

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

УДК 338.46

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

А.А. Азарян,
канд. экон. наук,
доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: scorpion2017dn@gmail.com

THE DEVELOPMENT OF SERVICES IN DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

A.A. Azaryan,
Cand. Sc. (Econ.),
Assoc. Prof.

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mikhail Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: scorpion2017dn@gmail.com

Реферат

Цель. Целью исследования является изучение ситуации в сфере услуг в Донецкой Народной Республике, особенностей осуществления услуг в различных сферах; выявление проблем их осуществления; определение направлений повышения эффективности развития сферы услуг, а именно правового обеспечения социально-экономического становления Донецкой Народной Республики.

Методика. В процессе исследования использованы общеэкономические, статистические и экономико-математические методы: логического анализа, диалектического, комплексного системного подхода, диалектический, аналитический.

Результаты. В результате исследования изучена ситуация в сфере услуг в Донецкой Народной Республике, особенности осуществления услуг в различных сферах, а также услуг, финансируемых за счет Республиканского бюджета; определены направления повышения эффективности развития сферы услуг, прежде всего в правовом обеспечении социально-экономического становления Донецкой Народной Республики.

Научная новизна. Предложена математическая модель оценки показателей эффективности и качества предоставления услуг предприятиями на основе формирования однородных множеств и индикаторов оценки системы качества услуг с учетом факторов управленческих рисков в условиях социально-экономического развития Донецкой Народной Республики.

Практическая значимость. Разработанные предложения по оценке показателей эффективности и качества предоставления услуг предприятиями Донецкой Народной Республики, а также по разработке правового обеспечения социально-экономического становления Донецкой Народной Республики, в том

числе в сфере услуг, будут способствовать дальнейшему развитию сферы услуг и наращиванию темпов роста экономики Республики.

Ключевые слова: сфера услуг, правовое обеспечение, социально-экономическое развитие, индекс потребительских цен, индикаторы оценки системы качества услуг.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях интеграции современной экономики, влияния мировых трансформационных процессов, совершенствования информационно-сервисного общества, которое проявляется в ускоренном росте, сферу услуг однозначно можно выделить в доминирующий сектор народного хозяйства.

Оценка тенденций становления и развития сферы услуг, выявление факторов, оказывающих влияние на ее развитие, а также развитие данной сферы сервиса как фактора развития других отраслей хозяйствования, являются сверхактуальными.

Существующая государственная политика в области развития сферы услуг малоэффективна, и данный сектор экономики продолжает оставаться мощным нереализованным потенциалом. Аналитики считают, что было бы целесообразно изучить сектор услуг более детально, так как развитие сферы услуг – это глобальная тенденция современности, базирующаяся на управлении экономическими системами [1, с. 153].

В сфере услуг существует достаточно значительный дисбаланс между эффективностью и качеством предоставляемых услуг и тем, что предлагает данный сектор экономики. Это оказывает негативное влияние на темпы роста показателей эффективности сферы услуг.

Таким образом, государственная политика в формировании стратегии экономического развития сферы услуг должна стать приоритетным вектором деятельности государственных органов.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам становления и развития и менеджмента в сфере услуг посвящены работы Л. Сосуновой, Д. Черновой, З. Мустафеевой, Б. Чернышова; управления менеджментом – В. Уколова, У. Чан Кима, Рене Моборна, У. Эшби; теории систем и системного анализа – Д. Бородина, Ю. Черняка. Особенности формирования бизнеса в сфере услуг и его влияния деятельности на целые нации рассмотрены в исследованиях Э. Шлоссера, И. Ерихинского, взаимосвязь услуг быстрого питания и болезней – К. Кэмпбелла; моделирование функционирования объектов сферы услуг – А. Мудунова.

Анализ отечественных и зарубежных публикаций показывает значительный интерес к изучению показателей эффективности и качества предоставления услуг предприятиями на основе формирования однородных множеств для изучения индикаторов оценки системы качества услуг с учетом факторов управленческих рисков, поэтому дальнейшие исследования в этом

направлении являются актуальными и дискуссионными в условиях развития экономики Донецкой Народной Республики.

Изложение основного материала исследования. Военные действия на Донбассе в течение 2014-2016 гг. привели к резкому сокращению промышленного производства ДНР по отношению к предыдущему периоду. Все экономические показатели стремительно падали, появились проблемы, связанные с поставкой сырья и отгрузкой произведенной продукции, разрушением производственной инфраструктуры, резким сокращением объемов продажи товаров, производством продукции, предоставлением услуг [3].

В Постановлении Совета Министров Донецкой Народной Республики «О внесении изменений в Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31.05.2016 года «Об утверждении Временного Порядка о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства и собственные средства предприятий в Донецкой Народной Республике» от 16 августа 2016 г. представлено определение термина «услуги»: любой предмет закупки (кроме товаров и работ), включая транспортные услуги, освоение технологий, научные исследования, научно-исследовательские, опытно-конструкторские разработки, научно-технические работы, медицинское и бытовое обслуживание, лизинг, аренда, финансовые, консультационные и другие услуги [7].

Все услуги, по мнению экспертов в этой области, можно разделить на следующие группы. Эти группы, в свою очередь, ранжированы по популярности у населения:

1. Бытовые.
2. Медицинские.
3. Транспортные.
4. Финансовые.
5. Юридические.
6. Посреднические (недвижимость, курьерские).
7. Развлекательные.
8. Прочие [2, с. 153-160].

В разрезе услуг, финансируемых за счет бюджетных средств, предоставляется информация о следующих видах услуг социальной сферы, потребность в которых финансируется из Республиканского бюджета:

услуги городского и пригородного пассажирского наземного транспорта, другие;

услуги по складированию и хранению (услуги по хранению товарно-материальных ценностей Государственного резерва)»;

услуги по приему, хранению и выдаче гуманитарных грузов, товарно-материальных ценностей;

услуги проживания и питания (для делегаций);

услуги по обеспечению питанием учащихся 1-4 классов общеобразовательных школ;

услуги в сфере радиовещания;

услуги размещения и изготовления телевизионных материалов, программ, социальной рекламы в телеэфире;

услуги размещения информационных материалов в городских и районных газетах;

услуги размещения социальной и политической рекламы на ситилайтах, билбордах, плакатах и т.д.

В табл. 1 согласно официальной информации Главного управления статистики Донецкой Народной Республики приведены данные по индексу потребительских цен на товары и услуги в 2017 г., которые вводятся на товары и услуги с целью предотвращения финансового кризиса и жесткого ограничения расходования бюджетных средств из Республиканского бюджета [8].

Таблица 1 – Индекс потребительских цен в 2017 г., % к предыдущему месяцу

Месяц	ИПЦ	В том числе		
		Продовольственные товары	Непродовольственные товары	услуги
Январь	100,7	100,9	99,8	100,9
Февраль	99,6	99,4	99,5	100,2
Март	99,8	99,7	99,8	100,2
Апрель	100,3	100,6	99,9	99,9
Май	100,8	101,3	99,7	100,2
Июнь	100,2	100,4	99,7	100,2
Июль	99,7	99,5	99,7	100,4
Август	98,9	98,4	99,6	100,0
Сентябрь	100,1	100,1	100,3	100,1
Октябрь	100,0	100,0	100,1	100,0
Ноябрь	100,9	99,8	99,8	100,1
Декабрь	100,5	100,8	100,0	100,1

Также Главное управление статистики Донецкой Народной Республики приводит данные об индексах потребительских цен по отдельным видам услуг в 2017 г. (табл. 2) [8].

Как видно из табл. 2, в Донецкой Народной Республике активно развиваются туристские услуги. Донецкий регион до начала военных действий обладал значительным рекреационным потенциалом [3]. В его состав были включены три рекреационные зоны: Приазовская, Святогорская и Краснолиманская, в которых действовало более 50 пансионатов и санаториев. Война и раздел территории области существенно повлияли на рекреационные возможности ДНР. Из трёх вышеупомянутых зон в Республике осталась только незначительная часть Приазовской. С возникновением линии разграничения множество любителей активного отдыха стали заново открывать для себя пос. Зуевку и Зуевский ландшафтный парк.

