расходы на подготовку и проведение программ (оплата труда привлечённых работников, арендная плата помещений, оборудования, транспортных средств и тому подобное), и, *во-вторых*, это расходы на содержание участников программ (оплата командировок, проезда и тому подобное), в соответствии с функциями бюджетной классификации, распределяемые по разделам: образовательно-воспитательные, научно-методические, культурологические, оздоровительные, информационные. Кроме того, складывается календарный план, в который включаются объёмы определённой сметной стоимости проведения программы развития человеческого капитала.

Финансирование программ развития человеческого капитала на микроуровне осуществляется руководителями предприятий, работодателями в объёмах, которые отвечают запланированным расходам на развитие персонала предприятия.

Реализация программ, стратегий развития человеческого капитала происходит в соответствии с разработанными мероприятиями в сроки, определённые программой (стратегией). Реализация этих документов предусматривает ряд организационных мероприятий, с помощью которых возможно достижение основной цели, предусмотренной этими документами, а также достижение сопутствующих результатов. При реализации программ, стратегий за каждым разработанным направлением мероприятий или комплекса мероприятий назначается ответственный исполнитель, определяются сроки их выполнения и назначаются контрольные мероприятия.

Управление развитием человеческого капитала является важной составляющей организационного обеспечения его диагностики. Управление развитием целесообразно рассматривать как процесс планирования, организации, мотивации и контроля на фазах формирования, использования, накопления и сохранения человеческого капитала с целью повышения его количественных и качественных характеристик. Этот процесс необходимо исследовать отдельно на микро- и макроуровнях, что обусловливается особенностями воссоздания человеческого капитала на каждом уровне.

На макроуровне управление развитием человеческого капитала осуществляют на основе полученных результатов диагностики его состояния уполномоченные органы государственной власти, деятельность которых регламентируется Конституцией Донецкой Народной Республики (ДНР), законами, постановлениями, указами.

Управление развитием человеческого капитала на основе статей Конституции, которая даёт основание для этого процесса, определяется следующим образом: жизнь и здоровье человека является наивысшей социальной ценностью (ст. 3); общественная жизнь в ДНР базируется на основах политического, экономического и идеологического разнообразия (ст. 15); человек имеет право на свободное развитие своей личности и имеет обязанности перед обществом, в котором обеспечивается свободное и всестороннее развитие его личности; на достаточный жизненный уровень; на охрану здоровья, медицинскую помощь и медицинское страхование; на безопасную для жизни и здоровья окружающую среду; на образование, причём полное общее среднее образование является обязательным (ст. 23, 48, 49, 50, 53); человеку гарантируется свобода литературного, художественного, научного и технического творчества, защита интеллектуальной собственности, её авторских прав, моральных и материальных интересов (ст. 54) [6].

В соответствии с заданиями, которые должны решать министерства и ведомства относительно управления развитием человеческого капитала, они подразделяются на те, что обеспечивают развитие человеческого капитала, и те, которые влияют на его воссоздание. Управление на макроуровне с целью обеспечения процессов формирования, использования, накопления и сохранения человеческого капитала осуществляют такие органы государственной власти:

Министерство социальной политики, основной деятельностью которого является формирование и обеспечение реализации государственной политики в сферах занятости населения и трудовой миграции, трудовых отношений, социальной защиты, социального обслуживания населения, волонёрской деятельности, по вопросам семьи и детей, оздоровления и отдыха детей, то есть обеспечивает материальную поддержку населения.

Государственная служба по вопросам инвалидов и ветеранов, которая относится к системе органов исполнительной власти и обеспечивает реализацию государственной политики в сфере социальной защиты инвалидов, ветеранов и военнослужащих.

Государственная инспекция по вопросам труда осуществляет надзор и контроль над соблюдением законодательства о труде, о занятости населения, об общеобязательном государственном социальном страховании в части назначения, начисления и выплаты помощи, компенсаций, предоставления социальных услуг и других видов материального обеспечения с целью соблюдения прав и гарантий застрахованных лиц.

Министерство образования и науки, деятельность которого заключается в обеспечении формирования государственной политики в сферах образования и науки, научной, научно-технической и инновационной деятельности, информатизации, формирования и использования национальных электронных информационных ресурсов, создание условий для развития информационного общества, а также в сфере осуществления государственного надзора (контроля) за деятельностью учебных заведений независимо от их подчинения и формы собственности; реализация государственной политики в сфере образования и науки.

Государственная служба интеллектуальной собственности осуществляет управление объектами государственной собственности, контроль над соблюдением законодательства в сфере интеллектуальной собственности, экспертизу объектов права интеллектуальной собственности; организует информационную и издательскую деятельность; выдаёт патенты (свидетельства) на объекты права интеллектуальной собственности; определяет уполномоченные заведения экспертизы и поручает им проведение экспертизы заявок и тому подобное. С точки зрения управления развитием человеческого капитала Государственное агентство по вопросам науки, инноваций и информации в ДНР осуществляет реализацию государственной политики в сфере научной, научно-технической, инновационной деятельности, трансфера технологий, информатизации, обеспечивает формирование, использования и защиты государственных электронных информационных ресурсов и создаёт условия для развития информационного общества.

Министерство молодёжи и спорта, основными заданиями которого является обеспечение формирования и реализация государственной политики в молодёжной сфере, сфере физической культуры и спорта.

Министерство культуры, которое способствует формированию и обеспечению реализации государственной политики в сферах культуры, искусств, языковой политики, в сфере кинематографии, в отрасли специального образования в сфере культуры и искусств, а также в сфере волонтерской деятельности относительно проведения мероприятий, связанных с сохранением культурного наследия, историко-культурной среды, достопримечательностей истории и культуры, мест захоронения.

Министерство охраны здоровья, которое осуществляет формирование и обеспечение реализации государственной политики в сфере охраны здоровья; санитарного и эпидемического благополучия населения и производства, контроля качества и реализации лекарственных средств, медицинских иммунобиологических препаратов и медицинских изделий, противодействия ВИЧ-инфекции/СПИДу и другим социально опасным заболеваниям.

Государственная санитарно-эпидемиологическая служба обеспечивает сохранение человеческого капитала за счёт реализации государственной политики в сфере санитарного и эпидемического благополучия населения; реализации мероприятий по профилактике инфекционных болезней и профессиональных заболеваний, предотвращения вредного влияния на состояние здоровья и жизни человека факторов среды жизнедеятельности; проведение анализа опасных для здоровья человека факторов окружающей и производственной среды, организации осуществления государственного санитарно-эпидемиологического наблюдения на всех этапах производства и тому подобное.

На микроуровне управление развитием человеческого капитала происходит непосредственно на каждом отдельном предприятии, в каждом учреждении. Формирование, эффективное использование, накопление и сохранение человеческого капитала является залогом конкурентоспособности как самого предприятия, так и его продукции, услуг.

Не взирая на вид экономической деятельности, особенности технологического процесса, организационной структуры, воссоздание человеческого капитала, обусловлено влиянием как внутренних, так и внешних факторов, управление развитием человеческого капитала имеет приоритетное значение для каждого отдельно взятого предприятия. Следовательно, конкурентоспособность современного производства в значительной мере зависит от качества человеческого капитала, для развития которого на предприятии создаются соответствующие условия. Как показывает практика, для создания условий развития человеческого капитала необходима эффективная система управления им.

Система управления развитием человеческого капитала предприятия, которая выполняет функции планирования, организации, мотивации и контроля, состоит из совокупности методов, инструментов, форм, рычагов, критериев, сформирована и функционирует в соответствии с нормативно-правовыми актами ДНР. Эта система должна охватывать все фазы воссоздания человеческого капитала, а именно формирование, использования, накопления и сохранения.

Управление развитием человеческого капитала, не зависимо от уровня его воссоздания, должно происходить с целью решения следующих заданий, а именно это касается обеспечения:

- стратегического развития, целью которого является улучшение качества человеческого капитала на основе долгосрочных программ развития;
- оперативного развития, целью которого является улучшение реального (фактического) человеческого капитала в краткосрочной перспективе;
- постоянного развития, то есть создание условий для развития потенциального (возможного) человеческого капитала;
- социальными инвестициями, то есть капиталовложениями в развитие человеческого капитала;
- социальными инновациями, которые заключаются в использовании прогрессивных технологий развития человеческого капитала;
- надлежащих, благоприятных условий труда, которые отвечают санитарно-гигиеническим требованиям, и мероприятий по их улучшению, интеллектуализации труда;
- мотивационной составляющей, которая призвана обеспечить повышение производительности труда за счёт материального и нематериального стимулирования развития человеческого капитала, в том числе и его саморазвитие.

Контроль за ходом реализации программ, стратегий развития человеческого капитала требует комплексного подхода на уровне научно-методических, практических, управленческих мероприятий. Контроль, который является неотъемлемой функцией управления, осуществляется на основе наблюдения за получением результатов реализации принятых программ, стратегий развития человеческого капитала. Регулярный контроль даёт возможность отследить в динамике ряд показателей, тенденций, факторов социально-экономического характера, которые прямо или косвенно влияют на развитие человеческого капитала, предоставляют возможность сделать комплексную оценку и осуществить прогнозирование вероятных вариантов его развития в будущем.

Осуществление контроля за ходом реализации программ, стратегий развития человеческого капитала происходит на основе установления нормативных показателей, что подлежат измерению целевых ориентиров и обоснованных допустимых отклонений путём сравнения показателей диагностики человеческого капитала с предложенными стандартами.

Возможный перечень видов работ при проведении диагностики человеческого капитала представлен в табл. 2.

Таблица 2

**Предложенная последовательность видов работ при проведении
диагностики человеческого капитала**

<i>№ n/n</i>	<i>Перечень видов работ</i>
1.	Формирование и утверждение рабочей группы
2.	Назначение руководителя рабочей группы
3.	Проведение инструктажа по организации и методике проведения диагностики
4.	Осуществление предварительной диагностики, которая необходима для уточнения наиболее проблемных тенденций в воссоздании человеческого капитала
5.	Проведение диагностики воссоздания человеческого капитала по определённым направлениям
6.	Установление диагноза воссоздания человеческого капитала
7.	Построение диагностического профиля воссоздания человеческого капитала
8.	Определение проблемных зон в воссоздании человеческого капитала
9.	Составление карт диагностики и обоснование полученного диагноза
10.	Разработка мероприятий по развитию человеческого капитала на основе определения проблемных зон его воссоздания
11.	Установление связи разработанных мероприятий с существующими программами, стратегиями
12.	Согласование разработанных мероприятий развития человеческого капитала с существующими программами, стратегиями
13.	Прогнозирование развития человеческого капитала с учётом откорректированных мероприятий развития человеческого капитала
14.	Реализация программ развития
15.	Осуществление контроля за ходом реализации программ

Следовательно, предложенная последовательность видов работ при проведении диагностики человеческого капитала позволяет установить диагноз его воссоздания, построить диагностический профиль и составить карту диагностики этих процессов.

Определение проблемных зон воссоздания человеческого капитала позволяет разработать мероприятия по его развитию, установить их связь и согласовать с существующими программами, стратегиями, а также спрогнозировать развитие человеческого капитала и осуществить контроль за ходом реализации предложенных программ.

Выводы

1. Организационно-аналитическое обеспечение диагностики человеческого капитала следует рассматривать с точки зрения структурного, нормативного и процессного подхода, целью которого является создание процедуры, то есть установленного порядка, проведения диагностики.

2. На основе определённых подходов относительно организационно-аналитического обеспечения диагностики человеческого капитала можно доказать, что целью этого процесса является создание комплекса правил, которые являются базовыми условиями диагностики и полного обеспечения этого процесса необходимыми ресурсами.

3. К основным заданиям организационно-аналитического обеспечения диагностики человеческого капитала следует отнести следующие: постановка диагноза; определение перспектив развития человеческого капитала по установленному диагнозу; разработка программ, стратегий, концепций развития человеческого капитала с учётом результатов диагностики; реализация программ развития и их мониторинг; осуществление контроля за ходом реализации предложенных мероприятий.

4. Постановка диагноза является результатом диагностики, который должен содержать оценку состояния объекта исследования на момент диагностики.

5. Доказано, что определение приоритетов развития человеческого капитала должно происходить на основе результатов диагностики в зависимости от установленного диагноза, то есть в соответствии с существующими проблемами его воссоздания.

6. Определение перспектив развития человеческого капитала целесообразно разрабатывать в соответствии с основными стадиями воссоздания человеческого капитала, то есть формирования, использования, накопления и сохранения. Использование этого подхода позволяет чётко определиться с перспективами развития человеческого капитала, учитывая особенности, специфику и условия функционирования на каждой фазе.

7. Управление развитием человеческого капитала целесообразно рассматривать как процесс планирования, организации, мотивации и контроля на фазах формирования, использования, накопления и сохранения человеческого капитала с целью повышения его количественных и качественных характеристик. Этот процесс необходимо исследовать отдельно на микро- и макроуровнях, что обуславливается особенностями воссоздания человеческого капитала на каждом уровне.

8. Осуществление контроля за ходом реализации программ, стратегий развития человеческого капитала происходит на основе установления нормативных показателей, что поддаются измерению, целевых ориентиров и обоснованных допустимых отклонений путём сравнения показателей диагностики человеческого капитала с предложенными стандартами.

9. Предложенное организационно-аналитическое обеспечение диагностики человеческого капитала на основании полученных результатов диагностики его воссоздания позволяет своевременно выявить негативные тенденции развития этих процессов, проанализировать причины их возникновения, избрать степень мер пресечения и реализовать программы развития, которые складываются с учётом масштабов кризисного состояния и социально-экономических возможностей территорий.

Список использованных источников

1. Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку : [монографія] / В. П. Антонюк. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-сл, 2007. – 348 с.
2. Беккер Г. Человеческий капитал [Электронный ресурс] / Г. Беккер ; [пер. с англ. Р. И. Капелюшникова]. – Режим доступа : <http://www.libertarium.ru/69974>.
3. Грیشнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки: [монографія] / О. А. Грیشнова. – К. : Тов-во «Знання», КОО, 2001. – 254 с.
4. Добрынин А. И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования / А. И. Добрынин, С. А. Дятлов, Е. Д. Цыренова. – СПб. : Наука, 1999. – 453 с.
5. Захарова О. В. Управління інвестуванням у людський капітал: методологія, оцінка, планування : [монографія] / О. В. Захарова. – Донецьк : ДонНТУ, 2010. – 378 с.
6. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – No. 3. – Pp. 79-91.
7. Sveiby K. E. The New Organizational Wealth / K. E. Sveiby // Managing and measuring Knowledge-Based Assets. – San Francisco, 1997. – 220 p.
8. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы [Электронный ресурс] / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/fm/arhiv/>
9. Шаталова Т. С. Влияние человеческого капитала на стоимость предприятия / Т. С. Шаталова, Н. В. Зайцева // Модели управління в ринковій економіці : зб. наук. пр.; [заг. ред. Ю. Г. Лисенка] ; Донецький нац. ун-т. – Донецьк : ДонНУ, 2010. – Вип. 13. – С. 311-318.

10. Диагностика развития регионов: виды, подходы, приёмы : монография / [Василенко В. Н., Благодарный А. И., Бойченко Э. Б и др.] ; [под науч. ред. В. И. Василенко]. – Донецк : Юго-Восток, 2012. – 558 с.

11. Дмитриева О. Г. Региональная экономическая диагностика / О. Г. Дмитриева. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов, 1992. – 127 с.

УДК332.1:351.82

НАПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ С МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

ПЕТРУШЕВСКИЙ Ю. Л.,

**д-р экон. наук, проф., зав. каф. учёта
и аудита, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики»,**

РЕВУНОВ А. Е.,

аспирант ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

В статье рассмотрены вопросы взаимодействия власти и бизнеса, а также выделены основные направления развития такого взаимодействия. Обосновано, что приоритетным направлением развития Донецкой Народной Республики является поддержка и развитие малого и среднего бизнеса и создание необходимой инфраструктуры для его роста. При этом указаны задачи власти и бизнеса с определением ожиданий такого взаимодействия.

***Ключевые слова:** направления взаимодействия; принцип баланса интересов; малый и средний бизнес; инфраструктура бизнеса; предпринимательство.*

В статті розглянуто питання взаємодії влади і бізнесу, а також виділено основні напрямки розвитку такої взаємодії. Обґрунтовано, що пріоритетним напрямком розвитку Донецької Народної Республіки є підтримка і розвиток малого і середнього бізнесу та створення необхідної інфраструктури для його зростання. При цьому вказано задачі влади і бізнесу з визначенням очікувань такої взаємодії.

***Ключові слова:** напрямки взаємодії; принцип балансу інтересів; малий і середній бізнес; інфраструктура бізнесу; підприємництво.*

The paper deals with the interaction between business and government, as well as the basic directions of development of such cooperation. It is proved that the priority development of the Donetsk People's Republic is the support and development of small and medium-sized businesses and the creation of the necessary infrastructure for its growth. At the same time indicated the problem of power and business with certain expectations such interaction.

***Keywords:** areas of cooperation; the principle of balance of interests; small and medium businesses; business infrastructure; business.*

Постановка проблемы. Развитие малого и среднего бизнеса всегда были приоритетными направлениями развития экономики любой страны. Сейчас актуальность поддержки и развития малого и среднего бизнеса обусловлена тем, что развивающееся предпринимательство помогает решить наиболее важные задачи государства: снижение безработицы, наполнение бюджета, повышение качества выпускаемой продукции, что ведёт к развитию экономической, социальной, инвестиционной, инновационной политики

Республики. Решение перечисленных задач основано на взаимодействии власти и бизнеса.

Анализ последних исследований и публикаций. Особое внимание в изучении взаимодействия властных и предпринимательских структур уделяли следующие учёные-экономисты Донецкой Народной Республики: Е. М. Азарян, И. А. Ангелина, Г. К. Губерная, А. Г. Марзюк, М. В. Миньковская. Особенности развития малого и среднего бизнеса в ДНР рассматривались Е. Г. Кошелевой, К. А. Гребенюк, А. А. Крамаренко, В. А. Ширококовой, М. В. Миньковской и др.

Анализ публикаций перечисленных авторов позволяет констатировать, что на сегодняшний день недостаточно изучены вопросы направлений взаимодействия власти и бизнеса в Донецкой Народной Республике, что обусловило цель и задачи статьи.

Целью статьи является определение основных направлений взаимодействия между властью и бизнесом при соблюдении баланса интересов.

Для этого были поставлены и решены следующие задачи:

- проведение анализа программы перспективного развития г. Донецка;
- выделение основных направлений взаимодействия власти и бизнеса;
- разработка системы инфраструктурного обеспечения малого и среднего бизнеса.

Изложение основного материала исследования. Взаимодействие любых экономических субъектов основано на *принципе баланса интересов*. Впервые данный термин относительно взаимодействия властных и предпринимательских структур (ВВПС) был введён И. А. Ангелиной: «баланс социально-экономических интересов властных и предпринимательских структур – это система показателей (критериев, параметров), характеризующих соотношение социально-экономических интересов между органами государственной власти и субъектами предпринимательства в ходе утверждения и реализации бюджетных программ, которая определяет условия их сотрудничества и границы взаимодействия» [1]. При этом интересы каждого конкретного субъекта не всегда могут быть реализованы в полной мере. Таким образом, наиболее эффективной системой считается та система, в которой взаимодействие её субъектов основано на максимальном удовлетворении и минимальном подчинении и подавлении интересов обеих сторон.

Основными принципами ВВПС, по мнению А. М. Федосеева, являются:

- обеспечение консенсуса экономических интересов взаимодействующих сторон;
- легитимность субъектов взаимодействия;
- обоюдная морально-этическая, а в известных пределах – регламентируемая соответствующим законодательством материальная, административная и судебная ответственность сторон;
- наличие эффективно действующего обоюдного мотивационного механизма взаимодействия;
- нацеленность на эффективное использование всей совокупности экономических ресурсов национальной экономики в целях её устойчивого роста и социального прогресса всего общества;
- сбалансированность действия механизмов рыночного саморегулирования и государственного воздействия на функционирование и развитие экономических и социальных процессов [2].

В Донецкой Народной Республике примером взаимодействия власти с малым и средним бизнесом является Программа восстановления и развития экономики и социальной сферы города Донецка на 2016 год [3].

По указанной Программе из запланированных 410 мероприятий требуют финансирования 339, при этом совместные для властных и бизнес структур только два:

– № 250 Привлечение средств специальных фондов (предприятий) на улучшение финансового обеспечения лечебно-профилактических учреждений в сумме 5791,2 тыс. рос. руб. (отрасль – здравоохранение);

– № 300 Проведение городских, районных спортивно-массовых соревнований, участие команд и спортсменов в соревнованиях высшего уровня планируется за счёт бюджета города и его районов в сумме 1850,0 тыс. рос. руб., а также привлечённых предприятий 160,0 тыс. рос. руб. (отрасль – физическая культура и спорт) для популяризации спорта и здорового образа жизни среди населения, увеличение количества занимающихся всеми видами физической культуры и спортом.

Создание благоприятных условий для развития бизнеса (нефинансируемые мероприятия) также можно считать элементом взаимодействия власти и предпринимательства в г. Донецке:

- разработка нормативно-правовой базы, направленной на развитие и государственную поддержку малого и среднего бизнеса;

- создание прозрачного и чёткого механизма взаимодействия органов власти и субъектов предпринимательской деятельности;

- упрощение таможенных процедур;

- совершенствование работы банковской системы для расчёта с контрагентами;

- разработка и внедрение единой налоговой и финансовой политики, направленной на действенную поддержку субъектов предпринимательской деятельности;

- внедрение льгот по налогообложению для предпринимателей, осуществляющих деятельность в районах, находящихся в непосредственной близости от зоны боевых действий;

- устранение административных барьеров на пути развития малого бизнеса;

- разработка и принятие нормативно-правовой базы для обеспечения возможности заключения договоров с контрагентами Российской Федерации;

- налаживание внешнеэкономических и новых торговых связей;

- оказание государственной поддержки предприятиям агропромышленного комплекса, привлечение инвестиций;

- проведение «круглых столов» с заинтересованными субъектами хозяйственной деятельности по вопросу осуществления внешнеэкономической деятельности для импорта товаров, произведённых в Российской Федерации и ближнем зарубежье, с целью расширения ассортимента реализуемой продукции, снижения уровня цен на потребительском рынке.

Кроме того, наращивание темпов экономического роста, повышение конкурентоспособности города предполагается за счёт следующих нефинансируемых мероприятий:

- стимулирование развития действующих и создание в городе новых наукоёмких производств;

- техническое переоснащение предприятий промышленного комплекса с целью повышения конкурентоспособности продукции;

- обеспечение возможности своевременной транспортировки сырья и готовой продукции;

- содействие созданию инновационного сектора в промышленности;

- сохранение кадрового потенциала и социальной защиты работников;

- помощь промышленным предприятиям в расширении рынков сбыта, сохранение конкурентных позиций на традиционных рынках.

Анализ программы развития г. Донецка привёл к необходимости определения основных направлений взаимодействия власти и бизнеса (табл. 1) для комплексного представления аспектов сотрудничества.

Таблица 1

Направления взаимодействия власти с малым и средним бизнесом

<i>Задачи органов власти</i>	<i>Ожидания власти</i>	<i>Направления взаимодействия</i>	<i>Ожидания малого и среднего бизнес</i>	<i>Задачи бизнеса</i>
Обеспечение законодательно-правовой базой и пакетом административных услуг	Выполнение законов	Нормативно-правовое	Принятие законов в пользу бизнеса	Соблюдение законов
Снижение налоговой нагрузки, применение льгот	Наполнение бюджета,	Экономическое	Осуществление деятельности, получение роста прибыли	Уплата налогов
Выполнение социально значимых функций государства	Повышение уровня доверия	Социальное	Создание новых рабочих мест, улучшение условий труда, соц. пакет	Социальная направленность
Информационное обеспечение	Получение статистической информации	Информационное	Удовлетворение потребности в информации	Предоставление отчётности
Стимулирование и юридическое сопровождение инноваций	Развитие инновационной деятельности	Инновационное	Поддержка инновационного пути развития	Разработка и внедрение новой техники и технологий
Поиск инвесторов	Создание проектов	Инвестиционное	Вложение инвестиций	Реализация проектов
Протекционистская политика	Развитие международных связей	Производственно-материальная	Увеличение каналов сбыта	Производство готовой продукции
Внедрение экологически чистых производств и технологий	Уменьшение выбросов	Экологическая	Контроль выбросов в окружающую среду	Уменьшение выбросов
Контроль денежных обращений	Поддержка российского рубля	Монетарная	Стабилизация валюты	Отказаться от гривны

Основными направлениями взаимодействия власти и бизнеса являются: экономическое, нормативно-правовое, социальное, информационное, инвестиционное, инновационное, производственно-материальное.

В законодательной сфере Народный Совет Донецкой Народной Республики принимает к рассмотрению законопроекты, разработанные министерствами и ведомствами (специальными комиссиями), при этом возможно привлечение профсоюзов, Союза предпринимателей и других общественных организаций.

Параллельно с этим базовое законодательство направлено на оказание определённых административных услуг субъектам предпринимательства, а также обеспечивает законное выполнение государством своих функций.

Осуществление деятельности, использование ресурсов, получение и рост прибыли предприятий позволяет наполнять бюджет Республики, а применение налоговых льгот стимулирует развитие приоритетных отраслей и видов деятельности (экономическое направление взаимодействия власти и бизнеса). При этом основной задачей государства является снижение налоговой нагрузки, а также разработка и применение льгот для предпринимательских структур. Основными задачами предпринимателей при этом взаимодействии является своевременная и полная уплата налогов.

Социальное направление сотрудничества в ДНР предполагает выполнение социально-значимых функций государством посредством подготовки кадров для бизнеса и повышения квалификации персонала, содействия в поиске нужных специалистов через

фонды занятости, предоставления льгот в налогообложении при трудоустройстве социально незащищённых слоёв населения и прочее. Эти направления позволят государству повысить уровень доверия населения, что создаст базу для продуктивной работы. Со своей стороны, предпринимательскими структурами обеспечивается создание новых рабочих мест, улучшение условий труда работников и обеспечение социальным пакетом (оплата отпусков, больничных, материальной помощи и т. п.).

Хотелось бы отметить, что в Донецкой Народной Республике происходит развитие социального партнёрства. Примером такого развития является приказ Министерства образования и науки ДНР № 741 от 8 июля 2016 года, в котором говорится о создании Совета по социальному партнёрству для обеспечения взаимодействия сторон при принятии решений по основным проблемным и перспективным вопросам, касающимся подготовки и трудоустройства специалистов для становления и развития экономики Донецкой Народной Республики.

Властные структуры, удовлетворяя потребность в своевременной и полной информации, могут контролировать и воздействовать на предпринимательские структуры и общество, получая статистические данные для формирования макроэкономических показателей и разработки тактических и стратегических программ развития Республики, а также определения бюджетных ориентиров на следующий бюджетный период.

Производственно-материальное взаимодействие предполагает:

- восстановление после боевых действий объектов производства (возможно, за счёт помощи государства);
- создание новых производств;
- саму производственную деятельность (выпуск готовой продукции).

Властные органы должны обеспечить открытый доступ товаропроизводителям к ресурсной базе и к рынкам сбыта, разработать основы протекционистской политики (защита собственного производителя). Инновационная сфера насыщает экономику новой техникой и технологиями, источником чего являются инновационные бизнес-идеи. В свою очередь, властные структуры должны разработать мероприятия по стимулированию и юридическому сопровождению инноваций в ДНР.

Экологическое направление затрагивается предпринимателями постоянно, особенно в Донецком регионе, где многие предприятия используют химически опасные вещества и технологии. Поэтому внедрение экологически чистых производств и технологий должно поддерживаться властными структурами и контролироваться объём выбросов в окружающую среду.

Монетарное направление взаимодействия выделено нами специально, так как в условиях экономической блокады все предприятия ДНР отказались от гривны как основной валюты и поддержали переход на российский рубль. Со своей стороны, власти Республики должны контролировать денежное обращение (в первую очередь, курс обмена валют, уровень инфляционных процессов, ценовую политику предприятий и прочее). Эффективность взаимодействия властных и предпринимательских структур может базироваться на развитии инфраструктурной сферы при таком сотрудничестве (рис. 1).

Остановимся более детально на рассмотрении данного аспекта. Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства – это совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, целью функционирования которых является создание благоприятных условий для развития предпринимательства.

Это обеспечивается путём оказания комплексной и адресной поддержки малым и средним предприятиям в различных направлениях: информационном, обучающем, научно-техническом, технологическом, финансовом, имущественном. Наряду с этим осуществляется оказание целого спектра деловых услуг, деловых контактов [4].



Рис. 1. Система инфраструктурного обеспечения малого и среднего бизнеса
(составлено авторами на основании [5])

Для решения широкого круга возникающих проблем необходимо вокруг местных центров поддержки малого и среднего бизнеса создать (привлечь на конкурсной основе) по 15-20 малых и средних предприятий или организаций, реализующих основные рыночные функции:

- рыночную адаптацию и обучение;
- консалтинг, маркетинг, рекламу;
- дизайн;
- информатику;
- торговлю;
- лизинг и инжиниринг;
- организационно-финансовое и технологическое сопровождение.

Эти предприятия и организации, являясь звеньями сервисной сети, будут обеспечивать непосредственную поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства, а также прохождение учебной практики начинающими предпринимателями.

Таким образом, местный фрагмент инфраструктуры будет включать административно управляемый центр, его сервисную систему и собственно малые и средние предприятия [5].

Выводы по данному исследованию.

1. Программа восстановления и развития экономики и социальной сферы города Донецка на 2016 год позволяет выявить благоприятные условия для развития бизнеса в г. Донецке.

2. Анализ программы развития г. Донецка привёл к необходимости определения основных направлений взаимодействия власти и бизнеса для комплексного представления аспектов сотрудничества.

3. Эффективность взаимодействия властных и предпринимательских структур базируется на развитии инфраструктурной сферы при таком сотрудничестве.

Список использованных источников

1. Ангелина, И. А. Методический подход к анализу и оценке взаимодействия властных и предпринимательских структур / И. А. Ангелина // Вестник ДонНУЭТ. Сер. Экономические науки. – 2014. – № 1(61). – С. 64-70.

2. Федосеев, А. М. Основы взаимодействия предприятий малого и среднего бизнеса с органами государственного и регионального регулирования / А. М. Федосеев. // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2009. – № 2. – С. 173-176.

3. Программа восстановления и развития экономики и социальной сферы города Донецка на 2016 год. Администрация г. Донецка. Тенденции социально-экономического развития города за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gorod-donetsk.com/programma-vostranovleniya-i-razvitiya>

4. Синяева, И. М. Инфраструктура поддержки малого бизнеса / Маркетинг в малом бизнесе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 287 с.

5. Алтынникова, Л. А., Формирование инфраструктуры малого бизнеса / Л. А. Алтынникова, И. М. Голайдо, И.В. Кузнецова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2008/Economics/29998.doc.htm

УДК 339.9

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА СБОРКИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

ПРИПОТЕНЬ В. Ю.,
д-р экон. наук, проф., ГОУ ВПО
ЛНР «Донбасский государственный
технический университет» («ДГТУ»),
БОРОДАЧ Ю. В.,
канд. экон. наук, доц., ГОУ ВПО
ЛНР «ДГТУ»

В статье рассматриваются вопросы выбора эффективной формы организации сборки на машиностроительных предприятиях в зависимости от типа производства. Выбор оптимальной формы сборки всегда являлся основной стороной хозяйственной деятельности. В последнее время данный выбор приобрёл положение одной из наиболее важных функций экономики предприятия. Это связано с переходом от рынка продавца к рынку покупателя, вызвано необходимостью гибкого реагирования производственных систем машиностроительных предприятий на изменчивые приоритеты потребителя.

Ключевые слова: сборка; тип производства; серийность; организационная форма; длительность сборочного цикла.

В статті розглядаються питання вибору ефективної форми організації збірки на машинобудівних підприємствах в залежності від типу виробництва. Вибір оптимальної форми збірки завжди є основною стороною господарської діяльності. В останній час даний вибір придбав положення однієї з найважливіших функцій економіки підприємства. Це пов'язане з переходом від ринку продавця до ринку покупця, викликане необхідністю гнучкого реагування виробничих систем машинобудівних підприємств на мінливі пріоритети споживача.

Ключові слова: збірка; тип виробництва; серійність; організаційна форма; тривалість складального циклу.

In the article the questions of choice of effective forms of organization of assemblies at machine-building enterprises depending on the type of production. The choice of the optimum form of build has always been the basic party to economic activity. Lately this selection has acquired the position of one of the most important functions of an enterprise economy. This is due to the transition from seller's market to buyer's market, due to the need of flexible response of production systems machine-building enterprises on the changing priorities of the consumer.

Keywords: assembly; type of production; seriation; organisational form; the duration of the assembly cycle.

Актуальность темы исследования: Выбор рациональной организации сборки во многом определяет эффективность всего производства изделий в машиностроении. Прежде всего, необходимо исходить из основных требований, предъявляемых к процессу сборки, экономии рабочего времени и средств, сокращению продолжительности цикла, рациональному использованию производственных площадей.

Постановка проблемы. В машиностроительной отрасли одной из основных целей является увеличение конкурентоспособности продукции предприятия. Для повышения привлекательности выпускаемой продукции необходимо стремиться к снижению себестоимости, а в данной ситуации основной статьей, ведущей к достижению поставленной цели, является снижение длительности сборочного цикла. Длительность сборки зависит от выбранной организационной формы сборочного процесса. В статье планируется разработать критерии выбора организационной формы сборочного процесса в зависимости от типа производства.

Схемы производства в зависимости от типа представлены на рис. 1.

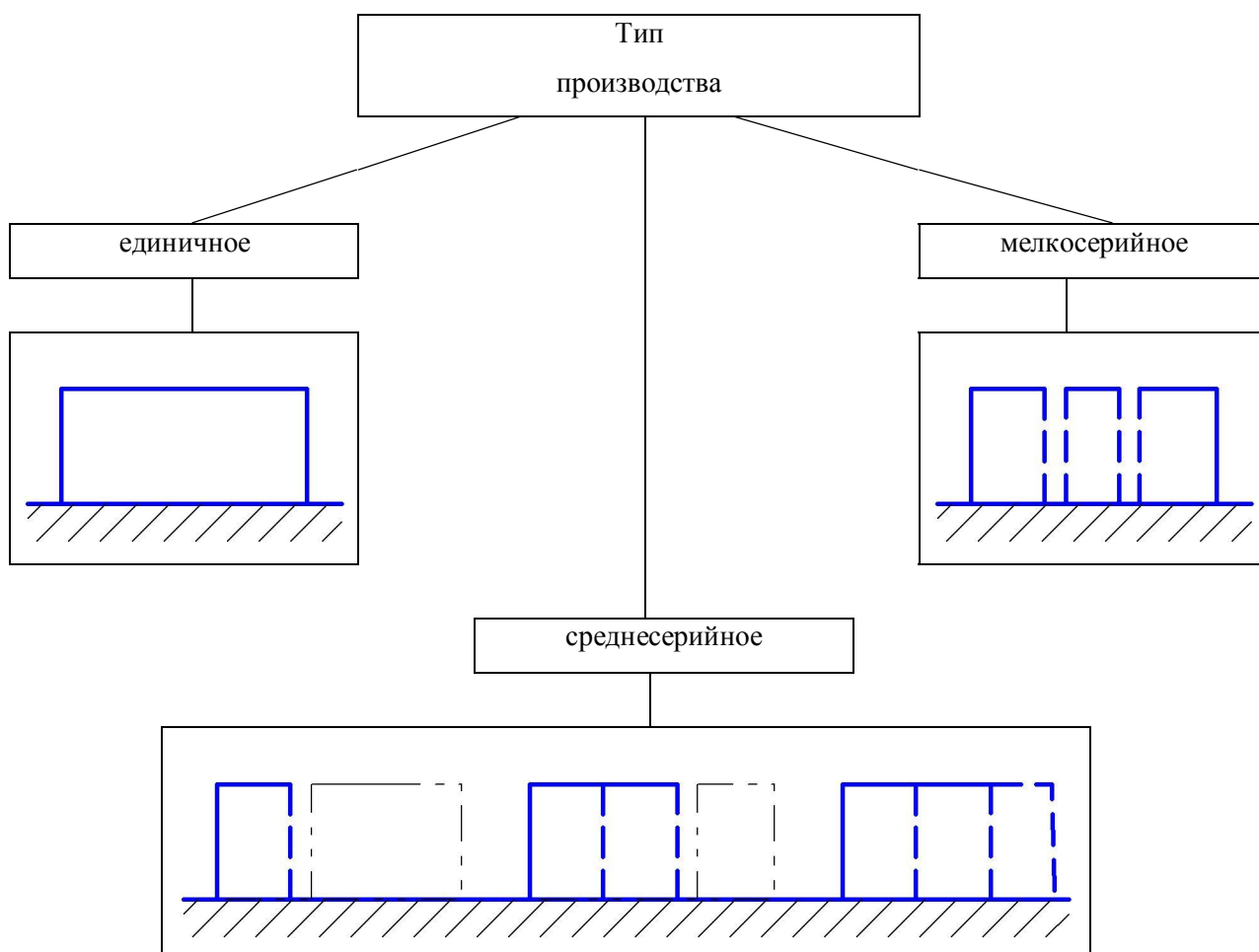


Рис. 1. Схемы производства в зависимости от типа

Целью статьи является визуализация выбора организационной формы сборки в зависимости от типа машиностроительного производства.

Основная часть исследования. Организационными формами сборки являются стационарная и подвижная. При стационарной сборке изделие полностью собирают на одном сборочном посту, то есть все детали и узлы, требуемые для сборки изделия, поступают на этот пост.

При подвижной сборке собираемое изделие последовательно перемещается по сборочным постам, на каждом из которых выполняется определённая операция. Посты оснащаются приспособлениями и инструментами, необходимыми для выполнения данной операции, детали и узлы для сборки поступают на соответствующие посты.

В данной статье рассматривается выбор в качестве формы сборочного процесса стационарной сборки, которая является более актуальной в сложившейся экономической ситуации региона. Стационарная сборка может осуществляться по двум принципам: по принципу концентрации (без расчленения сборочных работ) и по принципу дифференциации (с расчленением сборочных работ).

Стационарную сборку изделия по принципу концентрации практически должен осуществлять один рабочий высокой квалификации. Цикл сборки изделия по данному методу при значительной трудоёмкости сборочного процесса удлиняется, и при большой программе выпуска требуется большее количество сборочных площадей, инструмента, оборудования и пр. Поэтому данный вид сборки применяют в единичном и мелкосерийном типах производства, когда весь процесс сборки изделия состоит из

небольшого количества операций, а также этот метод часто применяется в опытном производстве при сборке специальных, уникальных приборов.

В данный момент, в связи с недостатком рабочих высокой квалификации, такая организация сборки начинает довольно широко распространяться и в ряде производств средней серийности. Качество сборки при этом возрастает и повышается производительность труда.

Сборщик выполняет не только все операции от начала до конца, но и проверяет качество собранного изделия. Это значительно повышает его ответственность за сборку и надёжность изделия.

Одной из разновидностей метода сборки по принципу концентрации является метод, при котором сборку всего крупногабаритного изделия выполняет бригада рабочих. Такой метод можно условно назвать «бригадным». Но выбор данного метода сборки является первым шагом на пути к дифференциации, так как внутри бригады имеет место определённое разделение работ: одни рабочие специализируются на одной группе сборочных операций, другие – на другой.

При сборке нескольких однотипных изделий каждому рабочему бригады зачастую закрепляют один или несколько узлов изделия, вследствие чего члены бригады специализируются на выполнении конкретных сборочных работ. Однако по техническим условиям в большинстве случаев вести сборку всех узлов одновременно невозможно. В связи с этим при таком методе сборки большое значение имеет правильное планирование процесса сборочных работ по узлам с учётом их трудоёмкости и последовательности установки на изделие.

Применение на сборке крупных изделий, состоящих из большого числа деталей и узлов, метода сетевого планирования является эффективным. Сетевой график процесса способствует полному использованию возможностей производства за счёт чёткого определения сроков выполнения конкретных комплексов работ по сборке комплектации узлов и систем, параллельного проведения этих работ, выявления участков, ограничивающих темп сборки; облегчает диспетчеризацию; позволяет проводить систематический контроль хода работ.

Данный метод сборки («бригадный») широко распространён в единичном и мелкосерийном производствах, а также при выполнении повторной сборки машины на месте её постоянной работы.

При использовании сборки по принципу концентрации длительность сборочного цикла ($T_{сб}$) рассчитывается по следующей формуле в часах:

$$T_{сб} = \frac{T_{сб\sum}}{B} \cdot N_c,$$

где $T_{сб\sum}$ – трудоёмкость процесса сборки одного изделия в человеко-часах;

B – количество рабочих в сборочной бригаде;

N_c – число собираемых изделий.

Из данной формулы видно, что спецификой метода является уменьшение длительности сборочного цикла за счёт увеличения рабочих в бригаде и ограничивается возможностью рациональной расстановки их на сборочном участке (при большом количестве рабочих они будут мешать друг другу).