Таблица 2 – Индекс потребительских цен в 2017 г. по отдельным видам услуг, % к предыдущему месяцу

Показатель	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
ИПЦ	100,7	99,6	99,8	100,3	100,8	100,2	99,7	98,9	100,1	100,0	100,9	100,5
Услуги здраво- охранения	100,0	100,8	100,2	101,4	100,4	99,9	100,1	99,5	100,5	102,2	102,5	101,1
Транспорт- ные услуги	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0	100,1	100,1	100,0	100,0	100,1	100,0	100,1
Телефонные и телефакс- ные услуги	101,3	100,0	100,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,3	100,0
Услуги по организации культурных меропри- ятий	100,3	100,9	101,7	99,7	100,0	100,2	100,3	100,0	100,2	100,9	100,4	100,0
Туристские услуги	116,0	96,7	105,9	91,0	100,2	111,1	99,0	97,5	99,4	86,7	107,1	104,2
Услуги в сфере образования	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1	100,0	100,0	100,0	100,9	100,0	100,0	100,0
Услуги ресто- ранного сервиса	100,6	100,4	100,8	99,7	100,2	98,4	102,6	100,6	99,5	100,3	99,9	99,7
Другие услуги	100,5	99,5	99,5	99,8	101,0	100,7	99,8	100,1	100,1	99,5	100,2	100,1

В настоящее время оценка эффективности предприятий сферы услуг и качества предоставляемых услуг является стратегической задачей как для бюджетных предприятий с целью эффективного распределения бюджетных средств, так и для коммерческих предприятий с целью определения приоритетов при развитии сферы услуг в условиях нестабильной экономической и политической ситуации в Донецкой Народной Республике.

В научных работах, посвященных направлениям развития сферы услуг, акцентировано внимание на проблемах оценки эффективности предприятий сферы услуг. Существующие методы и модели оценки качества сферы услуг ориентируются на два аспекта: техническое и функциональное качество.

Основными методами оценки качества деятельности предприятий сферы услуг являются аттестация и сертификация. Как в первом, так и во втором случае главная проблема при оценке качества услуг заключается в отсутствии сформированной и научно обоснованной системы показателей или индикаторов. Это обусловлено тем, что существует множество критериев оценки качества услуг, а индикаторы качества услуг часто являются качественными характеристиками, которые сложно оценить.

Система оценки качества должна позволять следить за динамикой развития предприятия, решать задачи управления предприятием.

В ходе исследования выявлены основные показатели качества предприятий сферы услуг [9], которые можно разделить на 10 видов. В отдельное множество целесообразно выделить индикаторы, отражающие оценку качества услуг, которая формируется на основании 10 групп факторов с учетом рисков в условиях развития сферы услуг в Донецкой Народной

Республике. Большинство показателей можно проанализировать с помощью известных статистических методов.

Традиционный статистический подход характеризуется сравнением каждого элемента с некоторым «средним» показателем или «идеальным».

Математически эффективность каждого объекта представляется как отношение взвешенной суммы выходов к взвешенной сумме входов. Вместо использования единого унифицированного набора весовых коэффициентов осуществляется последовательная оценка всех объектов (в данном случае – объектов сферы услуг) по наборам весов, оптимальных для каждого из них. За счет выбора весов каждый объект стремится представить свою эффективность максимальной, соблюдая при этом ограничения на эффективность других объектов.

На основании вышеизложенного можно построить математическую модель с учетом управленческих рисков и сложившейся ситуации в Донецкой Народной Республике. Входными данными модели являются следующие переменные:

$K = \{K_i, i = \overline{1, I}\}$ – оценка качества услуг;

$D_2 = \{D_{2j_1}, j_1 = \overline{1, J_1}\}$ – степень доступности;

$D_2 = \{D_{2j_2}, j_2 = \overline{1, J_2}\}$ – время простаивания в очередях;

$D_3 = \{D_{3j_3}, j_3 = \overline{1, J_3}\}$ – внимание к клиентам;,,

$D_4 = \{D_{4j_4}, j_4 = \overline{1, J_4}\}$ – надежность;

$D_5 = \{D_{5j_5}, j_5 = \overline{1, J_5}\}$ – безопасность;

$D_6 = \{D_{6j_6}, j_6 = \overline{1, J_6}\}$ – уровень компетенции персонала;

$D_7 = \{D_{7j_7}, j_7 = \overline{1, J_7}\}$ – степень коммуникации;

$D_8 = \{D_{8j_8}, j_8 = \overline{1, J_8}\}$ – скорость реакции сотрудников;

$D_9 = \{D_{9j_9}, j_9 = \overline{1, J_9}\}$ – вежливость персонала;

$D_{10} = \{D_{10j_{10}}, j_{10} = \overline{1, J_{10}}\}$ – скорость обслуживания клиентов.

Выходными данными является непосредственная оценка эффективности каждого предприятия сферы услуг

$$EfektS = \{EfektS_n, n = \overline{1, N}\}, \quad (1)$$

где $EfektS_n$ – значение уровня эффективности предприятия сферы услуг;

N – количество предприятий сферы услуг.

Целевая функция будет иметь вид

$$EfektS_h = \frac{\sum_{i=1}^I v_i^h K_i^h}{\sum_{m=1}^{10} \sum_{j_m} u_{j_m}^h D_{mj_m}^h} \rightarrow \max \quad (2)$$

где v – вес, относящийся к выходным данным

($i = \overline{1, I}$, I – количество выходных данных);

u – вес, относящийся к входным данным

($j = \overline{1, J}$, J – количество входных данных);

h – текущий объект.

Ограничения будут иметь следующий вид:

$$\frac{\sum_{i=1}^I v_i^n K_i^n}{\sum_{m=1}^{10} \sum_{j_m} u_{j_m}^n D_{mj_m}^n} \leq 1, \quad n = \overline{1, N}. \quad (3)$$

Данная задача, приведённая к задаче линейного программирования, будет иметь вид

$$\sum_{i=1}^I v_i^n K_i^n \rightarrow \max; \quad (4)$$

$$\sum_{m=1}^{10} \sum_{j_m} u_{j_m}^n D_{mj_m}^n = 1; \quad (5)$$

$$\sum_{i=1}^I v_i^n K_i^n - \left(\sum_{m=1}^{10} \sum_{j_m} u_{j_m}^n D_{mj_m}^n \right) \leq 0 \quad (6)$$

для всех n, k, v_i, u_j для всех i и j .

Достоинства полученной математической модели для оценки качества услуг, оказываемых предприятиями Донецкой Народной Республики, заключаются в следующем:

переводит суммы агрегированных показателей эффективности и качества для каждого объекта без указания весовых коэффициентов для переменных и предварительного их установления и значений результатов обслуживания в безразмерные величины;

множество эффективных объектов является оптимальным по Парето;

позволяет оценивать системы с множеством показателей относительно однородной природы [9, с. 101-119].

Правовое обеспечение социально-экономического развития ДНР, как независимого государства, находится в стадии становления и не в полной мере учитывает возможные риски, которые могут оказать существенное влияние на становление независимости ДНР, а также создание правовых моделей их преодоления, что на данном этапе фактически исключает необходимость

определения конкретного перечня нормативных правовых актов, подлежащих первоочередному принятию, в сфере услуг в том числе [6].