Стационарная сборка по принципу дифференциации предполагает деление процесса на узловую сборку основных групп и общую сборку изделия. При этом сборку каждой группы и общую сборку изделия выполняют в одно и то же время многие сборщики. В результате одновременного выполнения сборочных операций большим количеством рабочих длительность процесса сборки значительно сокращается, что естественно приведёт к сокращению сроков поставок.

При использовании сборки по принципу дифференциации длительность сборочного цикла ($T_{сб}$) в зависимости от различных условий может рассчитываться по следующим формулам в часах:

$\frac{\tau_o}{B_o} \geq \frac{\tau_y}{B_y}$	$T_{сб} = \frac{\tau_y}{B_y} + \frac{\tau_o}{B_o} \cdot N_c$
$\frac{\tau_o}{B_o} < \frac{\tau_y}{B_y}$	$T_{сб} = \frac{\tau_y}{B_y} \cdot N_c + \frac{\tau_o}{B_o}$

где τ_y – трудоёмкость сборки наиболее трудоёмкого узла;

B_y – количество рабочих, занятых на сборке наиболее трудоёмкого узла;

τ_o – трудоёмкость общей сборки изделия;

B_o – количество рабочих, занятых на сборке конечного изделия.

Расчленение процесса сборки даёт значительный экономический эффект: сокращается потребность в рабочей силе и производственных площадях, увеличивается максимально возможный выпуск изделий, уменьшается трудоёмкость, снижается себестоимость сборочных работ.

В ряде производств объект сборки по принципу дифференциации остаётся на одном месте. Собираемые машины размещают на стапелях или стендах, а рабочий (или группа рабочих) выполняет у каждого объекта сборочную операцию, после окончания которой переходит к следующему объекту, где продельывает ту же операцию и т. д. При этом методе сборки каждую группу рабочих целесообразно снабжать небольшим передвижным столом, на котором помещаются инструмент и приспособления для механизации процесса сборки.

Время, затрачиваемое на переход от одного объекта сборки к другому при расстоянии между объектами l и скорости передвижения v_o .

$$\tau = \frac{l}{v_o}.$$

Для выполнения сборочных операций необходимо наличие только одной бригады на каждом объекте. Следовательно, переход бригад от одного объекта сборки к другому должен совершаться одновременно через определённый промежуток времени. Таким образом, выход готового изделия с участка сборки будет совершаться тоже через этот промежуток времени, называемый темпом сборки.

При процессе сборки по принципу концентрации темп не регулируется, и выпуск продукции совершается неравномерно, через различные промежутки времени.

Полную сборку некоторых крупных и тяжёлых машин осуществить на заводе-изготовителе трудно. Для этого требуются значительные площади, соответствующие габаритам машины, специальные подъёмные средства. Поэтому на ряде заводов тяжёлого машиностроения применяется так называемый цепной метод сборки.

Машину собирают последовательно, начиная с базового узла. Но весь процесс общей сборки разрабатывается и организуется так, чтобы на определённых этапах собранные ранее узлы можно было без нарушения качества дальнейших работ, разобрать и отправить заказчику. Таким образом, необходимые для сборки площади сокращаются и уменьшается цикл сборки.

Преимущества сборки по принципу дифференциации состоят в том, что для расчленённого процесса при заданной программе выпуска изделий требуется меньше производственных площадей, так как сокращается цикл сборки, уменьшается количество одновременно собираемых изделий и объём незавершённого производства; при

расчленённом процессе сборки имеется возможность оснастить каждую операцию специальными приспособлениями и специальным инструментом.

Рабочий, освоивший конкретную операцию, использует специальные приспособления более эффективно, и вследствие этого затраты времени на неё будут меньше, чем у рабочего бригады, не имеющего достаточного навыка. Время на сборку изделия и потребное количество рабочих при расчленённом процессе сборки в конечном счёте сокращаются по сравнению с нерасчленённым.

Выводы. В ходе проведённых исследований разработаны указания для выбора оптимально эффективной формы сборки машиностроительных предприятий, что, в свою очередь, приведёт к достижению поставленных целей. Схема выбора формы сборки приведена на рис. 2.

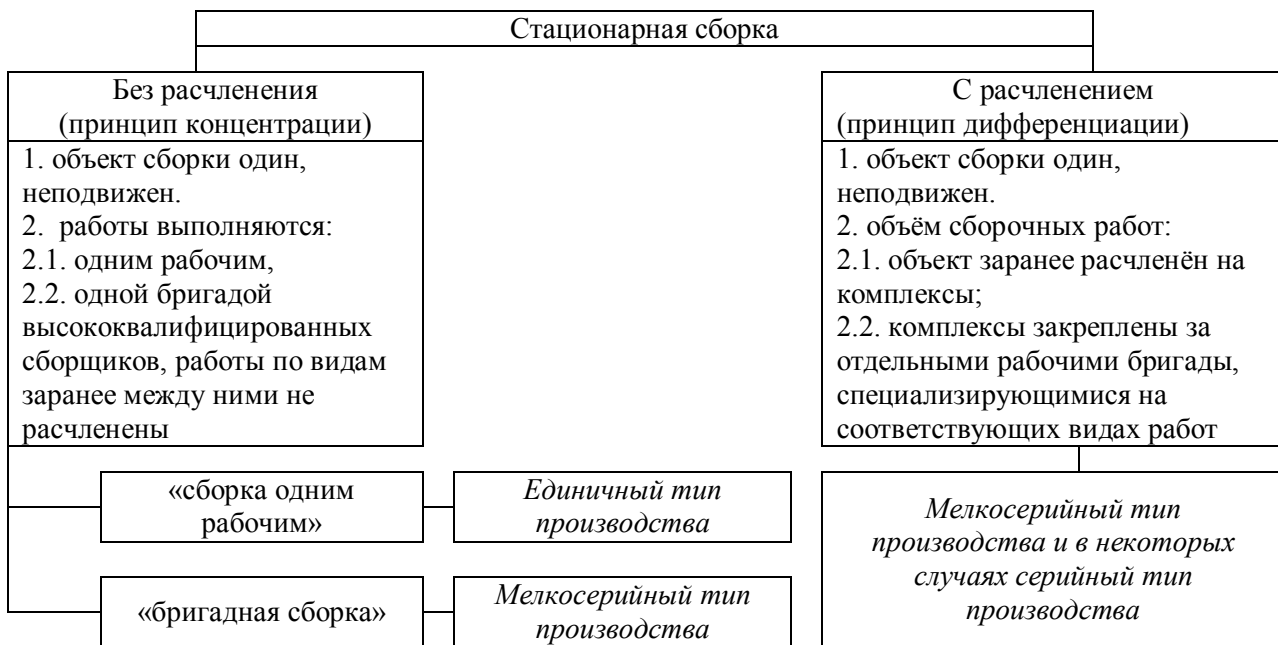


Рис. 2. Выбор оптимальной формы сборки предприятий машиностроительного комплекса

Список использованных источников

1. Бородач Ю. В. Повышение эффективности управления материальными потоками сборочного производства / Юлия Викторовна Бородач // Новые подходы в экономике и управлении: материалы III международной научно-практической конференции, 15-16 сентября 2013. – Прага: Высшая школа экономики; НИЦ «Социосфера», 2013. – С. 130-133.

2. Бородач Ю. В. Управління матеріальними потоками складання / Юлія Вікторівна Бородач // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, 29-30 травня 2013 року. – Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2013. – С. 195-197.

3. Організація і моделювання сучасного складального виробництва: монографія / В. М. Гончаров [та ін.]; під заг. ред. В. М. Гончарова. – Донецьк, ТОВ «Альматео», 2005. – 160 с.

4. Організація управління ефективним розвитком промислових підприємств в умовах ринкового конкурентного середовища: монографія / В. М. Гончаров, Д. В. Солоха, В. Ю. Припотень, О. А. Фесіна. – Донецьк, СПД Купріянов В. С., 2006. – 206 с.

УДК 338.242:330.142

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

РЯБОКОНЬ М. В.,
канд. экон. наук, ГОУ ЛНР
«Луганский национальный
аграрный университет»

В данной работе рассмотрен вопрос инвестиционного обеспечения планирования социально-экономического развития территории, определено составное понятие «инвестиционный потенциал», дано определение инвестиционному потенциалу как фактору структурных сдвигов послекризисного возобновления экономики.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал; инвестиционная политика; региональное развитие; планирование.

В даній роботі розглянуто питання інвестиційного забезпечення планування соціально-економічного розвитку території, визначено складне поняття «інвестиційний потенціал», дано визначення інвестиційному потенціалу як фактору структурних зрушень післякризового відновлення економіки.

Ключові слова: інвестиційний потенціал; інвестиційна політика; регіональний розвиток; планування.

In this paper we consider the investment planning ensuring the socio-economic development of the territory defined, composite concept of «investment potential», defines the investment potential as a factor of structural changes of the economy post-crisis resumption

Keywords: investment potential; investment policy; regional development; planning.

Актуальность. Современная экономика нуждается в значительных инвестициях, поскольку реформирование хозяйственного механизма сопровождается перепрофилированием подавляющего большинства предприятий. Сегодня довольно важным является сохранение приобретённого научно-технического потенциала, его структурное преобразование и обеспечение дальнейшего научно-технического развития, которое даст возможность перейти от экономики с преобладающим объёмом производств низких технологических устройств к созданию и использованию технологий более высокого уровня.

Отсутствие, недостаточная развитость технологической структуры, низкий технический уровень производственной базы субъектов хозяйствования, слабое финансирование государством научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работ, ограниченность финансовых ресурсов не дают возможности экономике развиваться в направлении достижения более высоких технологических устройств на собственной научно-технической основе, когда научные и исследовательско-конструкторские разработки превращаются в базовый элемент производства. Поэтому формирование эффективной государственной научно-технической и инвестиционной политики, стимулирование развития инновационной сферы является важной задачей и условием становления экономической независимости любого государственного образования.

Анализ последних исследований. Несмотря на то, что данной проблеме посвящено немало работ таких учёных и практиков, как: А. Вольская, В. Геец, В. Гончаров, Г. Губерная, В. Дорофиенко, М. Ермошенко, В. Логвиненко, В. Лукьянченко, И. Петренко, В. Пилюшенко, А. Поважный, С. Поважный, А. Родионов и др., вопросы

совершенствования механизмов реализации инвестиционной политики требуют дальнейших исследований.

Изложение основного материала. Аккумулируя предпринимательский, государственный и смешанный капитал, обеспечивая доступ к современным технологиям и менеджменту, инвестиции не только содействуют формированию национальных инвестиционных рынков, но и оживляют рынки товаров и услуг. Кроме того, эффективное привлечение и использование инвестиционных ресурсов содействуют макроэкономической стабилизации и позволяют решать проблемы социального развития.

Инвестиции являются одним из наиболее употребляемых понятий в экономической системе как на макро-, так и на микроуровне. Однако, несмотря на постоянное пристальное внимание исследователей к этой ключевой экономической категории, научная мысль до сих пор не выработала универсального определения инвестиций, которое отвечало бы нуждам как теории, так и практики, а также было бы адекватным позициям конкретного субъекта осуществления инвестиционной деятельности – государства, предприятия, домашнего хозяйства.

Как самостоятельная наука, инвестирование сформировалась относительно недавно, хотя отдельные разработки в этом направлении велись ещё во время Второй мировой войны. Однако исследователи полагают, что началом этого процесса была первая половина 50-х годов XX века, когда М. Марковиц в своих работах заложил основы современной теории инвестиционного портфеля, разработал положение относительно методологии принятия решений в сфере инвестирования и предложил для этого соответствующий научный инструментарий.

Во второй половине 50-х годов прошлого века, наряду с активизацией научных поисков эффективной инвестиционной политики, начинают проводиться интенсивные исследования теории структуры капитала и цены источников финансирования, административного регулирования финансовых расходов, промышленности и в особенности ценных бумаг [1].

Основной вклад в исследования этих проблем сделали Ф. Модильяни и Г. Миллер, разработавшие так называемую теорию финансов корпорации, которая устанавливала связь между структурой основного капитала и политикой дивидендов фирм-производителей, с одной стороны, и рыночной оценкой этих фирм и затратами капитала – с другой. Предметом данной теории является изучение обоснованности принятия решений частными фирмами относительно инвестиций и по финансовым вопросам.

Формирование западной научной мысли относительно инвестирования осуществлялось на основе учений о финансах. Именно в пределах теории финансов сформировалась прикладная дисциплина – инвестиционный менеджмент – как наука, посвящённая методологии и механизму управления инвестициями компании и непосредственно включающая три взаимосвязанных направления, которые составляют ядро процесса управления инвестициями компании:

- инвестиционная политика (действия, связанные с размещением инвестиционных ресурсов);

- управление источниками средств (принятие решения о том, откуда брать средства и какой должна быть оптимальная структура источников финансирования);

- дивидендная политика (определение объёмов дивидендов и видов их выплаты).

Значительный импульс для развития теории инвестиций был задан становлением системы частного предпринимательства и ростом конкуренции. Пиком исследований инвестирования можно считать 90-е годы XX века, когда проблемам теории инвестиций и связанных с этим понятием процессам уделялось особое внимание [2; 3].

Согласно позиции меркантилистов, среди которых ведущую роль играли научные взгляды Т. Манна, Д. Юма, Д. Ло, Ж. Кольбера, Л. Зекендорфа, И. Беккера, Ф. Горнига,

начальное состояние формирования основных принципов инвестиционной теории связано с парадигмой экономического анализа. Руководящие принципы научного мировоззрения этих исследователей в области инвестиционной теории связывали, прежде всего, с источниками формирования инвестиционных ресурсов.

Определённое развитие инвестиционной теории связано с научно-исследовательской деятельностью представителей экономической школы физиократов – Ф. Кене, Ж. Тюрбо, М. Ривьеры, Т. Сиена. Их видение формирования инвестиционных ресурсов и объектов инвестирования было основано на земледельческом производстве (а не на торговле, как у меркантилистов). Именно оно, по их мнению, было единственным источником формирования положительного значения суммы прибыли, часть которой могла использоваться в качестве инвестиционного ресурса. Приоритетной инвестиционной политикой государства и отдельных предпринимателей физиократы, соответственно, считали вложение средств в развитие сельскохозяйственного сектора экономики. Обобщая взгляды отечественных и зарубежных учёных-экономистов на теоретические положения инвестиционного анализа, мы приходим к выводу о существовании определённых расхождений, прежде всего, в толковании понятия «инвестиции».

Целью инвестиционной политики является обеспечение постоянного социально-экономического развития страны на основе качественного обновления основных и оборотных фондов. Достижение такой цели нуждается не только в наращивании инвестиционных ресурсов, но и в повышении экономической и социальной эффективности их использования. Это особенно актуально, поскольку полноценная интеграция любой национальной экономики в мировую систему хозяйствования возможна лишь при условии опережающего развития, которое базируется на широком использовании инвестиционного потенциала.

Результативность осуществления процесса структурной перестройки экономики нашего региона в значительной мере, зависит от эффективности функционирования систем управления финансовыми ресурсами на уровне отдельных предприятий. Её можно оценивать в статике и динамике. В первом случае, по нашему мнению, предполагается определение стоимости предприятия на определённую дату, а во втором – его инвестиционного потенциала.

Оценка инвестиционного потенциала имеет особое значение в процессе функционирования системы управления финансовыми ресурсами предприятия, поскольку позволяет определить – является ли предприятие инвестиционно-привлекательным. Повышение оценки инвестиционного потенциала свидетельствует о создании благоприятных условий относительно вложения средств в данное предприятие, а также обеспечивает не только сохранение, но и улучшение его позиций в конкурентной борьбе.

Особое внимание учёными уделяется такой категории, как «инвестиционный потенциал». Он обычно трактуется как благоустроенная совокупность инвестиционных ресурсов [4]. Понятие «потенциал» означает «... совокупность имеющихся средств, способностей, возможностей в любой области». Под термином «инвестиционный потенциал» следует понимать совокупность имеющихся материальных и нематериальных, трудовых и организационно-управленческих ресурсов предприятия, которые характеризуют его способность принять и освоить инвестиционные средства.

Как правило, оценка инвестиционного потенциала предусматривает проведение финансового анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия, который позволяет оценить вариант управленческого решения в действии, а также сильные и слабые его стороны. Как известно, понятие «инвестиции» до 1991 года подменялось понятием «капитальные вложения», то есть они были тождественными понятиями [5; 6].

Инвестиции полагали самым важным экономическим инструментом, который характеризовался и анализировался в двух аспектах: как экономическая категория и как процесс, связанный с движением денежных средств (ресурсов). При этом основное внимание было сосредоточено на структуре источников финансирования капитальных вложений, договорных отношениях участников инвестиционного процесса (подрядчиков, заказчиков и других) и роли банков в финансировании и кредитовании капитальных вложений.

Институциональные инвесторы, как правило, основной формой своей деятельности избирают финансовые инвестиции, поскольку работают на финансовом рынке, а реальные инвестиции они могут осуществлять только в пределах законодательства для каждой группы таких инвесторов. Производители большей частью осуществляют реальное инвестирование в форме капитальных вложений и приобретения нематериальных активов с целью осуществления реконструкции, расширение, модернизации производства, поддержки действующих мощностей и т. п. Относительно финансовых инвестиций предприятий: они, как правило, связаны с краткосрочными вложениями временно свободных денежных средств или долевым участием в отдельных предприятиях и осуществляются на более поздних стадиях развития субъекта хозяйствования.

Следует отметить, что правильное и быстрое определение инвестиционного потенциала предприятия позволяет потенциальному инвестору осуществлять наиболее оптимальное управление финансовыми ресурсами, которые находятся в его распоряжении. Это позволяет, с одной стороны, минимизировать риск от инвестиционной деятельности, а с другой – максимизировать доходы от неё. В связи с этим можно сказать, что в условиях расширения предприятиями своей деятельности на основе освоения новых видов продукции целесообразным является поглощение или слияние с другими предприятиями, которые специализируются на их выпуске.

Таким образом, пересмотрев основные теоретические взгляды относительно инвестирования, мы приходим к выводу, что сущность инвестиций можно изложить в такой редакции: инвестиции – это вложения капитала (денежных, материальных и нематериальных ценностей) в финансовые и реальные активы с целью получения прибыли (дохода) и/или роста стоимости капитала.

Если говорить об инвестиционных ресурсах Луганской Народной Республики (ЛНР), то нужно отметить следующее: в настоящее время они не обеспечивают эффективного расширенного воспроизводства, что объясняется изношенностью (до 70%) основных фондов действующих предприятий, которые используют крайне устаревшую материально-техническую базу, и в связи с этим большинство оборотных средств направляется не на обновление оборудования, а на его ремонт. Кроме этого, снижает объём инвестирования и кризис платежей.

Среди проблем, которые тормозят экономическую динамику в Республике, можно назвать ограниченность ресурсов при высокой технологической потребности экономики в дополнительных средствах и инвестициях в основной капитал. Стратегически важная проблема завершения переходного периода и развития рыночной экономики сводится к вопросу о привлечении определённого минимально необходимого объёма инвестиционных ресурсов, которые могли бы послужить опорой для дальнейшего наращивания экономического оборота уже на собственной основе.

Это должно стать средством обеспечения выхода из продолжительного экономического кризиса, наблюдавшегося с 1991 года – момента распада СССР, достижения реальных структурных сдвигов в народном хозяйстве, технического перевооружения, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности на микро- и макроуровнях и, главное, жизненного уровня населения. Активизация инвестиционного процесса является решающим условием успешного продолжения

социально-экономических преобразований в ЛНР.

С этой целью на рассмотрение руководства Парламента ЛНР был выдвинут Законопроект «Об инвестиционной деятельности» № 113-ПЗ/15 от 16 сентября 2015 года. В нём говорится о том, что «...инвестициями являются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате чего создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект. Такими ценностями могут быть денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги; движимое и недвижимое имущество; имущественные права, которые происходят из авторского права, опыт и другие интеллектуальные ценности; совокупность технических, технологических, коммерческих и других знаний, оформленных в виде технической информации, привычек и производственного опыта, необходимых для организации того или другого производства; права пользования землей и другие ценности.

Инвестиции, направленные на воспроизведение основных фондов и на прирост материально-производственных запасов, осуществляются в форме капитальных вложений» [7; 8].

В Законопроекте ЛНР «Об инвестиционной деятельности» указывается также, что в уточнении нуждаются и объекты инвестиционной деятельности, поскольку в Законопроекте под ними полагают только те, которые будут содействовать получению прибыли (дохода) или достижению социального эффекта.