Таким образом, основными предложениями по внешнему согласованию для урегулирования правового обеспечения социально-экономического развития ДНР являются следующие:

в настоящее время необходимы, как минимум, официальное разъяснение Минюста Республики о границах правового поля, датах фиксации законодательства, его соотношении с текущим законодательством; полная инвентаризация законодательства и синхронизация норм основных законодательных актов, в итоге – подготовка перспективного плана законотворческой деятельности;

для ДНР целесообразно было бы зафиксировать соответствующую редакцию Хозяйственного кодекса, реализовав её как конституционный закон Республики в случае дополнения Конституции разделом «Экономическая система государства», и на этой базе обеспечить модернизацию законодательства, при этом внести соответствующие необходимые изменения в сам Кодекс;

следует проанализировать возможность и предполагаемую реакцию на обращение в ЕАЭС с просьбой о предоставлении ДНР статуса наблюдателя, что можно рассматривать как косвенное признание Республики.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате исследования изучена ситуация в сфере услуг в Донецкой Народной Республике, особенности осуществления услуг в различных сферах, а также услуг, финансируемых за счет Республиканского бюджета; определены направления повышения эффективности развития сферы услуг, прежде всего в правовом обеспечении социально-экономического развития Донецкой Народной Республики; предложена математическая модель оценки показателей эффективности и качества предоставления услуг предприятиями на основе формирования однородных множеств и индикаторов оценки системы качества услуг с учетом факторов управленческих рисков в условиях социально-экономического становления Донецкой Народной Республики.

Предложения по оценке показателей эффективности и качества предоставления услуг предприятиями Донецкой Народной Республики, а также по разработке правового обеспечения социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, в том числе в сфере услуг, будут способствовать развитию сферы услуг и наращиванию темпов развития экономики Республики.

Список литературы

1. Шорохов В.В. Прогрессивные технологии развития малого бизнеса сферы услуг в России // Вестник МГТУ им. Г.И. Носова. – 2012. - №3. – с. 63-66
2. Азарян А.А. Основные тенденции и перспективы развития сферы услуг // Сибирский экономический вестник. сб. научн. трудов. Выпуск №5 / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2017. – 190 с. – С. 153-160

3. Донецкая область в цифрах [Электронный ресурс]. URL: <http://www.donetskstat.gov.ua>
4. Стратегия развития Донецкой области на период до 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://donoda.gov.ua/?lang=ru&sec=03.04&iface=Pub-lic&cmd=view&args=id:22709>
5. Структура промышленности ДНР. Инфографика от 12.01.2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://dnr-live.ru/struktura-promyishlennosti-dnr/>
6. Лукьянов А. Экспертный доклад на конференции «III Евразийский молодежный инновационный конвент» в г. Санкт-Петербурге. Северо-Западный институт управления РАНХиГС [Электронный ресурс]. URL: <http://matveychev-oleg.livejournal.com/3402412.html>
7. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики «О внесении изменений в Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31.05.2016. №7-2 «Об утверждении Временного Порядка о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства и собственные средства предприятий в Донецкой Народной Республике» от 16 августа 2016 г. [Электронный ресурс]. <http://old.dnr-online.ru>
8. Индекс потребительских цен в 2017 году [Электронный ресурс]. http://glavstat.govdnr.ru/pdf/cena/ind_pzen5_1217.pdf
9. Вопросы современной науки: коллект. научн. монография [под ред. Е.Е Еникеева]. – М.: Изд. Интернаука, 2017. Т.20. – 122 с. – С. 101-119

УДК 331.103

**ДЕПАРТАМЕНТ ПО УПРАВЛЕНИЮ И РАЗВИТИЮ ПЕРСОНАЛА КАК
СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Н.А. Гладкий,
канд. экон. наук, доцент,
В.А. Гладкая,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: ngladkiy@yandex.ru

**DEPARTMENT ON MANAGEMENT AND DEVELOPMENT BY
PERSONNEL AS SUBJECT OF FORMING ORGANIZATIONAL CULTURE
OF ENTERPRISE**

N.A. Gladkiy,
PhD in Economics, Associate Professor,
V.A. Gladkaya,
PhD in Economics, Associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayilo
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: ngladkiy@yandex.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является изучение специфики создания и организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как субъекта формирования организационной культуры предприятия.

Методика. В процессе исследования использованы: диалектический метод познания, моделирование, графический метод – для построения организационной структуры Департамента, распределения функций сотрудников Департамента согласно должностям; обобщение, анализ и синтез – для выделения принципов, требований к организации, задач субъекта формирования организационной культуры.

Результаты. Рассмотрена специфика создания и организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как субъекта формирования организационной культуры предприятия в фокусе топ-приоритетов развития HR 2017 года.

Научная новизна. Формализованы функции работников Департамента по управлению и развитию персонала согласно должностям в разрезе структурных единиц, входящих в состав Департамента: общее управление, отдел кадров, отдел обучения и профессионального развития персонала, отдел стимулирования и мотивации персонала, отдел коммуникаций (корпоративных связей).

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на детализацию и структурирование процесса создания и организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как субъекта формирования организационной культуры предприятия, что будет способствовать социально-экономическому развитию предприятия и его адаптации к внешней среде.

Ключевые слова: организационная культура, управление, субъект, функции.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Возрастающая значимость развития организационной культуры в контексте современной социально ориентированной парадигмы управления определяется необходимостью использования внутреннего потенциала предприятия, стремлением повысить экономическую и интеллектуальную привлекательность, обеспечить эффективную гармонизацию и мотивацию работы персонала и адаптацию предприятия к внешним и внутренним «раздражителям».

Как показало исследование Deloitte «Global Human Capital Trends 2016», 86% руководителей компаний уверены, что культура играет огромную роль в работе с талантами. Но лишь 14% из них понимают ее настоящее значение [1], что подтверждает актуальность данного исследования.

Последнее исследование Bersin by Deloitte «High-Impact Leadership» доказывает, что при развитой корпоративной культуре сильные внутренние лидеры проявляются в девять раз чаще, чем в компаниях, которые не придают этому должного значения [1].

Топ-приоритетом 2017 года признано развитие корпоративной культуры и вовлеченности каждого из сотрудников в жизнь компании, что зависит в первую очередь от субъекта формирования такой культуры.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретическим и прикладным аспектам формирования и развития организационной культуры посвящены работы А. Анисимова, Л. Когана, Д. Леонтьева, А. Воронковой, Г. Захарчиной, О. Харчишиной и др. Отдавая должное вкладу ученых, следует отметить, что из-за отличий в целях и задачах, междисциплинарных подходах к пониманию сущности организационной культуры требуют дальнейших научных исследований вопросы изучения специфики создания и организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как субъекта формирования организационной культуры предприятия.

Изложение основного материала исследования. Традиционно в теории менеджмента выделяют три вертикальных уровня управления: высший (институциональный), средний (управленческий) и низший (технический) [2-5]. Низший, или технический, уровень присущ в большей мере промышленным предприятиям. С целью универсализации термина его целесообразнее заменить на «профессионально-квалификационный», представленный отдельными профессиями (специалистами) с набором определенных квалификаций.

На институциональном уровне основными субъектами формирования организационной культуры выступают наблюдательный совет (определяет и утверждает стратегию развития предприятия, заслушивает ежегодные отчеты (в т.ч. нефинансовые), обеспечивает эффективность контроля над исполнительными органами и в целом финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, представляет интересы акционеров, оказывает содействие решению корпоративных конфликтов и т.п.) и генеральный директор (общее руководство, организация, контроль работы предприятия, распределение ресурсов с учетом существующей стратегии и задач, назначение ответственных лиц и делегирование полномочий).

Управленческий уровень представлен специализированными отделами (департаменты, дирекции, службы, центры), отвечающими за одну или несколько задач в области формирования организационной культуры и коммуникаций, среди которых для больших и средних предприятий целесообразно создавать:

- Департамент по управлению и развитию персонала;
- Департамент по комплаенс-менеджменту;
- прочие департаменты и комитеты.

К субъектам управления нижнего звена (профессионально-квалификационный уровень) относятся менеджеры (специалисты), отвечающие за одну или несколько задач в области организационной культуры и коммуникаций, например: эксперт-аналитик службы внутреннего аудита, психолог, менеджер-культуролог, специалист по связям с общественностью, менеджер по развитию корпоративной социальной ответственности и т.п.

Также могут создаваться и временные группы для формирования и развития организационной культуры, привлекаться внешние эксперты и специалисты.

По прогнозам экспертов, начиная с 2017 г. HR поменяет статус – с «департамента по управлению персоналом» на «консультанта по работе людей». Отмечается, что в некоторых компаниях HR-отделы переименовываются. Одни называют HR – people operations, другие – people and culture. Это свидетельствует о том, что меняется осознание функции HR.

В конечном счете роль HR в бизнесе сводится к следующему:

- HR следит за тем, чтобы все процессы, связанные с людьми, были эффективными;
- HR выстраивает системы управления талантами;
- HR совершенствует опыт сотрудника, способствует его развитию (создает компанию, в которой продуктивно и комфортно работать) [6].

Остановимся подробнее на специфике организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как ключевого субъекта формирования организационной культуры крупных компаний.

Департамент по управлению и развитию персонала должен быть самостоятельным структурным подразделением. Непосредственное руководство Департаментом осуществляет директор Департамента, который назначается приказом генерального директора после согласования с Советом директоров.

Департамент по управлению и развитию персонала создается с целью формирования единой философии управления для обеспечения социально-экономического развития предприятия и его адаптации к внешней среде.

Основными принципами работы Департамента по управлению и развитию персонала являются следующие:

- ответственности (каждый работник Департамента за ненадлежащее выполнение своих функций должен нести экономическую, административную и дисциплинарную ответственность);
- своевременного сообщения об отклонении (информация об отклонениях должна быть представлена лицам, уполномоченным принимать решение относительно соответствующих отклонений, в максимально короткий срок);
- делегирования полномочий (функции между служащими распределяются таким образом, чтобы за одним человеком не были закреплены одновременно следующие функции: санкционирование операций с определенными активами, регистрация данных операций, обеспечение сохранности данных активов, осуществление их инвентаризации. Во избежание злоупотреблений и для эффективности аудита эти функции должны быть распределены между несколькими лицами);
- разрешения и одобрения (обеспечение формального разрешения и одобрения всех финансово-хозяйственных операций ответственными официальными лицами в пределах их полномочий);
- сбалансированности (при определении обязанностей субъекта должен быть предложен соответствующий объем прав и обязанностей, и наоборот);

- соответствия (степень сложности организационной структуры Департамента должна отвечать степени сложности организационной структуры предприятия);

- комплексности (объекты разного типа должны быть охвачены адекватным контролем и оценкой).

Эффективное функционирование системы Департамента по управлению и развитию персонала также обуславливают главные требования к организации его работы, а именно:

- ограничение интересов;
- недопущение концентрации прав первичного контроля в руках одного человека;

- заинтересованность администрации;

- приемлемость (пригодность) методологии оценки;

- непрерывность развития и совершенствования;

- приоритетность;

- личная ответственность;

- потенциальное функциональное замещение;

- регламентация.

Организационная структура Департамента по управлению и развитию персонала должна включать директора Департамента, отдел кадров, отдел обучения и профессионального развития персонала, отдел стимулирования и мотивации, отдел коммуникаций (корпоративных связей) (см. рисунок).



Рисунок 1 – Организационная структура Департамента по управлению и развитию персонала

Основные задачи Департамента по управлению и развитию персонала заключаются в следующем:

- содействие формированию адаптивных структур управления;

- развитие трудового потенциала и индивидуальных компетенций;

- адаптация персонала к действующей системе управления;

- координация процесса обмена информацией внутри предприятия и с внешней средой;

- установление ответственных лиц за развитие организационной культуры, делегирование и закрепление полномочий (обязанностей, прав, ответственности);

- разработка и утверждение формальных и неформальных правил, норм поведения работников, способов решения конфликтных ситуаций, основанных на ценностях и философии компании;
- разработка Кодекса корпоративной этики, внутрифирменных стандартов по безопасности труда, оценке качества организационной культуры, должностных инструкций; анкет внутренней самооценки;
- документальное утверждение критериев качества организационной культуры;
- разработка, документальное закрепление и распространение правил внутреннего распорядка, дресс-кода и т.п.;
- разработка и документальное закрепление механизма принятия на работу, увольнения, продвижения по карьерной лестнице;
- формирование стимулов труда персонала для достижения предприятием установленных целей;
- формирование ощущения принадлежности к предприятию, причастности к общему делу, гордости за предприятие;
- разработка текущих и стратегических планов развития предприятия, ориентированных на комплексное социально-экономическое развитие;
- разработка и документальное закрепление планирования мероприятий по поощрению работников, их обучению, повышению квалификации, аттестации и т.п.;
- проверка сбалансированности и согласования планов, их соответствие цели компании и социально ориентированной философии бизнеса;
- контроль над соблюдением общей философии, миссии, стратегии компании;
- установление допустимых границ отклонения от плана развития организационной культуры;
- контроль над установлением и наказанием (в виде штрафа, увольнения, выговора и т.п.) виновных лиц относительно нарушения внутренних правил, норм поведения;
- контроль над своевременным поощрением персонала;
- контроль над защитой прав человека, соблюдением законодательства о труде, соблюдением эргономических норм, внедрением экологических программ и выполнением требований экологической безопасности;
- контроль качества обслуживания потребителей;
- учет расходов на организацию и проведение социальных мероприятий, благотворительных программ, обучение и повышение квалификации персонала, премирование и т.п.;
- расчет социального и экономического эффекта от формирования / внедрения отдельных элементов организационной культуры;
- составление отчетности (финансовой, статистической, налоговой, нефинансовой по социальной ответственности), которая отражает количественные показатели развития организационной культуры;

- сбор и анализ данных о потребностях (нужды или ожидания) отдельных работников, предприятия и общества в целом;
- выявление и анализ причин, порождающих сопротивление внедрению отдельных элементов организационной культуры, с целью их дальнейшего элиминирования;
- сравнение деятельности предприятия с наиболее успешными конкурентами для установления социально-экономического вектора дальнейшего развития;
- установление и осознание конкурентных преимуществ и слабых сторон организационной культуры для обоснования целесообразности внесения дальнейших изменений;
- поиск резервов повышения эффективности и результативности деятельности предприятия за счет отдельных элементов организационной культуры, формирование выводов и предложений.

Основными функциями отделов, которые входят в состав Департамента, являются следующие:

- *отдел кадров* – наем, увольнение, отбор и обучение персонала, учет рабочего времени, ведение личных дел, формирование резерва претендентов на вакантную должность; разработка должностных инструкций, правил трудового распорядка в пределах своих компетенций;
- *отдел обучения и профессионального развития* – планирование и организация тренингов, семинаров, курсов повышения квалификации; психологическая и социальная поддержка работников; аттестация персонала; взаимодействие с профильными учебными заведениями;
- *отдел стимулирования и мотивации* – утверждение размеров льгот, премий и компенсаций; ходатайство за предоставление помощи, кредита (займа); медицинское и социальное страхование, пенсионное обеспечение; охрана труда и аттестация рабочих мест; представление кандидатур относительно повышения, ротации кадров;
- *отдел коммуникаций (корпоративных связей)* – организация и развитие внутренних связей между подразделениями/филиалами; управление (контроль) репутацией компании; информационно-справочное обеспечение, организация и проведение сплочающих мероприятий (праздник, отдых, субботник, спортивные соревнования и т.д.).

В таблице представлено распределение функций работников Департамента по управлению и развитию персонала согласно должностям.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В данном исследовании представлены концептуальные основы работы Департамента по управлению и развитию персонала в части принципов, требований, рекомендуемой организационной структуры, целей, задач.