Таким образом, делается ударение на цели инвестиционных вложений, а характеристики объектов не уточняются. Целесообразнее было бы выделить финансовые активы (средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги) и реальные активы:

- движимое и недвижимое имущество, имущественные права, которые вытекают из авторского права, опыт и другие интеллектуальные ценности;
- «ноу-хау»; права пользования землёй, водой, ресурсами, домами, сооружениями, оборудованием;
- другие имущественные права и другие ценности.

Согласно Законопроекту ЛНР «Об инвестиционной деятельности» приоритетами в сфере инвестиционной деятельности в Республике официально определены вопросы права собственности; охраны прав интеллектуальной собственности; землепользование; устранение административных препятствий для инвестиционной деятельности; выполнение решений судов и других органов (должностных лиц); специальных режимов стимулирования инвестиционной деятельности; налоговой политики; банковских и небанковских финансовых учреждений; комплексного развития экономики; высоких технологий и связи; сельского хозяйства и пищевой промышленности; создание положительного имиджа региона [7].

Для активизации инвестиционного процесса в ЛНР было принято и вступило в силу Постановление Совета Министров Луганской Народной Республики № 401 от 2 августа 2016 года «Об утверждении Временного порядка регулирования инвестиционной деятельности на территории Луганской Народной Республики и Положения о порядке разработки, согласования и утверждения инвестиционных проектов».

Временный порядок регулирования инвестиционной деятельности регламентирует правовые и экономические основы регулирования инвестиционной деятельности на территории Луганской Народной Республики и устанавливает гарантии равной защиты прав, интересов и имущества инвесторов, субъектов и участников инвестиционной деятельности независимо от форм собственности.

Нормы Временного порядка регулирования инвестиционной деятельности на территории ЛНР не распространяются на отношения, связанные с вложениями капитала в

банки и иные кредитные организации, а также в страховые организации. Запрещается инвестирование в объекты, создание и использование которых не отвечает требованиям санитарно-гигиенических, радиационных, экологических, архитектурных и других норм, установленных законодательством Луганской Народной Республики, а также нарушает охраняемые законом права и интересы граждан, юридических лиц и государства.

В соответствии с нормами Временного порядка, разработка и реализация инвестиционного проекта предполагает четыре основных стадии прохождения инвестиционного проекта: предпроектную, проектную, стадию реализации и заключительную стадию.

Каждая из этих стадий включает следующие мероприятия.

I. Предпроектная стадия:

- направление анкеты потенциального инвестиционного проекта и заявления Председателю Комиссии при Совете Министров Луганской Народной Республики по вопросам рассмотрения инвестиционных проектов;

- составление бизнес-плана инвестиционного проекта с обязательным технико-экономическим обоснованием.

Анкета, заявление и бизнес-план инвестиционного проекта с технико-экономическим обоснованием направляются инициатором инвестиционной деятельности в Комиссию в печатном и электронном виде согласно типовым формам.

II. Проектная стадия:

- проведение государственной экспертизы инвестиционного проекта исполнительными органами государственной власти, которые определены Комиссией при Совете Министров Луганской Народной Республики по вопросам рассмотрения инвестиционных проектов, а в случае необходимости – с привлечением экспертов;

- заключение Комиссии о признании проекта инвестиционным;

- утверждение инвестиционного проекта Советом Министров Луганской Народной Республики;

- для регистрации и присвоения кода инвестиционного проекта, инициатор осуществляет одно из следующих действий, в установленном законодательством порядке: создаёт и регистрирует субъекта хозяйствования на территории Луганской Народной Республики; аккредитует филиал иностранных юридических лиц-инвесторов на территории Луганской Народной Республики (в случае если инвестором является иностранное юридическое лицо); заключает контракт /договор между инвестором и субъектом инвестиционной деятельности (в т. ч. ранее зарегистрированного на территории Луганской Народной Республики) и предоставляет копии контракта/ договора в исполнительный орган государственной власти, ответственный за координацию и регулирование инвестиционной деятельности;

- получает для инвестиционного проекта индивидуальный код в исполнительных органах государственной власти, ответственных за координацию и регулирование инвестиционной деятельности.

III. Стадия реализации:

- предоставление льгот соответствующими исполнительными органами государственной власти инвестору и/или субъекту инвестиционной деятельности по утвержденному инвестиционному проекту;

- фактическая реализация инвестиционного проекта в соответствии с бизнес-планом инвестиционного проекта, осуществляемая инвестором и (или) субъектом, а также участниками инвестиционной деятельности;

- проведение исполнительными органами государственной власти, на территории которых зарегистрирован субъект инвестиционной деятельности, мониторинга реализации инвестиционного проекта.

IV. Заключительная стадия:

- предоставление инвестором и/или субъектом инвестиционной деятельности отчета о завершении инвестиционного проекта.

Нормами Временного порядка регулирования инвестиционной деятельности к государственным гарантиям прав инвесторов отнесено следующее:

1. Государство гарантирует равенство прав, предоставляемых инвесторам независимо от их формы собственности при реализации инвестиционных проектов, а также равную, без всякой дискриминации, защиту прав и законных интересов инвесторов.

2. Государство гарантирует инвестору и/или субъекту инвестиционной деятельности предоставление налоговых, таможенных льгот, льгот относительно земельного налога и арендной платы, а также иных льгот, предусмотренных законодательством Луганской Народной Республики.

3. Инвестору гарантируется после уплаты налогов и других обязательных платежей, установленных законодательством Луганской Народной Республики, беспрепятственный перевод за пределы Луганской Народной Республики прибыли (дохода), полученной на территории Луганской Народной Республики в результате осуществления инвестиционной деятельности, а также платежей, производимых в пользу иностранного инвестора и связанных с осуществлением инвестиций. Документ об отсутствии задолженности выдается Государственным комитетом налогов и сборов Луганской Народной Республики.

4. Государство гарантирует непосредственную защиту инвестиций в соответствии с законодательством Луганской Народной Республики, в том числе иностранных, независимо от форм собственности. Инвесторам обеспечивается равноправный режим, исключающий применение мер дискриминационного характера, которые могли бы воспрепятствовать управлению инвестициями, их использованию, а также предусматриваются условия вывоза вложенных товарно-материальных ценностей и результатов инвестиций при уплате всех обязательных платежей в бюджет Луганской Народной Республики.

Ключевым аспектом регулирования инвестиционных процессов является определение их внутренних целей. Так, система целей производственного инвестирования, на наш взгляд, включает два основных направления: первая и основная целевая составляющая инвестирования – это достижение увеличения суммы инвестированных средств через получение прибыли. Второй составляющей инвестирования является получения определённого эффекта, который может состоять как в расширении социально-потребительских характеристик, так и в повышении потенциала объекта инвестирования.

На современном этапе развития инвестиционного механизма ключевым его принципом будет обеспечение алгоритмизации экономических взаимоотношений, которые обеспечивают процесс инвестирования. Основой определения алгоритмов и нормативов функционирования инвестиционных потоков в экономике является формирование соответствующего нормативно-правового поля, которое включает, кроме чёткого законодательства, разработанную систему экономических норм, нормативов и качественных стандартов, которые должны быть массовыми и общедоступными, а не носить элементы коммерческой тайны, которая имеет место на сегодняшний день.

Существенная часть экономических условий инвестирования создаётся на общегосударственном уровне и, соответственно, выходит за рамки полномочий региональных институтов управления. К ним принадлежат налоговые, общеправовые и общегосударственные программные направления. Однако довольно могущественный пласт инструментов, который обуславливает набор рычагов и стимулов регионального уровня управления инвестиционными процессами, которые принадлежат к указанным

системам, должен быть использован в рамках механизма регулирования инвестирования в регионе, а именно: региональные программно-целевые инструменты; региональная бюджетная политика; политика прямого административного регулирования и др.

Анализ современного состояния инвестиционного процесса в регионах удостоверил его низкую эффективность, ориентацию преимущественно на централизованные методы управления, слабую ориентированность на социально-экономические нужды регионов. Необходима новая технология формирования и осуществления инвестиций в регионах с использованием регионального самоуправления и регулируемых рыночных отношений.

Анализ тенденций регионального развития также показал, что успешность инвестиционной политики региона прямо связана с качеством объединения (взаимодействия) процесса планирования инвестиций с действием рыночного механизма, который принципиально не терпит никакого планового диктата. Поэтому роль планирования должна быть коренным образом изменена таким образом, чтобы она не осуществляла давления и не мешала развитию рыночных отношений в инвестиционном комплексе.

Главной целью планирования должно быть определение основных направлений развития региона. При этом должен измениться и сам принцип планирования, содержанием которого должны стать не исследование ресурсов под установленный план, а планирование инвестиций под реально существующие и возможные ресурсы. Таким образом, региональная инвестиционная политика должна быть дифференцированной, стимулировать регионы к самостоятельному осуществлению расходов долгосрочного характера при активной роли государства в инвестиционном процессе.

Выводы. Одной из самых важных проблем регулирования инвестиционных процессов в Луганской Народной Республике является разработка научно обоснованных подходов к оценке их состояния и соответствующих направлений инвестиционного развития. На современном этапе существует значительное количество разных подходов к оценке инвестиционной среды региона, которые учитывают точки зрения разных авторов, и их обобщение с учётом специфики региона является одним из ключевых задач методического развития инвестиционного механизма.

Список использованных источников

1. Modigliani F., Miller M. The Cost of Capital. Corporation Finance and the Theory of Investment// American Economic Review. – № 48. – June 1958. – P. 261-297.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф [пер. с англ. Л. И. Евенко]. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
3. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К.: МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Лимитед», 1995. – 448 с.
4. Абыкаев Н. Инвестиционный потенциал и экономический рост (методологический аспект) // Экономист. – 2000. – № 6. – С. 58-66.
5. Снижение стоимости строительства и банковский контроль / Н. П. Денисенко, И. А. Зайцев, В. М. Лукашевский, С. Ф. Ревуцкий. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 128 с.
6. Финансово-кредитный словарь / Под ред. В. Ф. Гарбузова. – М.: Финансы и статистика, 1985. – 564 с.
7. Законопроект ЛНР «Об инвестиционной деятельности» (от 16.09.2015 № 113-ПЗ/15).
8. Временный порядок регулирования инвестиционной деятельности на территории ЛНР (от 2.08.2016 № 401).

УДК 338.242.2

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНБАССА

СТЕПАНЧУК С. С.,
канд. экон. наук, доц. каф. финансов,
ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики» («ДонАУиГС»),
ГОРДЕЕВА Н. В.,
аспирант кафедры финансов,
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Статья знакомит с исследованиями в области реструктуризации как одним из способов обеспечения устойчивого развития предприятий. Выявлены этапы реструктуризации предприятий и дана их характеристика. Выводы сделаны на основе анализа последних научных публикаций как отечественных, так и зарубежных авторов.

Ключевые слова: реструктуризация; финансово-экономическое состояние; эффективность; ресурсы.

Стаття знайомить з дослідженнями в сфері реструктуризації як одним із способів забезпечення стійкого розвитку підприємств. Виявлено етапи реструктуризації підприємств і надано їх характеристику. Висновки зроблено на основі аналізу останніх наукових публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

Ключевые слова: реструктуризация; финансово-экономический стан; ефективність; ресурси.

The article introduces the research in the field of restructuring as one way of sustainable development of enterprises. Identified the stages of restructuring of enterprises and their characteristics. Conclusions are made on the basis of analysis of recent scientific publications, both domestic and foreign authors.

Keywords: restructuring; financial condition; efficiency; resources.

Постановка проблемы. Реструктуризация предприятия – это изменение его организационно-технологической структуры (иными словами, порядка, расположения основных её элементов), а также элементов, формирующих бизнес, под влиянием факторов либо внешней, либо внутренней среды.

Реструктуризация включает: совершенствование системы управления, финансово-экономической политики предприятия, его операционной деятельности, системы маркетинга и сбыта, управления персоналом. Основной причиной стремления предприятий к реструктуризации обычно является низкая эффективность основной деятельности, которая выражается в неудовлетворительных финансовых показателях, в нехватке оборотных средств, в высоком уровне дебиторской и кредиторской задолженности. Предприятия часто проводят структурные преобразования, ведь любая модификация масштабов бизнеса или рыночных условий требует адекватного изменения системы управления и проведения реструктуризационных программ. Однако их недостаточное теоретико-методическое обоснование, а также низкий уровень ресурсного обеспечения зачастую приводят к отсутствию положительных результатов, заложенных в реструктуризационные мероприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Актуальность и многоаспектность проблем реструктуризации промышленных предприятий обусловили интерес к ней как российских, так и зарубежных учёных. Методические аспекты реструктуризации производственных предприятий, разработанные применительно к условиям рыночного хозяйствования, нашли своё отражение в трудах Д. С. Хлебников, И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, С. В. Безделов, А. В. Тутунджян, В. Г. Крыжановский, Л. И. Абалкина, А. А. Алпатова, А. Д. Берлина, В. Н. Борисова, А. Г. Гранберга, Н. В. Игнатовой, Ю. В. Моисеева, Б. А. Райзберга, О. С. Сухарева, М. Хаммера, Дж. Чампи и ряда других отечественных и зарубежных учёных.

Важный вклад в развитие современных подходов к реструктуризации предприятий внесли представители теории роста роли нематериальных активов фирмы Р. Р. Нельсон, С. Уинтер, Э. Пенроз, П. Пеликан, К. Э. Свейби, Д. Тис, Ж. Писано, Г. Хамел, К. К. Пралахад и др.

Среди зарубежных и отечественных учёных, занимавшихся отдельными вопросами управления и реструктурирования, следует отметить И. Ансоффа, М. Портера, Т. Саати, Р. Уотермена, Г. Кунца, Д. Хана, А. В. Бачурина, Д. М. Гвишиани, В. М. Глушкова, В. А. Ивлеву, Г. Б. Клейнера, М. Г. Лапуста, Р. Попова и др.

К проблемам методологии инновационных решений в процессе реструктуризации предприятий обращались С. Ю. Глазьев, С. В. Ильдеменов, Н. Д. Кондратьев, Д. С. Львов, В. Г. Медынский, З. П. Румянцева, С. П. Фалько, Л. Г. Шаршукова, Ю. А. Яковец и др.

Ряд работ содержит подходы, близкие к постановке проблемы управления реструктуризацией на основе инновационно-ориентированных методов: С. В. Валдайцев, М. В. Аистова и др. Вместе с этим следует отметить, что в перечисленных работах авторы не в полной мере раскрывают методологию разработки и реализации инновационных решений в рамках реструктуризации предприятий. Имеющиеся работы учёных и экономистов не дают бесспорных ответов по решению существующих проблем, тем самым они остаются актуальными и сегодня, что вызывает необходимость продолжения исследования обозначенных выше проблем по отношению к промышленным предприятиям и подчёркивает актуальность научной темы исследования.

Актуальность исследования. Результаты экономического развития любого государства и его энергетическая безопасность зависят от энергетического обеспечения собственными ресурсами, в том числе, и каменным углём. Вместе с тем глобальная конкуренция и современные кризисные условия, связанные с политической и экономической обстановкой в Донбассе, вынуждают действующие угольные предприятия искать и использовать новые структуры и формы организации производства и труда. К такой структурной реорганизации предприятий, затрагивающей глубинные процессы хозяйствования, относятся процессы, которые включают в себя: разгосударствление, приватизацию, децентрализацию управления, производство, самоуправление объединений, сбыт продукции, менеджмент, модернизацию техники и технологии, инновации, компетенцию. Использование таких форм реорганизации производственной деятельности хозяйствующих субъектов определяют как наиболее экономичные и эффективные способы ведения хозяйства в глобальных рыночных условиях. При этом реализация возможностей реструктуризации осуществляется посредством использования различного рода экономических механизмов.

В мировой практике накоплен положительный опыт использования различных механизмов реструктуризации промышленных предприятий. Сложившиеся экономические условия Донбасса с настоятельной необходимостью требуют развития механизмов реструктуризации предприятий угольной промышленности с учётом как специфики отрасли, так и политико-экономических обстоятельств.

Цель статьи. Целью научной работы является раскрытие и обобщение теоретических и методических положений реструктуризации предприятий в современных условиях.

Изложение основного материала исследования. В отечественной экономике формирование товарных, финансовых рынков и специфических условий конкуренции предъявляют новые, жёсткие требования к предприятиям. Одним из таких требований является необходимость технологической и экономической реструктуризации, вследствие которой происходят глубокие изменения структуры в технологии производства, управлении хозяйственными процессами и сбытом продукции, выборе финансово-экономических направлений дальнейшего развития.

Экономические исследования показывают, что при проведении реструктуризации в отдельных отраслях хозяйствования достигается повышение производительности труда на одного работника на 12-20 %, а инвестиционный цикл реализации проектов развития сокращается на 13-15% [1; 2; 3]. В целом, за счёт структурного реформирования производства эффективность работы предприятия без больших вложений дополнительных средств может увеличиться за первый год работы в новых условиях на 30-60 % лишь за счёт активизации внутренних возможностей и серьёзного учёта внешней среды [3].

Реструктуризация есть процесс адаптации внутренних структур предприятия, вне зависимости от её масштабов и организационно-правовой формы, к постоянно меняющимся под влиянием различных факторов условиям существования и развития внешней среды. Реструктуризация обуславливается внешней средой, борьбой за выживание: необходимо постоянно оптимизировать свою внутреннюю организацию с целью достигнуть большей устойчивости развития, максимизировать экономический эффект при минимуме затрат [4].

В настоящее время сложились самые разнообразные законодательно утверждённые и авторские подходы к сущности и содержанию понятия «реструктуризация предприятия», которые сведены в табл. 1 [5; 6; 7; 8, 9; 10].

Наиболее адаптированный к изменяющимся условиям хозяйствования является подход Мазура И. И. и Шапиро В. Д., где взаимоувязываются такие базовые элементы, как «оптимизация системы функционирования предприятия», «требования внешнего окружения», «стратегия развития предприятия», «повышение эффективности и конкурентоспособности производства и выпускаемой продукции» [6; 11; 12].

Таким образом, ключевая цель проведения реструктуризации – повышение конкурентоспособности, эффективности и устойчивости предприятия. Однако поскольку реструктуризация – комплексный процесс, затрагивающий все стороны деятельности компании, при её проведении возникает ряд частных задач:

- оптимизация организационной и функциональной структур и системы управления компании в соответствии со стратегическими целями развития (при необходимости оптимизация стратегии и политики компании);
- реинжиниринг бизнес-процессов и, главным образом, процессов коммерческой и финансовой деятельности в целях улучшения показателей;
- обновление производственной базы;
- переориентация организации на прибыльные сегменты рынка;
- рациональное использование ресурсов компании;
- оптимизация количественного и качественного состава персонала [4].

В реструктуризации заинтересованы все предприятия, как адаптировавшиеся к рынку, так и не успевшие пока приспособиться к нему, а также находящиеся в затрудненном финансово-экономическом состоянии. Это объясняется тем, что преобразование товарного и финансового рынков существенно изменило спрос и

предложение на товары и услуги, что, в свою очередь, повлияло на структуру активов предприятия [12].

Таблица 1

**Авторские подходы к сущности и содержанию понятия
«реструктуризация предприятия»**

<i>Авторы</i>	<i>Содержание понятия</i>
Российское законодательство	Трактует реструктуризацию предприятий в качестве «организационно-экономических, правовых, технических мер, направленных на изменение структуры предприятия, его управления, форм собственности, организационно-правовых форм, способных привести предприятие к финансовому оздоровлению, увеличению объёмов выпуска конкурентоспособной продукции, повышению эффективности производства»
Мазура И. И., Шапиро В. Д.	Рассматривают реструктуризацию как комплексную оптимизацию системы функционирования предприятия в соответствии с требованиями внешнего окружения и выработанной стратегией его развития, способствующей принципиальному улучшению управления, повышению эффективности и конкурентоспособности производства и выпускаемой продукции
Хлебников Д. С.	Реструктуризация – изменение структуры компании, а также элементов, формирующих её бизнес под влиянием факторов либо внешней, либо внутренней среды
Крыжановский В. Г.	Реструктуризация – структурная перестройка в целях обеспечения эффективного распределения и использования всех ресурсов предприятия, заключающаяся в создании бизнес-единиц на основе разделения, соединения, ликвидации действующих и организации новых структурных подразделений, присоединения к предприятию других предприятий, приобретения определяющей доли в уставном капитале или акций сторонних организаций
Хокканен Т.	Реструктуризация должна рассматриваться как использование всего управленческого и производственного потенциала, необходимого для создания и прибыльной продажи нужных потребителям товаров и услуг
Тутунджян А. В.	Определяет реструктуризацию как объективно обусловленный процесс структурной адаптации данной экономической системы к условиям трансформирующейся внешней среды

Резко деформировалась и структура пассивов предприятий, особенно кредиторской задолженности. На большинстве предприятий адаптироваться к рынку не смогла и система управления. Нестабильность производства, его подразделений, а также невозможность набора и обучения новых кадров, без сокращения работающих, для формирования систем финансового и маркетингового менеджмента, всё это сдерживает влияние управления на повышение эффективности и конкурентоспособности производства.