Таблица 1 – Распределение функций работников Департамента по управлению и развитию персонала согласно должностям

Функции	Отделы и должности															
	Общее управление	Отдел кадров			Отдел обучения и профессионального развития персонала			Отдел стимулирования и мотивации персонала			Отдел коммуникаций (корпоративных связей)					
		Директор Департамента	Начальник отдела кадров	Инспектор отдела кадров 1	Инспектор отдела кадров 2	Директор отдела обучения и проф. развития персонала	Ведущий специалист по развитию кадрового резерва	Менеджер по обучению и проф. развитию персонала	Директор отдела стимулирования и мотивации персонала	Специалист по компенсациям и льготам	Специалист по оплате труда и заработной платы	Директор отдела	Специалист по развитию организационной культуры	Специалист по связям с общественностью, исполнительными органами, СМИ	Главный специалист IT-инфраструктуры	Специалист по IT-поддержке пользователей 1, 2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. Установление ответственных лиц за развитие ОК*, делегирование и закрепление полномочий (обязанностей, прав, ответственности)	*				*			*			*					
2. Развитие трудового потенциала и индивидуальных компетенций					*	*	*									
3. Координация процесса обмена информацией внутри предприятия и с внешней средой	*										*	*		*		
4. Расчет социального и экономического эффекта от формирования / внедрения отдельных элементов ОК												*				

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
5. Оптимизация расходов на организацию и проведение социальных мероприятий, благотворительных программ, обучение и повышение квалификации персонала, премирование и т.п.						*	*	*	*							
6. Контроль над своевременным поощрением персонала	*							*		*						
7. Контроль над защитой прав человека, соблюдением законодательства о работе, внедрением экологических программ и выполнением требований экологической безопасности	*		*					*	*	*			*			
8. Разработка формальных и неформальных правил, норм поведения работников, способов решения конфликтов, основанных на ценностях и философии компании												*	*			
9. Разработка кодекса корпоративной этики, внутрифирменных стандартов по безопасности труда, оценке качества ОК, должностных инструкций; анкет внутренней самооценки				*			*					*				
10. Разработка, документальное закрепление и распространения правил внутреннего распорядка, дресс-кода и т.п.												*				
11. Разработка и документальное закрепление механизма принятия на работу, увольнения, продвижения по карьерной лестнице		*		*	*	*		*								
12. Формирование ощущения принадлежности к предприятию, причастности к общему делу, гордости за предприятие											*	*	*			

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
13. Разработка текущих и стратегических планов развития предприятия, ориентированных на комплексное социально-экономическое развитие	*	*			*			*			*	*				
14. Разработка и документальное закрепление планирования мероприятий поощрению работников, их обучению, повышению квалификации, аттестации и т.п.	*				*	*	*	*	*	*						
15. Контроль качества обслуживания потребителей												*	*			
16. Установление допустимых границ отклонения от плана развития ОК											*	*				
17. Поиск резервов повышения эффективности и результативности деятельности предприятия за счет отдельных элементов ОК, формирование заключений и предложений												*				
18. Сбор и анализ данных о требованиях (потребности или ожидания) отдельных работников, предприятия и общества в целом												*	*			
19. Установление и осознание конкурентных преимуществ и слабых сторон ОК для обоснования целесообразности внесения дальнейших изменений												*				
20. Составление нефинансовой отчетности, отражающей количественные показатели развития ОК	*	*			*			*			*					
21. Выявление и анализ причин, порождающих сопротивление внедрению отдельных элементов ОК с целью их дальнейшего элиминирования												*				

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
22. Проверка сбалансированности и согласованности планов, их соответствие цели и социально ориентированной философии бизнеса	*	*			*			*			*	*				
23. Сравнение деятельности предприятия с наиболее успешными конкурентами для установления социально-экономического вектора дальнейшего развития												*				
24. Формирование привлекательного имиджа предприятия, положительной деловой репутации, бренда компании												*	*			
25. Поиск новых моделей профессиональной деятельности, рост эффективности организации труда, усовершенствование методов управления					*	*	*									
26. Формирование системы внутренних коммуникаций по горизонтали и вертикали, а также внешних коммуникаций, обеспечение их связей											*	*	*	*	*	*
27. Трансляция во внешнюю среду основных достижений и результатов с целью отчета перед акционерами, привлечения инвестиций, формирования положительной репутации													*			
28. Обеспечение эффективного обмена полезной для предприятия и его сотрудников информацией		*			*			*			*	*	*	*	*	*

*ОК – организационная культура.

Формализованы функции работников Департамента согласно должностям в разрезе структурных единиц, входящих в его состав: общее управление, отдел кадров, отдел обучения и профессионального развития персонала, отдел стимулирования и мотивации персонала, отдел коммуникаций (корпоративных связей).

Полученные результаты направлены на детализацию и структурирование процесса создания и организации работы Департамента по управлению и развитию персонала как субъекта формирования организационной культуры предприятия, что будет способствовать социально-экономическому развитию предприятия и его адаптации к внешней среде.

Список литературы

1. Корпоративная культура и вовлеченность – топ-приоритеты 2017 года. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrdocs.ru/novosti/bersin-2017-2-prognoz/>
2. Андрушків Б.М. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми/ Б.М.Андрушків, О.Є.Кузьмін. – Тернопіль: Лілея, – 1997. – 292 с.
3. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. пос./ О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід». – 2002 – 228 с.
4. Мескон М., Основы менеджмента/ М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1998. – 800 с.
5. Мильнер Б.З. Теория организации/ Б.З.Мильнер. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 336с.
6. Predictions for 2017: Everything Is Becoming Digital. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://neohr.ru/hr/article_post/upravleniye-personalom-chto-izmenitsya-v-2017-godu

УДК 658:[341/342+347+349](477.62)

СТАНОВЛЕНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

А.Г. Китаева, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики
ассистент и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: anna.kitaeva1@gmail.com

FORMATION OF NORMATIVE AND LEGAL SUPPORT FOR ENTERPRISE ACTIVITY in the DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

A.G. Kitaeva, SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade
assistant named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: anna.kitaeva1@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является проведение критического анализа нормативно-правового обеспечения предпринимательской деятельности.

Методика. В процессе исследования использованы методы анализа, сравнения, теоретического обобщения, функциональный метод, метод сплошного наблюдения

Результаты. Установлено, что нормативно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности Донецкой Народной Республики находится в стадии становления и проходит процесс апробирования. Обоснована необходимость выведения из действия законов Украины, функционирующих на территории нашего государства, заменив их на законы Республики, и утверждение главного закона для сферы предпринимательства – Закон «О предпринимательстве».

Научная новизна. Выявлена необходимость разработки государственными органами власти комплекса нормативно-правового обеспечения для каждой отрасли экономики с выделением в особые группы тех отраслей, которые непосредственно связаны с экспортными операциями (угольная отрасль, машиностроение, металлургическая отрасль и др.). Установлено, что одним из важных направлений стимулирования бизнеса является разработка программ кредитования предпринимателей.

Практическая значимость. Важное практическое значение имеет разработка методики обнародования законопроектов для ознакомления широкого круга лиц и разработка методики публичных слушаний, утверждение методики научной экспертизы законопроектов, разработка правил создания рабочих групп по подготовке законопроектов из специалистов – практиков и теоретиков, имеющих необходимые знания в соответствующей сфере.

Ключевые слова: Донецкая Народная Республика, закон, нормативно-правовая база, государственная власть, законы, Экспертный Совет Народного Совета Донецкой Народной Республики.

Постановка проблемы и связь с важными научными и практическими задачами. На данный момент продолжает формироваться законодательное регулирование в сфере осуществления предпринимательской деятельности, так как главная задача органов власти заключается в создании благоприятных условий для ведения бизнеса, являющегося гарантией стабильного развития Республики. Предпринимательство – важнейшая часть рыночной экономики, без которой ни экономика, ни общество в целом не могут существовать и развиваться. Для решения этих задач необходимо создать правовую основу регулирования предпринимательской деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам реформирования законодательства, разработке системы законодательства посвящены работы отечественных и зарубежных ученых, таких как Ю.А. Тихомиров, В.К. Мамутова, О.И. Чердаков и др.