Изучение опыта проведения реструктуризации позволяет выделить несколько основополагающих этапов для её осуществления. Первым этапом реструктуризации предприятия является уяснение, можно ли возродить убыточное производство посредством реструктуризации. Для этого необходим обстоятельный анализ текущего состояния и динамики финансово-экономических показателей развития предприятия и выявление влияния на них отдельных рычагов внешнего и внутреннего регулирования их развития.

В основе этой работы лежит управленческий анализ текущей деятельности предприятия, а главная проблема связана с тем, как оценить эффективность этой деятельности, прежде всего, с точки зрения обеспечения будущей долгосрочной прибыли.

Как правило, для подобной оценки используются разные показатели: прибыльность, уровень риска, стоимость активов, доля новых товаров на рынке. Традиционным является утверждение, что предприятие должно максимизировать свою прибыль, однако максимизация прибыли как цель деятельности одновременно означает повышение риска. Функция «результат – риск» показывает, что величина прибыли и вероятность её получения находится в обратной зависимости. Кроме того, уровень прибыльности предприятия зависит не только от цены на продукцию и структуры её себестоимости, но и от скорости движения капитала.

На практике наиболее приемлемым способом определения ожидаемого уровня прибыли является выбор показателя на основе сравнения результатов деятельности предприятия с показателями других отраслей и аналогичных предприятий в данной отрасли (межотраслевое и внутриотраслевое сравнение).

Итогом такой аналитической работы есть чёткое понимание того, на какой стадии находится производство (финансового оздоровления, скрытого банкротства, финансовой неустойчивости или явного банкротства). Кроме того, необходимо установить, какова зависимость каждого из основных экономических показателей от структуры активов, пассивов и системы управления, как они будут изменяться при тех или иных управленческих действиях.

Следующий шаг перед принятием решения о реструктуризации – это анализ товарных рынков и конъюнктуры выпускаемой продукции, позволяющий установить, какие товары и услуги пользуются спросом, какие их объёмы рынок способен «поглотить» и по какой цене. Результат подобного анализа должен сводиться к выделению следующих основных групп выпускаемой продукции:

- убыточной и бесперспективной;
- имеющей активный сбыт при убыточном производстве;
- реализуемой, но с понижением рентабельности;
- располагающей сбытом с повышением рентабельности.

Завершением этого этапа подготовки к реструктуризации сравним с использованием параметров для расчёта математической модели, по условиям которые устанавливаются:

- исходные данные и ограничения;
- зависимости показателей финансово-экономической деятельности предприятия от различных факторов (структуры активов, пассивов);
- граничные условия (цена, целевая норма прибыли, объёмы выпуска).

Если следовать такой аналогии, то третьим этапом проводимой работы является расчёт различных вариантов по разрабатываемой модели и выбор наиболее рационального решения [4].

Множество современных проблем промышленных предприятий вызывает затруднение даже у вполне адаптировавшихся к нынешним условиям хозяйствования руководителей [13]. По результатам исследований, среди этих проблем, наиболее актуальных и часто встречающихся в условиях становления экономики Донбасса, можно выделить следующие:

- кадровая – большинство менеджеров высшего и среднего уровней до сих пор не владеют необходимым для конкурентной экономики арсеналом знаний и методов, не говоря уже о неадаптированных целях и ценностях;
- система маркетинга всё ещё ориентирована на производство, а не на рынок, это не позволяет проводить эффективную инновационную, а, следовательно, инвестиционную политику;

- система бухгалтерского учёта по-прежнему решает в основном проблему сохранности имущества, а не оптимизации расходов и платежей, при этом часто и задача сохранности не решается из-за старого оборудования, то есть отсутствия автоматизации;
- изношенность производственно-технической базы с низким коэффициентом её использования, что порождает высокие амортизационные и эксплуатационные расходы;
- проблемы излишне высокой текущей дебиторской и кредиторской задолженности, именуемой обычно кризисом неплатежей, задержки заработной платы и задолженности перед бюджетом зачастую объясняемыми, в основном, внешними причинами, связанными с денежно-кредитной политикой молодых республик, а не деятельностью руководителей предприятий;
- низкая покупательная способность потребителей продукции;
- отсутствие инвестиционных источников и ресурсов для развития производства, что является результирующей проблемой.

Реструктуризация – это один из существенных путей решения перечисленных проблем предприятий. С точки зрения минимизации расходов на реформирование управления предприятием, реструктуризация может по праву считаться самым эффективным решением, которое позволяет максимально сблизить, а иногда и сконцентрировать в одних руках управление технологическим процессом и финансовыми потоками, ответственность и извлечение выгоды.

Одновременно не нужно ожидать, что после реструктуризации предприятия приобретут инвестиционную привлекательность и конкурентные преимущества. Предприятие может получить искомый динамизм развития и без глубокой перестройки производства. Учитывая эти существенные последствия, решение о реструктуризации должно быть подвергнуто всестороннему обоснованию, исходя из принципа здорового консерватизма и с учётом мнения внешних, независимых консультантов (аудиторов). Решение о реструктурировании бесспорно лишь в случае, когда единственной альтернативой ему является банкротство.

Опыт показывает, что при грамотном проведении реструктуризации финансово неблагополучных предприятий большая их часть находит собственные резервы для дальнейшей успешной деятельности. Поэтому важным моментом является не только грамотная методика реформирования предприятия, но и организация его проведения. Это подразумевает не только разработку самого плана реконструкции, но и сопровождение его выполнения консультантами.

Непременным условием достижения предприятием финансового благополучия является построение рациональной схемы управления процессом реструктуризации. Важнейшим инструментом здесь являются современные информационные технологии и, в частности, комплексная информационная система управления предприятием. Предприятию, занимающему большую территорию и осуществляющему разнообразные бизнес-процессы, подобная система может помочь в достижении «прозрачности» и управляемости финансовыми и товарными потоками «день в день», что может стать одним из мощнейших рычагов в реализации стратегических замыслов.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Реструктуризация по своей сути есть сложнейшая процедура комплексной оптимизации структуры и функционирования предприятия в соответствии с требованиями внешней экономической среды и выработанной стратегией его развития [15].

Что касается основных итогов реструктуризации промышленных предприятий, то можно сделать вывод, что это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на преобразование производственной и организационной структур отрасли в целях повышения её эффективности. Способы разработки программы реструктуризации, её

структура и содержание различаются для каждого конкретного предприятия. Однако общей чертой всех программ реструктуризации является то, что они отвечают на два основных вопроса: что изменить на предприятии и как это сделать.

Поэтому, *во-первых*, в программе должно быть определено современное состояние дел на предприятии и точно сформулированы проблемы, которые требуют решения.

Во-вторых, обозначены основные направления и цели преобразований, в том числе преимущественных сфер хозяйственной деятельности.

В-третьих, в программе следует предусмотреть и установить проекты конкретных инициатив и мероприятий, порядок организации процесса реструктуризации, а также принципы и источники финансирования соответствующих преобразований.

Наконец, должен быть разработан график реализации конкретных мероприятий и выработаны механизмы координации и контроля принятых решений.

Список использованных источников

1. Российская электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mami.ru/science/mami145/scientific/S_01.htm
2. Аистова, М.Д. Реструктуризация предприятий : Вопросы управления : Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М. Д. Аистова ; под науч. ред. Г. А. Александрова. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.
3. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/816/45816/22434?p_page=5
4. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/change/restructurisation.html>
5. Федеральный закон «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей» от 09.07.2002 N 83-ФЗ
6. Мазур, И. И. Реструктуризация предприятий и компаний : монография / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро; под общ. ред. И. И. Мазура. – М. : ЗАО Издательство Экономика, 2001. – 456 с.
7. Хлебников, Д. В. Реструктуризация предприятий и компаний [Электронный ресурс] / Д. В. Хлебников. – Режим доступа: <http://kmssoft.ru/LD/C012/102/1828272069.html>
8. Крыжановский, В. Г. Реструктуризация предприятия : конспект / В. Г. Крыжановский. – М. : ПРИОР, ИВАКО Аналитик, 2008. – 48 с.
9. Хокканен Т. Практика реструктуризации российских предприятий / Т. Хокканен // Проблемы теории и практики управления, 2008. – № 6. – 123 с.
10. Тутунджян, А. К. Реструктуризация в условиях перехода к рыночной экономике: проблемы теории и практики / А. К. Тутунджян. – М. : Экономика, 2000. – 262с.
11. Каткова, Л. А. Реструктуризация предприятий как основа активизации процесса реформирования экономики / Л. А. Каткова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 9. – С. 118 – 122.
12. Алексеева, Л. Ф. Организационные меры и механизмы реструктуризации предприятия / Л. Ф. Алексеева // Вестник ВГУЭС. – 2012. – № 2. – С. 157-166.
13. Файловый архив студентов [Электронный ресурс] // Электронный книга. – 2016. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru>
14. Большой менеджер [Электронный ресурс]. – М.: Научный журнал, 2016. – № 9. – Режим доступа: <http://www.mostmanager.ru/parts-908-1.html>
15. Файловый архив [Электронный ресурс] // Электронный книга. – 2016. – Режим доступа: <http://www.asgeos.ru/data/Files/File/43.pdf>

УДК 614.2:65

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ МЕДИЦИНСКИМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ

ЧЕРНЕЦКИЙ В. Ю.,**д-р гос. упр., доцент кафедры
менеджмента непродуцированной
сферы, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики» (ДонАУиГС),****ЧЁРНАЯ Л. В.,****канд. гос. упр., доц. кафедры
менеджмента внешнеэкономической
деятельности, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»,
МАЛИК М. А.,****канд. экон. наук, доц. кафедры
менеджмента внешнеэкономической
деятельности, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»**

В статье представлен опыт применения различных подходов к диагностике, формированию и развитию организационной культуры в сфере предоставления услуг медицинской организацией; на основании проведённого анализа моделей организационного поведения предложена модель формирования организационной культуры медицинской организации.

Ключевые слова: медицинская организация; услуга; организационная культура; модели организационной культуры; ценности; диагностика.

В статті представлений досвід застосування різних підходів до діагностики, формуванню і розвитку організаційної культури в сфері надання послуг медичною організацією; на основі проведеного аналізу моделей організаційної поведінки запропоновано модель формування організаційної культури медичної організації.

Ключові слова: медична організація; послуга; організаційна культура; моделі організаційної культури; цінності; діагностика.

The paper studied the experience of different approaches to the diagnosis, the formation and development of organizational culture in the provision of medical services organization, based on the analysis of organizational behavior model, a model of formation of organizational culture of the medical organization.

Keywords: medical organization, service; organizational culture; organizational culture models; values; diagnostics.

Постановка проблемы. В современном мире ответом на вызовы постиндустриальной экономики и реформирования демократических институтов является совершенствование здравоохранения. С одной стороны, в условиях инновационного развития к качеству человеческого капитала предъявляются принципиально новые требования при помощи нейтрализации рисков производства с целью улучшения качества жизни людей.

С другой стороны, повсеместная формализация прав на равный доступ к медицинским услугам обуславливает необходимость существенного увеличения финансирования здравоохранения на фоне ограниченных ресурсов. Эти тенденции приводят к поиску резервов повышения эффективности их использования и активизации

элементов рыночного механизма в целях сдерживания такого роста, а также форм и методов развития современного рынка медицинских услуг, где наряду с медицинскими учреждениями, оказывающими для населения бесплатную медицинскую помощь, конкурируют медицинские учреждения, которые оказывают платные медицинские услуги населению [1].

В этой связи вхождение Республики в мировое сообщество в новом качестве предполагает адаптацию медицинских организаций к постоянно меняющимся условиям внешней среды, повышая роль организационной культуры как конкурентного преимущества, поскольку одной из более актуальных в теории и практике менеджмента для достижения организационных целей является проблема максимально полного использования потенциала организационной культуры.

В менеджменте эффективная организационная культура – условие жизнеспособности деловых организаций, поскольку каждая преуспевающая организация формирует и реализует наиболее соответствующую её целям, миссии и ценностям организационную культуру, подчёркивающую индивидуальность и отличие одной организации от другой. Сегодня можно с уверенностью сказать, что сильная организационная культура – одна из основополагающих составляющих успеха и целенаправленных усилий по развитию корпоративного духа.

Большинство иностранных компаний, предоставляющих разнообразные услуги, используют организационную культуру как механизм, более эффективно использующий персонал для достижения целей организации, и как обеспечивающий сотрудниками преданность общему делу фактор. Поэтому управление организацией в сфере услуг – это сложный и комплексный процесс. К сожалению, для наших отечественных организаций сферы услуг вопросам диагностики, формирования и развития организационной культуры не уделяется достаточного внимания, считая их второстепенными, а её экономические возможности остаются нереализованными.

Это касается и учреждений здравоохранения. Последовательный процесс формирования системы здравоохранения Республики – неотъемлемая часть её социальной политики, поскольку результативность деятельности медицинских организаций и предоставление качественных медицинских услуг населению обладают высокой общественной значимостью. Необходимо отметить, что приоритетная ориентация современного здравоохранения на предоставление качественных услуг населению выступает ведущим фактором внедрения современных персонал-технологий в практику менеджмента медицинской организации, а её высокая клиентоориентированность нуждается в использовании возможностей такого фактора как организационная культура [3].

Отметим, что модернизация организационной культуры, постоянно совершенствующиеся управленческие отношения при осуществлении комплексной оптимизации управления возможны лишь в эффективной медицинской организации. При этом, с одной стороны, модернизация организационной культуры управления медицинской организации должна осуществляться синхронно оптимизации системе управления. Во-вторых, исследование изменений организационной культуры управленческого взаимодействия медицинской организации позволит выявить новые социальные условия для инновационной деятельности её работников, предусматривающие постоянное совершенствование форм оказания медицинских услуг населению [4].

Для эффективного управления организационной культурой медицинской организации, её руководству необходимо иметь определённый набор методов и инструментов исследования, формирования и развития, а также знать элементы, уровни и

типы организационной культуры, иметь представление о её роли и специфике в процессе деятельности [5].

В этом контексте актуальными видятся вопросы разработки рекомендаций и инструментария по диагностике, формированию и развитию организационной культуры медицинской организации в сфере предоставления услуг.

Анализ последних исследований и публикаций. Учёными всего мира подчёркивается значение организационной культуры в успешном функционировании организации. Так, в трудах М. Вебера, П. Сорокина, Ф. Тэйлора, А. Файоля, Г. Форда, Г. Хофстеда, Г. Эмерсона, В. Потёмкина, Т. Соломанидиной, В. Спивака, и др. отражены актуальные вопросы по исследованию проблем управления организационной культурой и её влияния на эффективность деятельности организации. Анализ их трудов даёт понятие организационной культуры как системного явления, определяющего стратегические цели и установки. Исходя из этого, организационная культура нуждается в комплексном анализе.

Исследования процессов, происходящих в сфере услуг, проводили ряд авторов, а именно К. Гренроос, Х. О. Ворачек, О. А. Хаширов, М. Д. Предводителева и О. Н. Балаева, А. В. Плешивцев О. И. Николаев, В. М. Рутгайзер, Т. И. Корягина, Т. И. Арбузова и др., которые дали представление об услуге, классификации её видов, системе функций и т. п. Вместе с тем, несмотря на наличие большого числа научных трудов по организационной культуре и сфере услуг, тема организационной культуры медицинских организаций в сфере предоставления услуг практически не исследована.

Постановка цели – разработка практических рекомендаций и инструментария по диагностике, формированию и развитию организационной культуры медицинской организации в сфере предоставления услуг.

Изложение основного материала исследования. Глобальные изменения на рынке медицинских услуг привели к необходимости приобретения новых знаний в области менеджмента, поскольку медицинским организациям приходится прилагать значительные усилия для поддержания конкурентоспособности на рынке медицинских услуг. Одним из наиболее доступных средств формирования имиджа, воспитания чувства общности членов коллектива, формирования общего представления потребителей медицинских услуг является создание конкурентной организационной культуры медицинской организации.

В менеджменте организационной культуре исследователи стали уделять повышенное внимание, начиная с первой половины XX в. Так, Э. Мэйо в 30-х гг. XX ст. выяснял влияние различных факторов на производительность труда работников компании Western Electric в Чикаго. Выводы Э. Мэйо о необходимости «осмысленной жизни для индивидуума в компании», развития «чувства групповой сопричастности» на основе общих групповых ценностей явились «первотолчком» для дальнейших исследований поведения работников с точки зрения культуры их организации [6].

В 60-е гг. XX ст. американский учёный М. Далтон провёл научное исследование факторов, повлиявших на возникновение организационных культур и субкультур, исходя при этом из различных потребностей работников. Одновременно с М. Далтоном организации как культурные системы начала изучать группа британских учёных из Тавистокского института [6]. Исследователи Корнелльского во главе с Х. Трайсом в конце 60-х гг. XX в. провели исследование различных традиций и обрядов в производственных организациях.

На рубеже 80-90 гг. XX ст. феномен организационной культуры оказался в центре внимания большого круга исследователей, а именно: У. Оучи, Т. Питерса и Р. Уотермана [7], Т. Дила и А. Кеннеди [10], которыми разрабатывались идеи организационной культуры как важный фактор экономической эффективности организации.

Под эгидой проблем организационной культуры, организационного фольклора и символики в этот период в Канаде и Европе были проведены пять крупных научных конференций. В трудах Э. Шейна разрабатывался подход к изучению организационной культуры с позиций динамики, адаптации и интеграции. К. Камерон и Д. Эггингтон занимались исследованиями концептуальных основ организационной культуры. В то же время Р. Заммунто и Дж. Краковер предложили изучать количественные и качественные методы оценки организационной культуры, уделяя большое внимание разработке критериев измерения эффективности организационной культуры и методикам управления культурологическими аспектами организационных изменений.

Из анализа теоретических подходов к определению роли данного феномена можно сказать, что организационная культура – не обособленный и замкнутый в себе организм. Следовательно, необходимость прочной и эффективной культуры в организации объясняется быстро меняющейся окружающей средой. В этой связи для принятия решений на всех уровнях управления в организации формируется организационная культура, то есть система общих и стабильных ценностей, целей, принципов, правил поведения. Отметим, что наличие гибкой, сильной, устойчивой организационной культуры, соответствующей быстро меняющейся окружающей среде, – один из важнейших факторов выживания, успеха и конкурентного преимущества организации. Организационная культура формируется и развивается под воздействием следующих факторов:

- общечеловеческие ценности;
- стремление или нежелание совершенствовать технику и технологию;
- правила поведения определённой деловой профессиональной группы;
- ценностно-мотивационное отношение к труду, богатству, накоплению;
- особенности ландшафта, климата, местонахождения страны, размеров её общей и сельскохозяйственной территории;
- национально-культурные и религиозно-культурные стереотипы образа жизни конкретной страны.

Культура различных стран, которая формирует различные системы ценностей, существенно влияет на культуру организации и поведение коллектива. Вычленив в мировых религиях этнический компонент, Макс Вебер показал, что «важные для хозяйственной этики черты религий интересуют нас с определённой точки зрения, а именно по их отношению к экономическому рационализму, причём, поскольку и это понятие не однозначно, экономическому рационализму, который стал господствовать на Западе с XVI и XVII вв. в качестве компонента укоренившейся там буржуазной рационализации жизни». Это явление М. Вебер назвал «протестантской этикой», центральным для протестантского мировоззрения понятием и оценил как один из факторов становления эффективной капиталистической экономики.

Герберт Хофстед в 60-80-е гг. XX ст. доказал определённую роль национально-государственного и этнического факторов в развитии культуры организации. Он построил четырёхкомпонентную модель ценностей, позволяющую описать типы культур в организации. Согласно этой модели, культура организации может быть охарактеризована следующими компонентами: дистанция власти; показатель избегания неопределённости; индивидуализм-коллективизм; мужественность-женственность.

Соответственно, организационная культура базируется на желаниях и пристрастиях основателей организации и выработанных в процессе деятельности базовых установках сотрудников, а современным организациям должно уделять внимание людям, которые в ней работают, и культуре. В контексте сказанного можно сделать вывод, что организационная культура – это новая область знаний, которая изучает общие подходы, принципы, законы и закономерности в организации.

Э. Шейн определял организационную культуру как совокупность коллективных базовых правил, изобретённых, открытых или выработанных определённой группой людей по мере того, как она научилась решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными. Следовательно, новых членов группы следует обучать этим правилам как единственно правильному способу постигать что-либо, думать и чувствовать в ситуациях, связанных с решением подобных проблем.

О. Виханский и А. Наумов под организационной культурой понимали набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий [2].

Определяя культуру организации как совокупность типичных для неё ценностей, норм и точек зрения или идей, которые сознательно или подсознательно формируют образец поведения для сотрудников организации, Ю. Г. Одегов и П. В. Журавлёв полагали, что они входят в традицию, подвергаются изменениям и узнаются по символам, а культура организации рассматривается как выражение ценностей, воплощённых в организационной структуре и кадровой политике [18].

В. В. Козлов считал, что «организационная культура – это система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворённости работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятием и перспективами его развития [19].

Организационная культура в интерпретации В. Каткова – система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников в данной организации, отличающихся стилем поведения, показателями удовлетворенности работой, уровнем взаимного сотрудничества, степенью идентификации работников с организацией и целями её развития [20].

Из всего многообразия определения организационной культуры, можно уточнить данное понятие и определить его как совокупность формальных и неформальных правил и норм деятельности организации, сформированных и установившихся традиций, обычаев, интересов, особенностей поведения, присущих только для данной организации, сложившегося стиля руководства, степени идентификации работников с организацией, целей развития.

На сегодняшний день существует множество классификаций организационной культуры, однако наиболее используемая – классификация, предложенная К. Камероном и Р. Куинном в методике OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument), представленная в табл. 1.

Приведённые типы организационной культуры в чистом виде практически не встречаются, а на основе сочетания её типов устанавливаются важные характеристики (стиль управления, потенциальные возможности возникновения конфликтов, характер их протекания, способы разрешения, совместимость организации и т. д.), то есть в организации может существовать несколько типов организационных культур одновременно, но будет преобладать одна, которая задаёт её окраску и специфичность.

Можно сказать, что именно организационная культура является тем «социальным клеем», который соединяет работников организации, делает их поведение предсказуемым и позволяет им испытывать чувство принадлежности к организации [21].

Таблица 1

Методика OSAI К. Камерона и Р. Куинна

<i>Культура</i>	<i>Индикаторы организационной эффективности</i>
Клановая культура	Сплоченность организации, высокий уровень морали и удовлетворенности наёмных рабочих условиями труда, развитие человеческих ресурсов, бригадная форма работы. Участие наёмных работников в принятии решений способствуют доверительности и обязательности, что обеспечивает организационную эффективность
Адхократическая культура	Новая продукция, творческое решение проблем, идеи на передовом рубеже знаний и рост на новых рынках. Новаторство и новые идеи создают новые рынки, новых потребителей и новые благоприятные возможности
Бюрократическая (иерархическая) культура	Рентабельность, своевременность, плавное функционирование и предсказуемость. Контроль способствует рентабельности (исключает потери и образование излишков)
Рыночная культура	Достижение целей, опережение соперников в конкурентной борьбе, увеличение рыночной доли и обретение достойных подражания уровней оборота денежных средств. Конкуренция создаёт стимулы к достижению более высоких уровней продуктивности и, следовательно, более высокого уровня организационной эффективности

В этой связи многие зарубежные исследователи организационной культуры отмечают, что результаты управления ею чреваты непредвиденными последствиями в связи с постоянными изменениями, направления которых не поддаются контролю.

В последнее время в мире резко возрос интерес к медицинскому менеджменту, учёными в этом направлении дискутируются вопросы управления медицинскими учреждениями и формирования их организационной культуры. По мнению исследователей, управление медицинскими организациями требует особого подхода ввиду специфичности выпускаемого на рынок продукта – медицинской услуги, социальная значимость которой диктует применение особых методов менеджмента и маркетинга, а также подходов к формированию организационной культуры [22].

В нашей Республике жизненно необходимо внедрение нового профессионализма в области управления здравоохранения. В связи с этим общественное здравоохранение имеет ответственную миссию – создать новое поколение профессиональных менеджеров в области здравоохранения, необходимых для обеспечения системы, модернизации и эффективного функционирования, организационных изменений в медицинских организациях.

Имея свою специфику – наличие внутренних субкультур, разветвленных уровней взаимодействия (врач→пациент, врач→средний медицинский персонал, специалист→специалист и др.) – медицинские учреждения сталкиваются с необходимостью преемственности и работы в команде. Однако при применении различных инструментов оценки таких неформальных структур, как организационная культура медицинского учреждения, можно получить более детальные данные о движущих факторах развития учреждения, что, в свою очередь, может явиться основой для принятия управленческих решений и организационных изменений [3].

Совместная деятельность людей в медицинском учреждении объединена, с одной стороны, общими задачами по сохранению и восстановлению здоровья граждан страны, с другой – глобальные изменения исторически-общественного развития мировой цивилизации оказали существенное влияние на разрушение традиционных подходов к формированию общечеловеческой ценностной системы, не предложив взамен новых.

Следовательно, формирование современной организационной культуры требует изменений и создания современной корпоративной системы ценностей, набор которых существенно не изменился. Корпоративная культура медицинской организации характеризуется такими признаками (рис. 1).

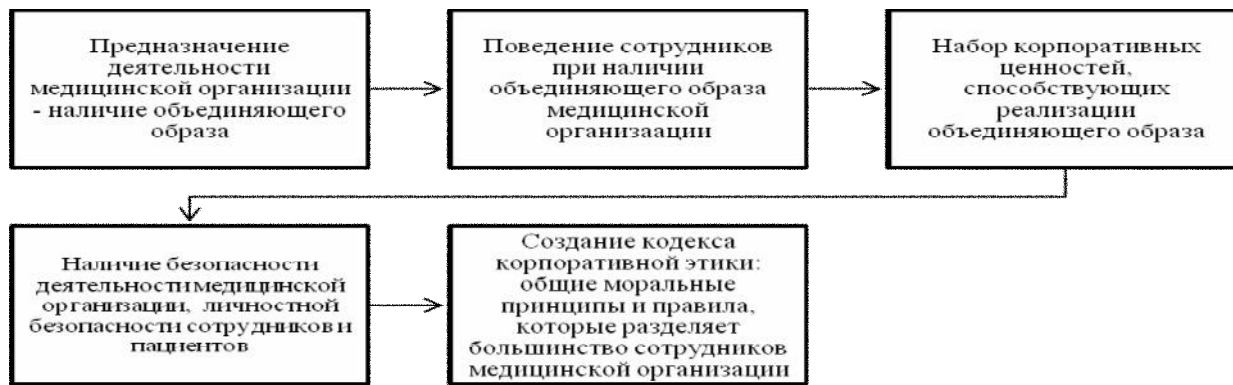


Рис. 1. Характерные признаки корпоративной культуры медицинской организации

Множество различных функций, представляющих ценность для организации и большинства её сотрудников, определяют устойчивость организационной культуры медицинского учреждения (табл. 2).

Таблица 2

Функции организационной культуры медицинской организации

Функции	Предназначение
Ценностно-образующая функция	Формирование у сотрудников личностных ценностей, связанных с обучением и сферой профессиональной деятельности, и межличностных и общеорганизационных, обеспечивающих целостность организации и реализацию её целей
Нормативно-регулирующая функция	Определение норм поведения, наиболее целесообразных для достижения поставленных целей, не противоречащих ценностям организации и не препятствующих осуществлению успешной деятельности, связанной с предоставлением разнообразных услуг
Познавательная функция	Обеспечение усвоения организационной культуры на этапе адаптации новых сотрудников с целью их включения в жизнь коллектива и все направления его деятельности
Коммуникационная функция	Формирование способов более эффективного взаимодействия между членами коллектива, пациентами, другими заинтересованными лицами, находящимися во внешней среде посредством ценностей, норм поведения и принятой этики
Мотивирующая функция	Побуждение сотрудников к действиям, направленным на достижение поставленных целей. Мотивационные установки определяются нормами и ценностями, принятыми в организации
Стабилизационная функция	Обеспечение стабильности, согласованности действий членов коллектива, их сплочённости. Идентифицирующая функция позволяет провести границу между «мы» (организация) и «они» (субъекты внешней среды) и обеспечивает приверженность и преданность сотрудников к организации, их лояльность

Успешная деятельность медицинской организации зависит от её философии, то есть тех основополагающих принципов, на основе которых строится вся её деятельность (табл. 3).

Таблица 3

**Принципы формирования и развития организационной культуры
медицинской организации**

<i>Принципы</i>	<i>Формирование организационной культуры</i>
Принцип всеобщности	Общепринятость, разделяемость всеми или большинством членов организационной культуры
Принцип доступности	Ясность и простота организационной культуры, обеспечивающие возможность её понимания всеми звеньями работников сверху донизу
Принцип чёткости и однозначности	Недопущение двойного толкования организационной культуры
Принцип априорности	Априорность, т. е. не требующих доказательств, положений организационной культуры (цели, ценности и т. п.)
Принцип уважения к индивидуальной личной культуре и национальной культуре	Не должна противоречить и высказывать неуважение к культуре работников организации, социо-культурного сообщества и того государства, где находится организация
Принцип обоснованности	Соответствие специфике деятельности организации и следование законам, национальной культуре
Принцип достижимости основных целей и ценностей организационной культуры	Достижение цели и соответствие ценностям организационной культуры для работника любого уровня или структурного подразделения

Как видим, формирование и развитие организационной культуры в сфере здравоохранения – это сложный, многоступенчатый процесс, охватывающий все элементы организации и требующий от руководителя умения воспринимать организацию как систему, единое целое, и осознавать то, что каждое его действие оказывает влияние на всю организационную культуру в целом.

Для того чтобы процесс управления организационной культурой был успешным, необходимо создание системы методов формирования или изменения организационной культуры, учитывающей все уровни и функции культуры.

При этом формирование здоровой этической основы трудовых отношений поможет в полной мере реализовать интеллектуальный и творческий потенциал коллектива медицинской организации при помощи использования преимущества в жёсткой конкурентной борьбе за пациента, развития кадровой политики и организационной культуры.

Соответственно, повышение качества медицинских услуг – главная задача улучшения качества результатов каждого сотрудника, повышения его мотивации, а критерий оценки организационной культуры – совпадение или совместимость стратегии и культуры организации.

Решение этих задач включает:

- максимальный охват населения услугами здравоохранения;
- обеспечение доступа к медицинскому обслуживанию неимущих и социально уязвимых групп населения;
- воздействие различных стратегий медицинского обслуживания на систему здравоохранения в целом;
- мониторинг качества предоставляемых услуг, отзывчивости и обеспечения безопасности пациентов;

- адекватное управление службами, ориентированными на нужды и запросы пациентов;

- развитие инфраструктуры системы предоставления услуг и использование информационных технологий в управлении.

Выявить базовые элементы организационной культуры, оценить эффективность управленческих решений, выделить наиболее характерные черты, определить области для совершенствования и наличие необходимых ресурсов, оценить динамику изменения в развитии в привязке к управленческим решениям и структуре управления учреждением позволит предварительная диагностика. Отсутствие диагностики и информации о значимых факторах в формировании и развитии организационной культуры приведёт к тому, что при внедрении изменений сработает неучтённый фактор и все нововведения не будут эффективными, что приведёт к потере затраченных денежных средств, времени, людских ресурсов. Для диагностики организационной культуры медицинского учреждения используется трёхступенчатый подход (табл. 4) [12].

Таблица 4

Подходы к диагностике организационной культуры медицинского учреждения

<i>Этапы</i>	<i>Формулировки</i>
Первый этап	Формулируются представления о желаемой организационной культуре, то есть системный анализ стратегии развития медицинского учреждения
Второй этап	Выдвигаются требования к организационной культуре, на основе которых формулируются желаемые установки и ценностные ориентации
Третий этап	Определяется степень совпадения организационной культуры и организуются соответствующие мероприятия по корректировке

Отметим, что такая диагностика будет помогать выработке методов воздействия на организационную культуру в медицинском учреждении с целью её изменения в желаемом направлении, поскольку этот внутренний «стержень» коллектива позволяет каждому его члену ощутить свою принадлежность к организации, формируя социальные сети, стабилизируя штатный состав, открывая перспективы долговременного планирования стратегии управления кадрами и оказывая позитивное влияние на эффективность стратегии управления медицинской организацией.

Основываясь на той или иной модели, организационная культура базируется на желаниях и пристрастиях медицинской организации и базовых установках сотрудников, которые они выработали в процессе своей деятельности. В этом случае организационная культура может возникать и формироваться как осознанное, так и неосознанное явление. Выделяют два основных направления методики формирования организационной культуры.

1. Поиск ценностей организационной культуры. Он должен максимально соответствовать организационной технологии, возможностям и ограничениям внешней среды организации, уровню профессионализма персонала, особенностям национального менталитета. Это направление относится к сфере стратегических разработок, в ходе которых выявляются организационные ценности, соответствующие целям организационного развития и особенностям персонала медицинской организации. К мерам по реализации данного направления относятся: анализ особенностей национального менталитета; изучение возможностей и ограничений персонала; выявление основных технологических возможностей и внешней среды.

2. Закрепление выявленных ценностей организационной культуры на уровне персонала организации. Это направление относится к тактическому менеджменту с целью разработки системы конкретных мероприятий и процедур по укреплению ценностей, определённых на первом этапе.

Соответственно, искомые ценности организационной культуры медицинской организации становятся основной целью для второго этапа их формирования. При этом задачи направления реализуются выделением ключевых фигур или вдохновителей организационной культуры, призванных формировать необходимые организационные ценности.

В качестве наиболее значимых для медицинского учреждения организационных ценностей можно выделить:

- имидж учреждения, его предназначение;
- стиль руководства;
- процедуры принятия организационных решений;
- распределение власти и полномочий;
- организация работы и дисциплина;
- характер обращения с людьми;
- критерии выбора на руководящие должности;
- способы распространения коммуникаций;
- характер социализации;
- доступность высшего руководства;
- способы разрешения трудовых конфликтов;
- оценка эффективности труда.

На формирование и развитие организационной культуры влияет ряд факторов, которые можно объединить в четыре группы [2].

1. Личностно-поведенческие – это аспекты и характеристики поведения руководителя и членов организации, влияющие на формирование системы ценностей и внешние проявления организационной культуры, которую определяют составляющие.

А. Личность лидера как эталон поведения в коллективе. Сотрудники осознанно или подсознательно подстраиваются под него, формируя и поддерживая устойчивые поведенческие модели. Отношение к работе и стиль поведения руководителя, его реакция на критические ситуации, особенности построения и выполнения режима рабочего дня, внешние манеры существенно влияют на формирование различных элементов организационной культуры.

Б. Управленческие акценты – аспекты деятельности, на которых концентрируется внимание руководства, являющихся основой для создания новых норм и критериев поведения людей.

В. Индивидуально-поведенческие и профессиональные характеристики работников – общий уровень развития работников, их профессиональная компетентность и образование.

2. Структурно-нормативные факторы – обусловлены структурой, целями и сложившейся нормативной практикой, закрепляются в сознании работников и сами становятся её элементами.

А. Миссия, цели и стратегия детализируют статус организации и обеспечивают ориентиры для выработки целей и стратегий на различных организационных уровнях.

Б. Структура организации оказывает влияние на формирование и закрепление представлений сотрудников о ценностях фирмы.

В. Коммуникационные каналы и организационные процедуры влияют на формирование поведения и поведенческих аспектов культуры организации.

Г. История организации оказывает на организационную культуру.

Д. Принципы стимулирования помогают сотрудникам сформировать представление о мотивации и стимулировании в организации, становясь при этом носителями культуры.

Ж. Принципы отбора, продвижения и увольнения оцениваются руководством по-разному в силу различного восприятия тех или иных действий и в соответствии с этим принимаются решения.

3. Внешние факторы, которые определяются в декларируемых организацией ценностях, целях, запросах и интересах пациентов; господствующими в обществе ценностями и культурными установками; национально-государственными и этническими факторами; развитием социальных сетей.

Таким образом, на процесс формирования организационной культуры влияет множество факторов, которые определяются:

- приоритетами религиозного или национального аспектов, социально-экономического или политического процессов, декларируемыми целями и ценностями, фактическими идеями и ценностями, организационной формой деятельности;
- типом системы управления;
- личной инициативой и степенью риска сотрудников организации, выдающихся деятелей и ролевых моделей;
- принятыми стандартами и правилами взаимодействия внутри организации;
- неформальными каналами коммуникации, классовыми, этническими и расовыми различиями, существующими между членами одной организации;
- системой стимулов, поощрений, санкций и контроля поведения сотрудников.

К сожалению, в силу объективных и субъективных причин, у нас отсутствует адекватная адаптированная модель организационной культуры медицинских учреждений. В современных условиях в медицинских организациях Республики превалирует бюрократическая культура управления, отражающая стереотипы управленческих целей, ориентирующих работников медицинских организаций на достижение формальных количественных показателей своей деятельности. В них стиль взаимоотношений подчинённого и начальника – командно-административный, преобладает формальная система управленческих отношений, пациент – формальный бессубъектный объект, бездумно выполняющий рекомендации медицинской организации.

Подчинение распорядку дня, установление формальных управленческих правил и норм приводят к ограничению главной управленческой ценности медицинской организации. Программы лечения разрабатываются без комплексного консультирования и участия пациента в системе управления медицинской организации. В этих условиях профессиональные морально-нравственные качества личности управляющего и врача отходят на задний план, а компетенция медицинского работника определяется знаниями, умениями и навыками лечения, что усиливает тенденцию, согласно которой профессиональные действия врачей направлены на получение прибыли медицинской организации.

Очевидно, что для руководителей и рядовых сотрудников медицинской организации желательно формировать организационную культуру кланового типа, предполагающего доминирование общего стиля лидерства в организации. Однако продвинутые руководители больше склоняются к культуре адхократического типа, видя в своих сотрудниках людей творческих, профессионально устремленных, использующих новейшие технологии. Соответственно, для более эффективной деятельности медицинской организации и предоставления ею качественных услуг необходимо ориентироваться на смешанную модель организационной культуры, совмещающую в себе клановый и адхократический типы культур.

Сказанное приводит к выводу о том, что современной медицинской организации необходимо:

- *во-первых*, отказаться от количественной оценки результатов деятельности системы управления, перейдя на качественные оценки социального здоровья пациентов,

формирование инновационных культурных принципов, норм и ценностей управления, опираясь на зарубежный опыт;

- *во-вторых*, признать, что важнейшим субъектом управления оказания медицинских услуг в новых условиях является пациент, которому в конечном итоге должна быть подчинена вся деятельность медицинской организации;

- *в-третьих*, отказ от традиционных управленческих ценностей послушания и подчинения имеющимся распоряжениям и социальным ожиданиям, жёстко установленным управленческим ролям в структуре управленческой власти;

- *в-четвёртых*, формировать ценности профессионального раскрепощения, иметь возможность внедрения новаций, равноправного сотрудничества топ-менеджера, лечащего врача, пациентов, что будет способствовать расширению выбора и высокой степени привлечения пациента к управлению оказанием медицинских услуг, резкому росту стимулирования деятельности медицинских работников, разработкам и внедрению новых медицинских идей, разрушению барьеров использования инициативы медицинских работников.

Таким образом, высокая степень совместимости стратегии и организационной культуры повысит успех деятельности медицинской организации. Эти действия возможны при модернизации организационной культуры, которая может быть осуществлена в несколько этапов (табл. 5).

Таблица 5

Этапы формирования модели организационной культуры

Этапы		Характеристика модели
I.	Концептуальный	Выработка миссии, формулирование стратегии на основе определения экономических, социально-психологических, функциональных и информационных целей
II.	Структурно-аналитический	Анализ результатов действия технологии и принятой в учреждении системы ценностей на соответствие стратегическим целям для формирования новой эффективной организационной культуры. Выявление проблемных зон. Постановка и формирование типовых целей и задач технологии развития организационной культуры
III.	Программно-целевой	Выявление потребности в формировании организационной культуры, оценка эффективности существующей организационной культуры, разработка организационных мероприятий, направленных на формирование желательных ценностей и образцов поведения
IV.	Мотивационный	Классификация мотивов по отношению персонала к организационной культуре, формирование системы мотивации и вознаграждения поведения медицинских работников, ориентированных на поддержание новой системы ценностей, разработка способов стимулирования персонала и формирование мотивационного потенциала
V.	Системный	Внедрение новой системы ценностей, соответствующей эффективной организационной культуре, определение форм организации модели организационной культуры
VI.	Контрольно-диагностический	Регулярный аудит и корректировка ценностей и поведенческих моделей, оценка эффективности организационной культуры

Как было отмечено, значительную роль в формировании взаимоотношений (в т.ч. предоставление услуг) медицинские работники → пациент играет организационная культура медицинской организации посредством декларируемых и реализуемых целей, ценностей, норм, принятых образцов поведения и общения, отношений и деятельности.