15 июля 2015 г. в рамках заседания Комитета Народного Совета Донецкой Народной Республики состоялась встреча специалистов в области процессуального права, экономистов, кандидатов и докторов экономических, философских и юридических наук, которые приняли участие в обсуждении

дальнейшего формирования и развития законодательства Республики. В ходе заседания было принято решение сформировать Экспертный Совет, работа которого будет направлена на разработку, анализ, совершенствование нормативно-правовой базы Донецкой Народной Республики. Основными задачами работы Экспертного Совета являются:

- предварительное рассмотрение проектов законопроектов и подготовка экспертных заключений;
- изучение мирового опыта по усовершенствованию законодательства;
- проведение конференций, семинаров, совещаний по вопросам законодательства [3].

Изложение основного материала исследования. Донецкая Народная Республика была провозглашена на основе референдума о независимости, который был проведен 11.05.2014 г. Территориально Республика располагается на территории бывшей Донецкой области Украины. На востоке граничит с Ростовской областью Российской Федерации, на северо-востоке – с Луганской Народной Республикой, на северо-западе – с Украиной.

Создание нового государства – Донецкой Народной Республики привело к необходимости формирования законодательства, органов государственной власти, регулирования общественных отношений. Государственная власть реализуется на основе её разделения на законодательную, исполнительную и судебную. Государственную власть в Республике осуществляют Глава Республики, Народный Совет Донецкой Народной Республики – парламент и Совет Министров Донецкой Народной Республики. Высшим органом законодательной власти является Народный Совет Республики, исполнительную власть представляет Совет Министров под руководством Главы Республики, Верховному суду принадлежит судебная власть [4].

Органами законодательной власти принято более 50 законов, регулирующих ведение предпринимательской деятельности. Среди них такие законы, как: «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности», «Об оплате труда», «О транспорте», «О государственной статистике», «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», «О защите прав потребителей», «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности», «О налоговой системе» и т.д. [5]. Обзор основных актов нормативно-правового обеспечения предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике представлен в таблице 1.

Важно отметить, что происходит процесс обновления порядка регистрации субъектов предпринимательской деятельности. Физические и юридические лица, принявшие решение зарегистрироваться как субъекты предпринимательской деятельности, проходят 7 этапов регистрации [13].

Таблица 1 – Обзор нормативно-правового обеспечения предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике (фрагмент)

Закон, подзаконный акт	Номер, дата принятия, кем принят	Основные положения	Сфера применения
Закон «О налоговой системе» [6]	№ 99-ІНС от 25.12.2015 г., принят постановлением Народного Совета	Устанавливает систему налогов, сборов, обязательных платежей, общие принципы налогообложения: - виды, элементы налогов, сборов и обязательных платежей; - основания возникновения (изменения, прекращения) и порядок исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов; - права и обязанности налогоплательщиков и других участников отношений, регулируемых законодательством о налогообложении; - формы и методы налогового контроля; - ответственность за совершение налоговых нарушений; - порядок обжалования решений органов доходов и сборов, действий (бездействий) их должностных лиц; - ставки налогообложения, порядок и сроки подачи налоговой отчетности	Деятельность субъектов хозяйствования в сфере общественного производства, направленная на изготовление и реализацию продукции, выполнению работ, предоставлению услуг стоимостного характера
Закон «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности» [7]	№ 76 – ІНС от 21.08.2015 г., принят постановлением Народного Совета	Определяет правовые и организационные основы, принципы и порядок осуществления государственного надзора и контроля в сфере хозяйственной деятельности, полномочия органов государственного надзора, их должностных лиц, а также права, обязанности и ответственность субъектов	Отношения, связанные с осуществлением государственного надзора в сфере валютных, налоговых, таможенных, бюджетных, банковских, трудовых и иных отношений,

Закон, подзаконный акт	Номер, дата принятия, кем принят	Основные положения	Сфера применения
		хозяйственной деятельности во время осуществления государственного надзора	пенсионного и социального страхования
Подзаконный акт «Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических лиц и физических лиц- предпринимателей» [8]	№ 36-10 от 29.09.2014 г., принят постановлением Совета Министров	Определение порядка государственной регистрации юридических лиц и физических лиц - предпринимателей: - проверка комплексности документов, предоставляемых государственному регистратору и полноту сведений, указанных в регистрационной карточке; - проверка документов, предоставляемых государственному регистратору на отсутствие оснований для отказа в проведении государственной регистрации; - внесение сведений о юридическом лице и физическом лице - предпринимателе в Единый государственный реестр; - оформление и выдача свидетельства о государственной регистрации Единого государственного реестра	Сфера государственной регистрации юридических лиц и физических лиц- предпринимателей
Закон «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности» [9]	№ 18 – ІНС от 27.02.2015 г., принят постановлением Народного Совета	Определение видов деятельности, подлежащих лицензированию, порядок их лицензирования, установление государственного контроля в сфере лицензирования, ответственность субъектов хозяйствования и органов лицензирования за нарушение законодательства в сфере лицензирования регистратору, и полному сведений, указанных в	Регулирование отношений, возникающих между государственными органами исполнительной власти, юридическими лицами, филиалами юридических лиц – нерезидентов и физическими лицами – предпринимателям и в связи с осуществлением

Закон, подзаконный акт	Номер, дата принятия, кем принят	Основные положения	Сфера применения
		<p>регистрационной карточке;</p> <p>- проверка документов, предоставляемых государственному регистратору, на отсутствие оснований для отказа в проведении государственной регистрации;</p> <p>- внесение сведений о юридическом лице и физическом лице - предпринимателе в Единый государственный реестр;</p> <p>- оформление и выдача свидетельства о государственной регистрации Единого государственного реестра</p>	<p>лицензирования отдельных видов хозяйственной деятельности</p>
Закон «О бухгалтерском учете и налоговой отчетности» [10]	№ 14 – ИНС от 27.02.2015 г., принят постановлением Народного Совета	Установление единых требований к бухгалтерскому учету, в том числе бухгалтерской и финансовой отчетности, а также создание правового механизма регулирования бухгалтерского учета	<p>Деятельность:</p> <p>- коммерческих и некоммерческих организаций;</p> <p>- физических лиц – предпринимателей, а также адвокатов, учредивших адвокатские кабинеты,</p>
			<p>нотариусов и иных лиц, самостоятельно осуществляющих хозяйственную деятельность;</p> <p>- филиалы, представительства, иные структурные подразделения, находящиеся на территории ДНР и созданные в соответствии с законодательством иностранных государств</p>
Закон «Об оплате труда» [11]	№ 19 – ИНС от 06.03.2015 г., принят постановлением Народного	Закон определяет экономические, организационные и правовые принципы оплаты труда работников, которые	Оплата труда работников предприятий всех форм собственности путем установления

Закон, подзаконный акт	Номер, дата принятия, кем принят	Основные положения	Сфера применения
	Совета	находятся в трудовых отношениях на основании трудового договора с предприятиями, учреждениями, организациями всех форм собственности	размера минимальной заработной платы и других государственных норм и гарантий, установления условий и размеров оплаты труда руководителей предприятий, основанных на государственной, коммунальной собственности, иных форм собственности
Закон «О защите прав потребителей» [12]	№ 53 – ІНС от 05.06.2015 г., принят постановлением Народного Совета	Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров, устанавливает права потребителей на приобретение товаров надлежащего качества	При приобретении товаров, работ, услуг потребителями у производителей, продавцов

этап 1 – регистрация в Едином регистрационном центре Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики и получение свидетельства о регистрации установленного образца на бланке с печатью Министерства доходов и сборов;

этап 2 – постановка на учет в Главном управлении статистики Донецкой Народной Республики – получение справки из Реестра статистических единиц;

этап 3 – открытие счета в Центральном Республиканском Банке Донецкой Народной Республики;

этап 4 – постановка на учет в районной налоговой инспекции;

этап 5 – регистрация в Донецком городском центре занятости;

этап 6 – регистрация в Фонде социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний Донецкой Народной Республики;

этап 7 – регистрация в Фонде социального страхования на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством Донецкой Народной Республики.