Однако ценности организационной культуры медицинской организации не всегда способствуют формированию добрых взаимоотношений между медицинскими работниками и пациентами, зависящих от ряда факторов (внешнее окружение – политические, правовые, социально-культурные, экономические, технологические процессы и др.), внутреннее окружение – история организации, особенности системы управления, социальной структуры и др.).

В связи с этим актуализируется проблема создания модели организационной культуры медицинской организации, направленной на формирование взаимоотношений между медицинскими работниками и пациентами как совокупности тенденций развития объекта познания, побудительных сил развития и факторов внешних воздействий (рис. 2).

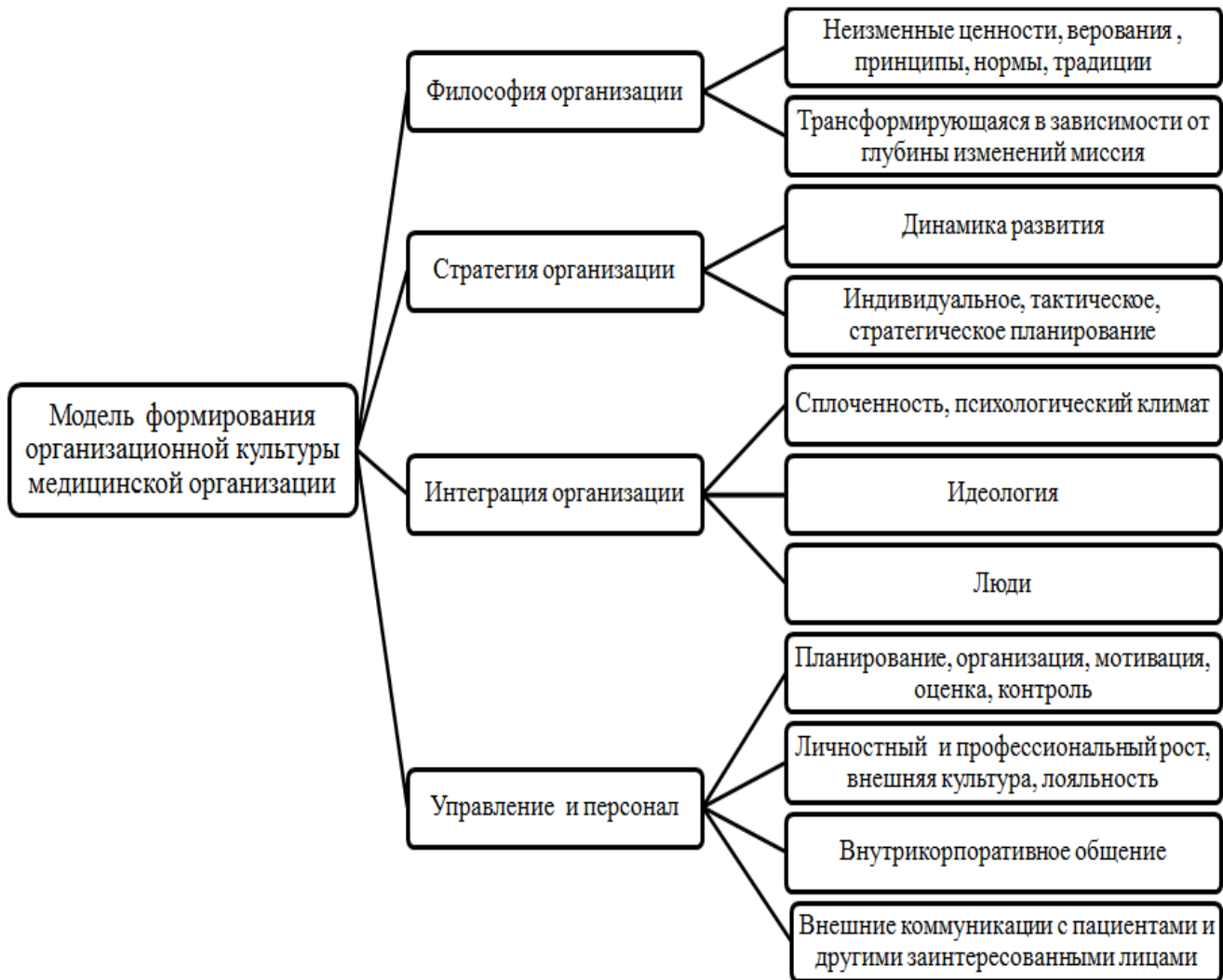


Рис. 2. Модель формирования организационной культуры медицинской организации

С помощью предложенной модели руководители медицинских организаций смогут выявлять узкие места и предпосылки в необходимости организационных изменений и путём их систематического мониторинга и своевременной диагностики выявлять проблемные зоны и разрабатывать организационные мероприятия с целью корректировки организационного поведения.

Выводы. Таким образом, организационная культура медицинской организации – это совокупность норм поведения, ценностей, убеждений и отношений, общих для большей части её сотрудников. При этом она может выступать в качестве фактора,

обуславливающего успех или приводящего к неудачам любых процессов организационного изменения, являясь важным и неотъемлемым элементом организации, оказывающим существенное влияние на её функционирование и эффективность.

Процесс разработки и внедрения определенного типа организационной культуры должен выстраиваться в комплексе и представлять управленческую модель формирования и развития рыночного типа организационной культуры в медицинских учреждениях в условиях предоставления услуг в сфере здравоохранения (рис. 2).

Для того чтобы организационная культура была эффективной, необходимо управлять ею.

Эффективно реализовывать такие ценности, как сплочённость и сотрудничество, гибкость и адаптированность, инициативность и активность, уважение к социальным нормам и традициям позволит разработанная модель организационной культуры медицинской организации, которая будет способствовать их формированию и внедрению.

Последующие исследования и разработки планируется посвятить сетевой интеграции медицинских организаций, участвующих в предоставлении услуг по оздоровлению населения.

Список использованных источников

1. Куликов А. Ю. Рынок медицинских услуг: особенности функционирования и развития / А. Ю. Куликов // Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. – № 4. – Т. 3. – 2010. – С. 41-44.
2. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. – 656 с.
3. Зайцева Н. В. Анализ организационной культуры как фактор повышения эффективности стратегии управления медицинской организацией / Н. В. Зайцева // Социология медицины. – 2013. – № 1. – С. 30-38.
4. Карелина И. Л. Модернизация культуры управления медицинской организации в контексте реформы здравоохранения. – М. : Новости, 2006. – 209 с.
5. Кузнецов Ю. В. Стратегическое управление организационной культурой в предпринимательской деятельности в сфере услуг / Ю. В. Кузнецов, Н. Г. Кизян // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – № 1. – Т. 6. – С. 85-95.
6. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японщины / Дж. Шелдрейк. – СПб.: Питер. 2001. – 352 с.
7. Dalton M. Men Who Manage / M. Dalton. – New York: John Wiley & Sons. Inc.. 1966. – 217 p.
8. Оучи У. Методы организации производства: теории Z. Японский и американский подходы : пер. с англ. ; под ред. Б. З. Мильнса, И. С. Олейника / У. Оучи. – М. : Экономика. 1984. – 184 с.
9. Питерс Т. В поисках совершенства: Уроки самых успешных компаний Америки : пер. с англ. В. В. Кулебы, О. Л. Пилявского / Т. Питерс, Р. Уотерман. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. – 560 с.
10. Deal T. E. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life / T. E. Deal., A. A Kennedy. – Reading, MA: Addison-Wesley, 1982. – 167 p.
11. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб. : Питер. 2001. – 336 с.
12. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.

13. Zammuto R. F. Quantitative and qualitative studies of organizational culture. In R. W. Woodman & W. A. Pasmore (Eds.) / R. F. Zammuto, J. Y. Krakower // Research in organizational change and development, vol. 5: Greenwich. CT: JAI Press, 1991. – P. 83-114.
14. Лапыгин Ю. Н. Теория организации и организационное поведение : учебное пособие / Ю. Н. Лапыгин. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 329 с.
15. Вебер М. Избранное. Образ общества / М. Вебер. – М. : Юрист, 1994. – 704 с.
16. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values / G. Hofstede. – SAGE Publications, 1980. – 328 p.
17. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн ; пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб : Питер, 2002. – 336 с.
18. Одегов Ю. Г. Управление персоналом / Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев. – М. : Финстатинформ, 1997. – 878 с.
19. Козлов В. В. Корпоративная культура : учеб. пособие / В. В. Козлов. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 304 с.
20. Катков В. Формирование организационной культуры на промышленном предприятии / В. Катков // Управление персоналом. – 2000. – № 2. – С. 28-29.
21. Robbins, Stephen P. Essentials of organizational behaviour. Prentice-Hall, Inc. New Jersey, 1994. – 294 p.
22. Голубева М. Л. Медицинский менеджмент: специфика и подходы / М. Л. Голубева // Российское предпринимательство. – 2011. – № 4-2 (182). – С. 126-129.
23. Дашкова Е. С. Особенности корпоративной культуры в организациях системы здравоохранения / Е. С. Дашкова // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 68-72.

УДК 631.111

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ

**ШОВКОПЛЯС О. А.,
ассист. каф. бухгалтерского учёта,
анализа и аудита, ГОУ ЛНР
«Луганский национальный
аграрный университет»**

В статье раскрыта сущность экологического потенциала предприятия. Рассмотрены характеристики главных составляющих экологического потенциала. Изучены стратегические цели и принципы экологической политики в разрезе стратегического управления ресурсным потенциалом предприятия в целом.

Ключевые слова: ресурсный потенциал; экологический потенциал; экологическая политика.

В статті розкрито сутність екологічного потенціалу підприємства. Розглянуто характеристики головних складових екологічного потенціалу. Вивчено стратегічні цілі та принципи екологічної політики в розрізі стратегічного управління ресурсним потенціалом підприємства в цілому.

Ключові слова: ресурсний потенціал; екологічний потенціал; екологічна політика.

In the article the essence of ecological potential of the enterprise. The characteristics of the main components of environmental capacity. Studied strategic goals and principles of environmental policy in the context of strategic management of resource potential of the enterprise as a whole.

Keywords: resource potential; environmental capacity; environmental policy.

Постановка проблемы. Эксплуатация экологического потенциала природных систем традиционно не входит в категорию природопользования, однако чистый воздух, вода, продукты питания – это тот же самый природный ресурс, столь же дефицитный на одних территориях, богатый на других и точно в той же степени, как и прочие ресурсы, – исчерпаем. Его носителем является способность природы к самовосстановлению. Чем большим потенциалом устойчивости обладают экосистемы, тем больше чистого воздуха, воды, пищи достанется, в конечном счете, человеку.

Каждое предприятие обладает определённым экологическим потенциалом, однако не все используют его в полном объёме. Уровень использования экологического потенциала – это мера управления экологическими ресурсами предприятия в целях эффективного взаимодействия с рынком на данный момент времени.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в разработку указанного направления внесли А. Д. Бадоев, Х. Х. Макоев, А. С. Булатов, Н. В. БыхOVER, Е. В. Вавилова, А. П. Воронцов, И. В. Комар, В. К. Ломакин, В. Л. Дикань, Л. А. Позднякова, И. Д. Михайлов и др.

Вопросам изучения экологического потенциала уделяли внимание такие учёные, как С. Н. Чуков, А. В. Чернева, Л. К. Зятькова, Н. Е. Захарова, Н. А. Аткина, И. И. Дедю, П. Г. Ипненко, М. Ф. Реймерса, О. В. Яблокова и др. но они не до конца изучены и актуальны и по сей день.

Актуальность. В настоящее время существует объективная необходимость пересмотра отношений производства к экологической политике. Становится всё более очевидным, что систематически реализуемые, продуманные и эффективные меры по охране окружающей среды, ресурсосбережению, снижению экологических рисков находятся в области стратегических интересов предприятий, соответствуя их целям завоевания и поддержания конкурентных преимуществ.

Цель статьи. Раскрытие сущности экологического потенциала, изучение характеристик главных составляющих экологического потенциала, выявление факторов влияющих на формирование и реализацию экологической политики.

Изложение основного материала. Экологический потенциал предприятия представляет собой всеобъемлющую оценку внутренней экологической деятельности предприятия и может служить в качестве полноценной характеристики сильных и слабых сторон экологического функционирования предприятия.

Оценка экологического потенциала предприятия должна включать следующие элементы:

- оценку и анализ состояния окружающей среды и природоохранной деятельности;
- технико-экономический анализ использования природных ресурсов,
- оценку воздействия на окружающую среду при технико-экономическом обосновании инвестиций и проектов строительства [5].

Экологический потенциал зависит от качества поверхностных и подземных вод. Качество природных вод определяется их химическим составом, формирование которого в настоящее время обусловлено как природными, так и техногенными факторами. Включение в состав природных вод, не свойственных им веществ различного техногенного происхождения, сопровождается процессом загрязнения воды, который обусловлен, как правило, сбросом сточных вод в речную сеть. Самым мощным источником загрязнения водных объектов в Республике являются бытовые стоки.

Нагрузка на поверхностные воды обусловлена не только сбросом сточных вод, большое количество загрязняющих веществ поступает с талыми и ливневыми водами с городских территорий, сельскохозяйственных угодий и других источников загрязнения, не имеющих системы водоотведения и очистки.

Стратегическая цель в области сохранения водного потенциала состоит в повышении эффективности использования и улучшении качества водных ресурсов, сбалансированных с потребностями общества и возможным изменением климата. Достижение этой цели потребует комплексного подхода к решению организационных, правовых и финансово-экономических проблем водопользования и охраны вод. Улучшение состояния природных вод требует усовершенствования способов очистки сточных вод, создания водоохраных зон, принятия мер по предотвращению попадания в водоемы стоков животноводческих ферм и комплексов, сокращения объемов водоотведения путём внедрения оборотных систем водоснабжения, а также экономического стимулирования водоохраных мероприятий.

Одной из главных проблем является проблема качества атмосферного воздуха. Управление качеством атмосферного воздуха основывается на следующих принципах:

- установления предельных выбросов для каждого предприятия, города, района и области;
- установления норм выбросов для отдельных стационарных и передвижных источников с учётом технического прогресса;
- энергосбережения;
- перевода стационарных и передвижных источников на менее опасные в экологическом отношении виды топлива;
- учёта критических нагрузок при планировании воздействий и воздухоохранной деятельности;
- соответствия принимаемых решений и осуществляемых действий международным соглашениям и конвенциям [1].

Устойчивость экологического потенциала во многом определяется мерами по рациональному использованию земель в сельскохозяйственном производстве и других отраслях экономики. Рассматривая влияние экономического развития на экологическую ситуацию, следует учитывать не только загрязняющие и иные неблагоприятные воздействия производственного комплекса на окружающую среду, но и сопровождающие данное развитие преобразования структуры землепользования. Связано это с тем, что изменения в соотношениях различных видов использования земель оказывают влияние на характер воздействий на окружающую среду, а также в целом на экологическое равновесие территории.

Актуальной также является проблема сохранения ландшафтного и биологического разнообразия. Наибольшие изменения природных ландшафтов произошли на урбанизированных территориях, в местах добычи полезных ископаемых, при проведении строительных работ, в результате мелиорации. Техногенная деградация ландшафтов является следствием неполного извлечения полезного продукта при добыче минерального сырья, некомплексной его переработки, что ведёт к скоплению огромных масс отходов так называемой пустой породы, концентрации вредных веществ сверх допустимых норм в почве, водоёмах, воздухе.

Следующая проблема – сокращение тенденции роста образования и накопления отходов производства и потребления. Образование и накопление отходов производства и потребления ведет к ослаблению экологического потенциала республики и представляет реальную угрозу здоровью людей. В составе отходов выделяется категория токсичных, которые представляют наибольшую угрозу загрязнения окружающей среды. По отношению к данной категории прослеживается та же тенденция динамики, что и для

отходов в целом. С течением времени их количество увеличивается. Приоритетными направлениями в области управления отходами являются: сокращение объёмов отходов путём внедрения ресурсосберегающих и малоотходных технологий; повышение уровня их переработки; экологобезопасное размещение; организация в городах системы раздельного (селективного) сбора отходов.

Фактором, обуславливающим стабилизацию экологического потенциала страны, является сохранение и устойчивое использование биологического разнообразия, которое включает не только совокупность форм жизни, но и сочетание биотических сообществ в наземных, почвенных, водных и других средах обитания. В сохранении биологического разнообразия главенствующая роль принадлежит особо охраняемым природным территориям. Это участки земли и части водного пространства, в том числе природные комплексы, имеющие особое экологическое, научное, культурное, эстетическое, историческое значение, в отношении которых установлен особый режим охраны и использования. Все объекты, подлежащие охране, объединены в единую систему с включением особо охраняемых территорий, природно-миграционных коридоров, которые их соединяют, водоохраных зон вдоль рек и озёр, санитарно-охраных зон вокруг крупных городов. Это своего рода природный каркас экологической охраны и стабильности биологического разнообразия.

Важнейшими принципами экологической политики определены:

- поддержка целостности экологических систем посредством эффективного управления экологическим потенциалом страны;
- снижение давления на окружающую среду со стороны экономики (в процессе её роста);
- защита окружающей среды как неотъемлемой части процесса развития;
- социальное и экологическое взаимодействие для повышения качества жизни;
- расширение сотрудничества с другими странами с учётом глобальной экологической взаимозависимости.

Экологическая политика предусматривает: снижение негативного воздействия на окружающую среду и улучшение её качественного состояния на основе последовательного осуществления структурной перестройки экономики, совершенствование технологического уровня производства, включающего ресурсосбережение, применение малоотходных и безотходных технологий и производств, сокращение объёмов выбросов и сбросов загрязняющих веществ в окружающую среду, утилизацию и переработку отходов, а также сохранение биоразнообразия, расширение сети особо охраняемых территорий.

Для достижения этих целей необходимо решить комплекс задач, главными из которых являются:

- преодоление негативных явлений деэкологизации хозяйственной деятельности, восстановление нарушенных природных экосистем;
- обеспечение эффективного не истощительного природопользования;
- дальнейшая экологическая ориентация развития общества, предусматривающая взаимосвязь экологической, экономической и социальной составляющих устойчивого развития Республики;
- внедрение основных положений стратегической экологической оценки прогнозов и программ, нормативных актов, проведение экспертной оценки воздействия на окружающую среду проектных решений;
- обеспечение равного доступа к природным ресурсам для юридических и физических лиц;
- выполнение обязательств по международным соглашениям в области охраны окружающей среды и рационального природопользования.

Решение указанных задач должно базироваться на следующих основных принципах:

- платность природопользования и возмещение вреда, причиненного в результате вредного воздействия на окружающую среду («загрязнитель платит»);
- соблюдение и обеспечение прав граждан на благоприятную окружающую среду;
- единство экологических, экономических и социальных интересов;
- неотвратимость правовой и экономической ответственности за экологически опасное, нерациональное и неэффективное использование природных ресурсов;
- открытость экологической информации и участие общественности в принятии решений в области природопользования и охраны окружающей среды;
- ответственность за нарушение законодательства республики об охране окружающей среды.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Знать экологический потенциал предприятия необходимо для планомерного его использования и, как следствие этого, эффективного функционирования производства, определения на этой основе долгосрочных целей компании и обеспечения их реализации посредством применения продуманной системы мер и инструментов.

Сохранение и стабилизация экологического потенциала теснейшим образом связаны с реализацией идеи устойчивого развития. Оно предполагает эволюцию экономики, решение социальных проблем, сохранение высокого качества окружающей среды, обеспечение международной безопасности. А стратегическими целями экологической политики являются создание благоприятной окружающей среды, улучшение условий проживания и здоровья населения, обеспечение экологической безопасности. Поэтому экологический потенциал целесообразно рассматривать как один из главных составляющих ресурсного потенциала в разрезе дальнейшего стратегического развития предприятия и ресурсов этого предприятия в целом.

Список использованных источников

1. Аткина Н. А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала предприятия / Н. А. Аткина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 34-42.
2. Бадоев А. Д. Экологический потенциал природной среды / А. Д. Бадоев, Х. Х. Макоев. – Изд-во: Владикавказ. – 2011. – 291 с.
3. Вавилова Е. В. Экономическая география и регионалистика / Е. В. Вавилова // Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2011. – 224 с.
4. Захарова Н. Е. Экономика и экологический императив / Н. Е. Захарова // Новая экономика. – 2009. – № 56. – С. 105-112.
5. Комар И. В. Рациональное использование природных ресурсов и ресурсные циклы / И. В. Комар. – М.: Наука. – 210 с.