На смену действовавшему Налоговому кодексу Украины согласно Постановлению Народного Совета 25.12.2015 г. принят Закон «О налоговой

системе», устанавливающий систему налогов, сборов, обязательных платежей, а также общие принципы налогообложения в Республике. В соответствии с Законом был введен налог с оборота вместо существовавшего налога на добавленную стоимость, также для предприятий малого бизнеса предусмотрена упрощенная система налогообложения.

Следует отметить, что в сфере налогообложения существует ряд проблем, основными среди которых являются:

- высокая налоговая нагрузка по налогу на прибыль и налогу с оборота;

- двойное налогообложение;

- отсутствие стандартизации налоговой системы Донецкой Народной Республики;

- несовершенство налогового законодательства в части обеспечения прав налогоплательщиков, предоставления налоговой отчетности, администрирования налогов;

- отсутствие налоговых каникул, льгот, отсрочек;

- неполное включение в суммы расходов промышленных предприятий расходов, связанных с процессом производства, без которых невозможна работа;

- несовершенство системы амортизации для целей налогообложения;

- высокая ввозная таможенная пошлина на сырье и материалы, ввозимые для производства с территории Российской Федерации;

- наличие таможенной границы между Донецкой Народной Республикой Луганской Народной Республикой, что ограничивает экспортно-импортные операции [14].

Экспертным Советом Комитета Народного Совета Донецкой Народной Республики 17 сентября 2015 г. рассмотрен законопроект «О предпринимательстве», который представляет собой один из основных элементов построения институциональной структуры экономики Республики. Данный законопроект определяет общие правовые, экономические и социальные принципы осуществления предпринимательской деятельности гражданами и юридическими лицами на территории Донецкой Народной Республики, устанавливает гарантии свободы предпринимательства и его государственной поддержки [15].

Законопроект является основой для дальнейшей законодательной деятельности, связанной с регулированием правовых отношений между предпринимательством и государством.

21 августа 2015 года депутаты Народного Совета Донецкой Народной Республики приняли Закон «О Государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности», целью которого является упрощение ведения бизнеса на территории Республики. Закон определяет правовые и организационные основы, принципы и порядок осуществления государственного надзора и контроля в сфере хозяйственной деятельности, полномочия органов государственного надзора, их должностных лиц, а также права, обязанности и ответственность субъектов хозяйственной деятельности во время

осуществления государственного надзора.

Государственный надзор – эффективная организационная форма государственного регулирования деятельности субъектов хозяйствования. Объектами государственного надзора выступают результаты деятельности субъектов хозяйствования – продукция, товары, работы.

На территории Республики действует Постановление Совета Министров «Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических и физических лиц-предпринимателей». Документ качественно отличается от украинского и российского законов и ориентирован на использование его государственными регистраторами, а не субъектами хозяйствования. Существенным недостатком является то, что Порядком не утверждена информация о документах, которые необходимо подавать при первичной регистрации, и какие требования предъявляются к этим документам. Возникает проблема с выбором организационно-правовой формы предприятия, так как на данный момент законодательством Донецкой Народной Республики эти формы не обозначены. При совершенствовании законодательства Республики необходимо уделить внимание вопросу о законодательном регулировании организационно-правовых форм хозяйствования и определить орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере регистрации юридических лиц и физических лиц – предпринимателей. На данный момент эти, не свойственные ему функции, исполняет Регистрационный центр при Министерстве доходов и сборов Донецкой Народной Республики.

Одним из главных процессов в сфере хозяйствования является процесс лицензирования некоторых видов хозяйственной деятельности, которая осуществляется на основании Закона «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности». Ст. 15 Закона определено, что лицензия на осуществление отдельного вида деятельности выдается на неограниченный срок, но при этом Совет Министров Республики имеет право ограничить действие лицензии. В ряде Положений о лицензировании, которые утверждены постановлениями Совета Министров Республики, предусматриваются процедуры изъятия, приостановки, возобновления, продления действия лицензий, выдачи временных лицензий, т.е. процедуры, не предусмотренные законодательством. Необходимо или законодательно ввести в действие данные процедуры, или изъять из Положений о лицензировании неустановленные законодательно процедуры.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В статье рассмотрены основные законодательные акты, регламентирующие взаимоотношения между субъектами предпринимательской деятельности и государством. Законодательная база Донецкой Народной Республики находится в стадии становления и не в полной мере учитывает все возможные риски, которые могут повлиять на становление Республики как независимого государства. Законодательство в сфере экономических отношений имеет ряд недостатков, которые необходимо решать, а именно:

нормативно-правовые акты Российской Федерации, которые были взяты за основу, в процессе их доработки существенно изменяются, что ведет к определенным проблемам при применении их на практике;

многочисленность актов, которые регулируют одни и те же отношения, и несогласованность между ними;

дублирование украинского законодательства без устранения недостатков; отсутствие в открытом доступе многих законопроектов.

Решение этих и других проблем позволит создать необходимую законодательную основу для ведения предпринимательской деятельности.

Список литературы

- 1 Приказы Министерства экономического развития ДНР: Официальный сайт ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/prikazy-ministerstva-doxodov-i-sborov-doneckoj-narodnoj-respubliki/>
- 2 О применении Законов на территории ДНР в переходный период: Постановление Совета Министров ДНР № 9-1 от 02.06. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/postanovleniya/>
- 3 При комитете Народного Совета ДНР создан Экспертный Совет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rubin-nsdnr.ru/2015/08/31/pri-komitete-narodnogo-soveta-dnr-soz/>
- 4 Донецкая Народная Республика. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnr-online.ru/doneckaya-narodnaya-respublika/>
- 5 Законодательная деятельность. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/>
- 6 Закон «О налоговой системе» №99-ИНС от 25.12.2015г., действующая редакция на 19.08.2017г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/>
- 7 Закон «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности» №76 – ИНС от 21.08.201г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-gosudarstvennom-nadzore-v-sfere-hozyajstvennoj-deyatelnosti/>
- 8 Постановление №36-10 от 29.09.2014г. «Об утверждении порядка государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей». Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dnrsovet.su/wp-content/uploads/2015/07/Postanovlenie_Soveta_Ministrov_DNR_Ob_utverzhdenii_Porjadka_gosudarstvennoj_registracii_juridicheskikh_lic_i_fizicheskikh_lic_-_predprinimatelej1.pdf
- 9 Закон «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности» №18-ИНС от 27.02.2015г., действующая редакция по состоянию на 21.07.2017г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики.

- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-litsenzirovanii/>
- 10 Закон «О бухгалтерском учете и налоговой отчетности» № 14 – ИНС от 27.02.2015г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-buh-i-fin-uchete/>
- 11 Закон «Об оплате труда» № 19 – ИНС от 06.03.2015г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-oplate-truda/>
- 12 Закон «О защите прав потребителей» № 53 – ИНС от 05.06.2015г. Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-zashhite-prav-potrebitelej/>
- 13 К сведению предпринимателей. Алгоритм регистрации субъектов предпринимательской деятельности Донецкой Народной Республики. Администрация города Донецка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gorod-donetsk.com/images/docs/algorithm.pdf>
- 14 Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». – Донецк, 2017. – 84 с.
- 15 Законопроект Донецкой Народной Республики «О предпринимательстве». Экспертный Совет. <http://www.expert-dnr.ru/zakon-donetskoy-narodnoy-respubliki-o-predprinimatelstve/>

МЕТОДИКА АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В.Н. Сердюк,
д-р экон. наук, профессор,
Ш.М. Акаев,
канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет», г. Донецк, ДНР,
e-mail: vera290256@mail.ru

THE METHOD OF ANALYSIS OF THE PERFORMANCE OF THE INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

V.N. Serdiuk,
Doctor of Economics, Professor
S.M. Akaev,
Candidate of economics, Associate
Professor

SOO HPE «Donetsk national university»,
Donetsk, DPR,
e-mail: vera290256@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является разработка научно-методического подхода к анализу результативности инновационной деятельности предприятия.