УДК 339.9

ПРОВЕДЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ШУМАЕВА Е. А.,
канд. гос. упр., доц., ГОУ ВПО
«Донецкий национальный
технический университет», Институт
последипломного образования;
ЧЕГОДАЕВ Б. В.,
Министерство транспорта ДНР,
главный специалист

В статье рассмотрены существующие процессы глобализации хозяйственной деятельности и проведение организационных изменений в соответствующих условиях. Определены проблемы проведения организационных изменений и пути их решения. Актуальность данной статьи заключается в том, что исследованы и представлены различные механизмы глобализации хозяйственной деятельности и этапы её становления.

Ключевые слова: глобализация хозяйственной деятельности; организационные изменения; мировое хозяйство; государство.

В статті розглянуто існуючі процеси глобалізації господарської діяльності і проведення організаційних змін у відповідних умовах. Визначені проблеми проведення організаційних змін і шляхи їх вирішення. Актуальність даної статті полягає в тому, що в ній досліджено та представлено різні механізми глобалізації господарської діяльності й етапи її становлення.

Ключові слова: глобалізація господарської діяльності; організаційні зміни; світове господарство; держава.

The article describes the current process of globalization of economic activities and the implementation of organizational changes in appropriate conditions. Problems of organizational change and possible solutions have been identified. The relevance of this article lies in the fact that various mechanisms of globalization of economic activities and stages of its development are studied and presented.

Keywords: the globalization of economic activities; organizational changes; the world economy; the state.

Постановка проблемы. Современное постиндустриальное мировое сообщество находится на этапе окончания формирования механизмов и устоев глобализации как мировой экономики, так и хозяйственной деятельности субъектов рыночной экономики. В XX веке – веке индустриализации и научно-технического прогресса, экономики государств и их неотъемлемая часть – хозяйственная деятельность имели преимущественно закрытую формацию, ориентированную на отечественные рынки и на внутреннюю экономику страны. Указанный временной промежуток характеризуется ростом объёмов технологически и технически сложного оборудования в основных фондах предприятий промышленно развитых стран мира. Наиболее динамичное экономическое развитие ряд стран получило в результате двух мировых войн, наряду с экономиками иных стран, которые были истощены или поглощены в результате соответствующих конфликтов. Именно в поствоенный период начали обретать свои нынешние очертания и механизмы внутреннего регулирования глобализация хозяйственной деятельности.

В широком понимании глобализацией хозяйственной деятельности является процесс превращения мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капитала, рабочей силы и знаний [1, с. 451].

На сегодняшний день при проведении организационных изменений на любом предприятии, в отрасли или стране неизбежно необходимо учитывать существующую глобализацию хозяйственной деятельности в плане проведения необходимых преобразований.

На наш взгляд, основными проблемами проведения организационных изменений в условиях глобализации хозяйственной деятельности являются:

- недостаточный уровень знаний процессов и элементов глобализации хозяйственной деятельности, практическое отсутствие исследований в сфере данного вопроса, что препятствует проведению соответствующих организационных изменений;
- наличие межправительственных, частных и наднациональных институтов, оказывающих прямое или косвенное влияние на процессы хозяйственной деятельности страны, в том числе на политические и экономические элиты государства;
- потеря правительством страны контроля и управления над различными сферами хозяйственной деятельности;
- отсутствие суверенитета государства при наличии внешних рычагов управления, что, в свою очередь, ограничивает методы проведения организационных изменений в рамках данного субъекта;
- неспособность государства предугадать и своевременно локализовать внутренние и внешние угрозы.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам глобализации и организационным изменениям в различных отраслях экономики посвящены труды таких учёных, как: А. С. Булатова, Дж. Харрингтона, А. П. Бутенко, О. В. Кожевиной, В. Л. Иноземцева, Ю. В. Яковца, Б. З. Мильнера и других.

Цель статьи. Исследование различных этапов становления и развития глобализации хозяйственной деятельности, механизмов организационных изменений в соответствующих условиях, в том числе разработка мероприятий, направленных на минимизацию негативных факторов при решении проблем проведения организационных изменений в условиях глобализации хозяйственной деятельности.

Изложение основного материала исследования. Начальный этап становления глобализации хозяйственной деятельности возможно представить в виде простейших логических связей, объединяющих воспроизводство материальных ценностей ряда стран в единое мировое хозяйство или единый мировой рынок (рис. 1).

В данных условиях при проведении организационных изменений в различных отраслях экономики глобализация хозяйственной деятельности существенного влияния не оказывала, её структура и процессы имели стабильную форму, главной целью являлось рациональное перераспределение полученных благ посредством механизмов мирового рынка.

По мере развития и укрепления межгосударственных связей и образования благоприятной почвы для стабильного экономического роста создаются различные союзы и содружества. Примерами образовавшихся союзов являются: Европейский союз; Евразийское экономическое сообщество (после реструктуризации Евразийский экономический союз); Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество и другие. Указанные экономические сообщества объединили страны, стёрли границы между государствами и превратили экономические системы в один региональный рынок, что, несомненно, внесло изменения в процессы глобализации хозяйственной деятельности и механизмы проведения организационных изменений.

В свою очередь, в благоприятных экономических условиях ключевую роль в мире заняли транснациональные компании и корпорации, что оказало негативное воздействие на проведение организационных изменений в развивающихся странах.

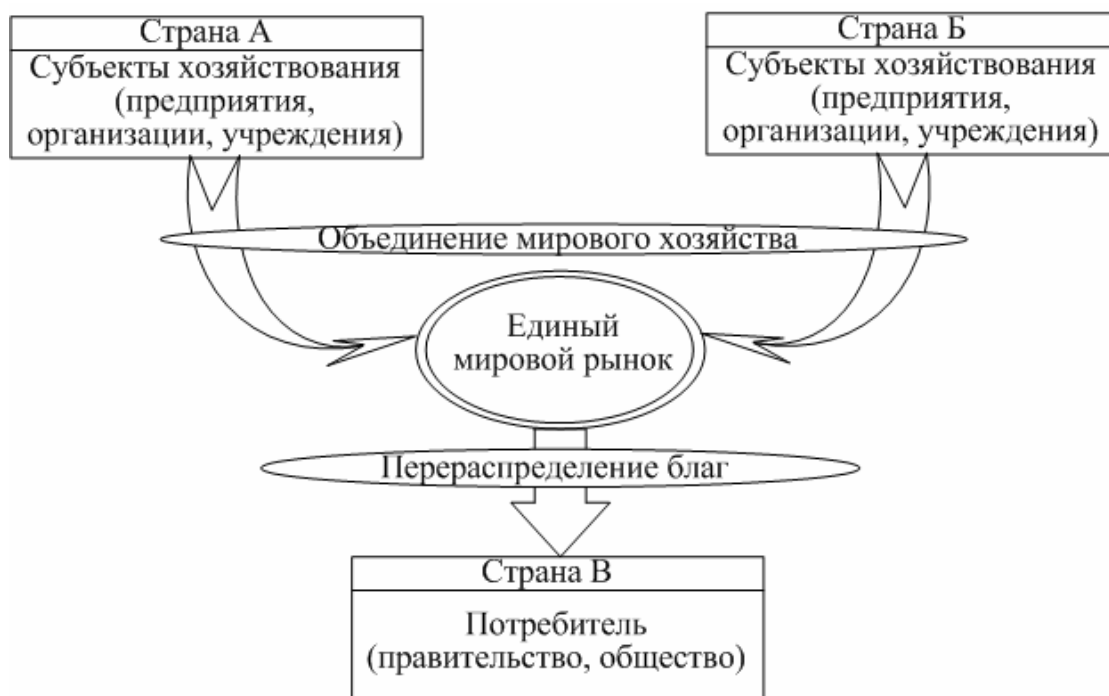


Рис. 1. Начальный этап становления глобализации хозяйственной деятельности

Так, транснациональные компании и корпорации посредством политического и экономического давления на правительства стран начали внедрять свои услуги и товары, влиять на определённые решения, препятствуя развитию конкурирующего национального производства.

В современном мире насчитывается около двух тысяч транснациональных компаний и корпораций, которые распространяют свою деятельность на шесть или более стран. Среди них пятьсот крупнейших имеют совокупный продукт в 21,9 трлн. долл. (61 процент мирового валового продукта) [2, с. 18]. Наряду с этим деятельность транснациональных компаний и корпораций оказывает непосредственное воздействие на глобализацию мировой хозяйственной деятельности. В этих условиях проведение таких организационных изменений, как реорганизация, реструктуризация и реинжиниринг, крайне затруднена, особенно в условиях функционирования малых и средних предприятий.

В виду того, что приоритетом транснациональных компаний и корпораций является максимизация прибыли и пути её получения не играют ключевой роли, данный подход оказывает негативное влияние на социально-экономическое развитие территорий соответствующих государств. Подтверждением этому является тенденция перенесения производств в страны, где существуют более благоприятные для транснациональных компаний и корпораций условия.

В практическом аспекте в роли указанных благоприятных условий выступают следующие показатели: стоимость труда; политическая обстановка; более гибкие требования законодательства (налогового, природоохранного, социального и др.); наличие дешёвых ресурсов. Например, в Китайскую Народную Республику перенесли свои производственные мощности такие американские компании, как Apple, Microsoft и др. С учётом влияния транснациональных компаний на мировой и региональные рынки представим современный этап глобализации хозяйственной деятельности (рис. 2).

Наряду с негативным влиянием на социально-экономическое развитие территорий государств, с которых переносятся предприятия, в странах, в которые перенесено соответствующее производство, наблюдается рост национальной экономики

(секторально), ввиду поступления дополнительных отчислений субъектом хозяйствования и вовлечение местного населения в производство продукции и услуг.

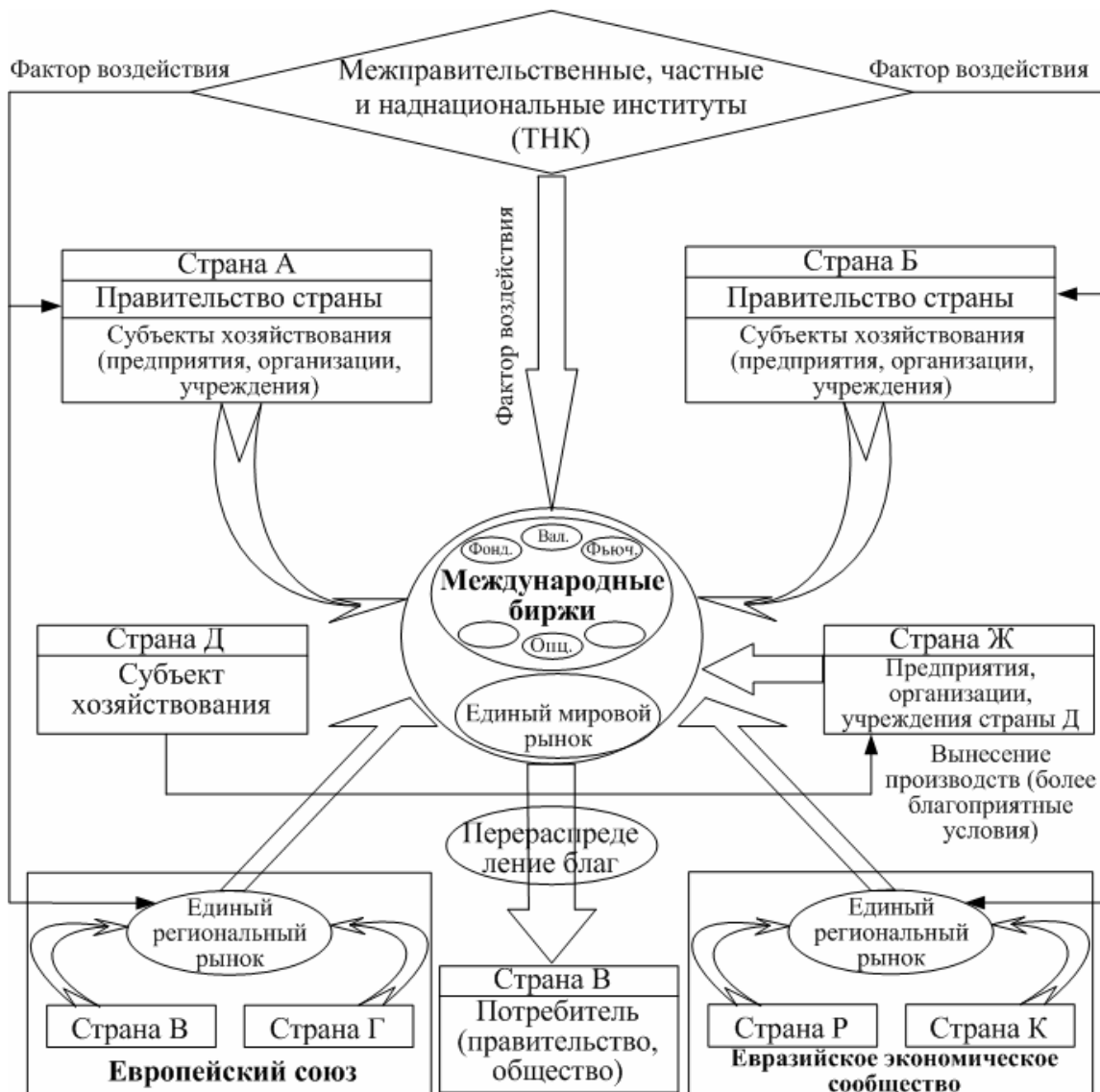


Рис. 2. Современный этап глобализации хозяйственной деятельности

Так, Российской Федерацией в последнее десятилетие достигнуты значительные успехи по созданию благоприятного инвестиционного климата, что, в первую очередь, является результатом гармонизации законодательства страны с международно принятыми нормами и предоставления государственных гарантий стабильности той или иной отрасли экономики.

Несмотря на нестабильное состояние мирового рынка и экономик ряда промышленно развитых стран мира, по мнению авторитетного международного рейтингового агентства Moody's, Российской Федерации в 2016 году удалось удержать свой рейтинг на уровне «Вa1», что свидетельствует о кредитоспособности и инвестиционной привлекательности России.

В последнее время возросла роль международных бирж на едином мировом рынке, так как они являются неотъемлемой частью современного этапа глобализации хозяйственной деятельности.

Период настоящего динамичного экономического развития, всевозможного симбиоза различных видов хозяйственной деятельности, торговых и денежно-валютных (финансовых) операций характеризуется разделением международной биржи на отдельные специализации по сферам деятельности. Так, в результате разделения сформировались специализированные фондовые и валютные биржи, биржи опционов, фьючерсов и другие, что в значительной степени стало стимулятором развития мирового рынка.

По мнению ряда специалистов, в условиях глобализации хозяйственной деятельности единственным жизнеспособным образованием остаётся только биржевой механизм. Международные биржи охватывают практически все производимые мировые ресурсы и блага, позволяют торговать в одной системе различными финансовыми инструментами, что является эффективным механизмом их развития.

Наряду с вышеизложенным, в настоящее время идёт активный процесс образования и развития своеобразных связей между приведёнными международными биржами, где наибольшее распространение получили биржевые альянсы.

Создание биржевых альянсов обусловлено развитой рыночной конкуренцией за соответствующих участников рынка (предприятия, участвующие в международной торговле).

Действенными биржевыми альянсами на сегодняшний день являются: Norex, Euronext, Альянс бирж стран БРИКС. В состав Альянса бирж стран БРИКС вошли бразильская фондовая биржа BM&FBOVESPA, российская биржа ПАО Московская Биржа, индийская фондовая биржа BSE Ltd (ранее известная как Бомбейская фондовая биржа), корпорация бирж и клиринговых организаций HKEx (Гонконг), представляющая интересы Китая, и фондовая биржа Йоханнесбурга JSE Limited (Южная Африка). Таким образом, международные биржи являются неким посредником между производителем благ и их потребителями, то есть осуществляют функцию перераспределения ресурсов, продукции и услуг.

Проведение организационных изменений в условиях глобализации хозяйственной деятельности осложняется и пролонгируется, так как практически невозможна адаптация малых и средних предприятий к условиям современной глобализации вследствие ограничения доступа к мировому рынку и предоставления им только регионального сегмента рынка.

Малым и средним предприятиям конкурировать на рынке с транснациональными компаниями весьма затруднительно, так как их продукция имеет более низкую стоимость в связи с массовостью производства соответствующей продукции. Одним из возможных выходов со сложившейся ситуации для предприятий (организаций, учреждений) в условиях глобализации хозяйственной деятельности может служить применение различных механизмов организационных изменений. Наиболее действенным механизмом организационных изменений, на наш взгляд в настоящее время является реорганизация юридического лица, под который, согласно законодательству Российской Федерации, понимается слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование соответствующего субъекта хозяйствования.

Любые нововведения как определённые изменения в трудовом процессе являются неизбежными, поскольку они обусловлены объективными факторами. При этом реорганизация не является самоцелью, а скорее средством реализации новых заданий и направлений деятельности [3, с. 27]. В целях достижения наибольшей конкурентоспособности предприятий как на внутреннем рынке страны, так и на мировом рынке в условиях глобализации хозяйственной деятельности актуальными являются два основных направления реорганизации: слияние и присоединение.

Под слиянием юридического лица понимают объединение двух и более предприятий в одно юридическое лицо с передачей всех основных фондов и имущественных прав на них вновь образовавшейся организации.

Горизонтальное слияние – это объединение производителей одних групп товаров или услуг. Примером такого слияния предприятий в Российской Федерации может служить объединение в 1999 году «ЛУКойла» и «КомиТЭКа», «СБС» и «Агропромбанка», в западных странах – слияние табачной компании «R.J. Reynolds» и производителя пищевых продуктов «NabiscoBrands», в результате чего образовалась компания «RJRNabisco», слияние «Boeing» и «McDonnellDouglas».

В свою очередь, *вертикальное слияние* – это объединение определённого предприятия с предприятием поставщика сырья или потребителем его продукции, в рамках единой технологической цепочки. В Российской Федерации примером вертикального слияния может считаться покупка автомобильных заводов металлургическими компаниями: «Сибал» приобрёл «ГАЗ» и «ПАЗ», «Северсталь» приобрёл «Заволжский моторный завод».

В рамках слияния возможно выделить такой механизм организационного изменения, как поглощение. Под поглощением понимают приобретение подавляющего большинства имущественных и корпоративных прав одного юридического лица другим юридическим лицом. В данном случае поглощённое предприятие может сохранить свой статус юридического лица. Таким примером может служить поглощение в 2016 году «Роснефтью» «Башнефти».

Под присоединением одного юридического лица к другому юридическому лицу понимают передачу одним юридическим лицом всех основных фондов и имущественных прав другому юридическому лицу без образования нового предприятия. В качестве примера возможно привести присоединение «Westinghouse Electric Co» к «Nortrop Grumman Corp» в 1994 году с последующим слиянием «Nortrop Grumman Corp» с «Lockheed Martin Corp» в 1997 году.

Как видно из представленного материала, история большинства крупнейших российских и зарубежных компаний представляет собой цепочку слияний, поглощений и присоединений. В современных условиях глобализации хозяйственной деятельности указанные организационные изменения являются апробированными и действенными механизмами достижения превосходства на международном рынке.

Выводы. Таким образом, для внедрения организационных изменений в условиях глобализации хозяйственной деятельности предлагаются следующие мероприятия по их реализации:

- стимулирование более глубокого и расширенного исследования процессов и элементов глобализации хозяйственной деятельности, а также механизмов проведения организационных изменений в соответствующих условиях;

- уменьшение влияния межправительственных, частных и наднациональных институтов, оказывающих прямое или косвенное влияние на процессы хозяйственной деятельности страны путём принятия соответствующего законодательства и введения ограничений на поставку продукции иностранных транснациональных компаний (корпораций), что несомненно стимулирует рост национальной экономики;

- оказание содействия проведению организационных изменений национальных предприятий (организаций, учреждений);

- усиление контроля государства над отраслями, имеющими стратегическое значение для страны;

- развитие национальных институтов прогнозирования и анализа процессов на мировом рынке и механизмов его развития.

Список использованных источников

1. Булатов, А. С. Экономика [Текст]: учебник / А. С. Булатов. – 3-е изд. перераб. и доп. – Под ред. д. э. н., проф. А. С. Булатова. – М.: ЮРИСТЪ, 2003 – 896 с.
2. Уткин, А. И. Глобализация: процесс и осмысление [Текст]: учебное пособие / А. И. Уткин. – М.: Логос, 2001. – 271 с.
3. Шумаева, Е. А. Современные аспекты управления организационными изменениями [Текст] / Е. А. Шумаева, О. В. Захарова // Друкерровский весник. – 2015. – Вып. 3. – С. 26-35.