Методика. Теоретической и методологической основой исследования являются методология научного познания, экономической теории, исследования по проблемам менеджмента. В процессе исследования использовались методы экономического анализа.

Результаты. Представлены показатели, характеризующие результативность инновационного процесса. На их основе предложен научно-методический подход к анализу результативности обновления продукции предприятия.

Научная новизна. Предложен научно-методический подход к проведению анализа влияния инновационных процессов на основные показатели деятельности предприятий, который базируется на применении удельной трудоемкости нового и освоенного изделий, а также комплексного показателя качества изделий.

Практическая значимость. Использование предложенной методики позволит принимать эффективные управленческие решения по обновлению ассортимента производимой продукции.

Ключевые слова: инновационный процесс, результативность обновления продукции, анализ результативности инновационной деятельности.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В настоящее время частыми спутниками освоения продукции является высокий уровень трудоемкости, большой процент брака, неэффективное использование оборудования и площадей, что обуславливает высокий уровень производственных затрат, снижение прибыли и рентабельности предприятия в период подготовки производства и освоения

новой продукции. В этих условиях становится все более актуальной проблема оценки влияния процесса обновления продукции на результаты деятельности предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Многие исследователи, занимающиеся вопросами, близкими к данной теме, приходят к выводу, что производство новой продукции не выгодно предприятию-изготовителю, особенно в период освоения, поскольку это первоначально ведет к ухудшению экономических показателей [1-5].

Преобладающая многие годы точка зрения о неблагоприятном воздействии обновления продукции на результаты деятельности предприятий оказала определенное влияние на характер научных исследований в данной области. Главное внимание, как правило, уделялось изучению тенденций изменения трудоемкости по годам освоения.

По мере освоения нового изделия осуществляется постепенная отладка технологических процессов и насыщения производства оснасткой и специальным оборудованием. Одновременно происходит совершенствование производственных навыков у рабочих, овладевающих более производительными приемами. Все это, естественно, приводит к снижению трудоемкости, которое, в свою очередь, вызывает определенный рост выпуска продукции. Изучению динамики снижения трудоемкости новой продукции посвящено много работ отечественных и зарубежных авторов [1-5 и др.].

Однако следует отметить, что обновление продукции влияет не только на трудоемкость, но и практически на все оценочные показатели деятельности предприятия: объем производства продукции, производительность труда и величину фонда заработной платы, фондоотдачу и уровень использования материальных ресурсов, себестоимость продукции, размер прибыли и уровень рентабельности.

Изложение основного материала исследования. Показатели, характеризующие результативность процесса обновления продукции, целесообразно подразделить на две группы:

- 1) показатели, отражающие влияние обновления продукции на результаты деятельности предприятий;
- 2) показатели экономической эффективности обновления продукции.

Авторский подход к анализу результативности обновления продукции представлен в формализованном виде (см. таблицу).

Предлагаемая методика оценки обновления продукции на показатели выпуска, производительности, материалоемкости и фондоотдачи может использоваться как в итоговом анализе фактических результатов, так и на стадии разработки планов.

Освоение новой продукции значительно ухудшает общие показатели себестоимости, главным образом, в том случае, когда новые образцы передаются в серийное производство с конструктивными недоработками. Однако повышение затрат на изготовление данного типа изделий может происходить и вследствие неэкономного использования ресурсов. Поэтому

возникает необходимость проведения более глубокого сравнительного анализа расходов на производство вновь осваиваемой продукции и затрат на выпуск изделий-аналогов. Начинать его следует с анализа себестоимости новой продукции на ранних стадиях ее жизненного цикла, поскольку уровень себестоимости определяется не только качеством конструкторской проработки, изделия, но также и соответствующей подготовкой и производства.

Экономические расчеты и анализ на предпроектном и других начальных этапах подготовки производства и освоения продукции основываются на ориентировочных данных и носят приближенный характер. Затем, по мере накопления информации, расчеты уточняются.

Для принятия наиболее эффективных решений важными составляющими производства должны быть тщательная оценка и экономический анализ показателей на этапе конструкторской подготовки производства. Высокий технический уровень проектируемой техники может быть обеспечен только при условии, что составлению технического задания предшествует анализ мирового технического уровня машин аналогичного назначения. Уже на стадии составления технического задания должен быть проведен предварительный сравнительный анализ экономичности новой продукции, позволяющий ввести необходимые коррективы в заданные технические параметры.

Таблица 1 – Показатели, отражающие влияние обновления продукции на результаты деятельности предприятий

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Изменение объема выпускаемой продукции за счет ее обновления ($\Delta\P_n$)	$\Delta\P_n = N_i \times \frac{C_i^n - O_i \times K_{эi}}{C_i^o}$	C_i^n – действующая цена нового изделия, руб.; C_i^o – действующая цена заменяемого изделия, руб.; $K_{эi}$ – коэффициент эквивалентности, показывающий, какое количество традиционной продукции эквивалентно одной единице нового изделия; O_i – объем выпуска снимаемой с производства устаревшей продукции (в натуральных единицах)
	$\Delta\P_n = \Delta T_n \times B_{\text{ч}}$	ΔT_n – изменение трудоемкости производства в нормо-часах; $B_{\text{ч}}$ – средняя выработка товарной продукции за 1 нормо-час, руб.
	$\Delta\P_n = \Delta B_n \times \text{Ч}$	ΔB_n – изменение производительности труда рабочих за счет обновления продукции, руб./чел.; Ч – среднесписочная численность рабочих, чел.
Изменение трудоёмкости производства за счет обновления продукции (ΔT_n)	$\Delta T_n = (T_n / H - T_o / O) \times H$	T_n – общая трудоемкость новой продукции в нормо-часах; T_o – трудоемкость освоенной продукции в нормо-часах; H, O – стоимость товарной продукции по новым и освоенным изделиям соответственно, руб.
Изменение выработки рабочих за счет обновления продукции (ΔB_n)	$\Delta B_n = \Pi / \text{Ч} - \Pi / (\text{Ч} + \Delta \text{Ч}_n)$	Π – стоимость товарной продукции, руб.; $\Delta \text{Ч}_n$ – уменьшение (увеличение) численности основных производственных рабочих в связи с обновлением продукции, чел.

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Изменение материалоемкости за счет обновления продукции (ΔM_n^e)	$\Delta M_n^e = M - M^1 = M^3 / \Pi - (M^3 + \Delta M_n^3) / (\Pi + \Delta \Pi_n)$	ΔM_n^e – изменение материалоемкости вследствие обновления изделий, руб.; M – фактическая материалоемкость, коп./руб.; M^1 – расчетная материалоемкость, коп./руб.; M^3 – общие материальные затраты на весь товарный выпуск, руб.
Изменение фондоотдачи под влиянием обновления продукции ($\Delta \Phi_n$)	$\Delta \Phi_n = \Pi / \phi - (\Pi + \Delta \Pi_n) / \phi$	$\Delta \Phi_n$ – изменение фондоотдачи вследствие обновления, коп./руб.; ϕ – среднегодовая стоимость основных фондов, руб.
Изменение уровня затрат на рубль продукции по предприятию в целом за счет ее обновления (ΔY_{cp}^3)	$\Delta Y_{cp}^3 = Y_n^3 \times D_n - Y_o^3 \times D_o + Y_n^3 \times (D_o - D_n)$	ΔY_{cp}^3 – изменение среднего уровня затрат на рубль продукции по предприятию в целом за счет обновления ассортимента, руб.; Y_n^3, Y_o^3 – уровень затрат на рубль продукции соответственно новых и заменяемых моделей, руб.; D_n, D_o – удельный вес (доля) новых и заменяемых изделий в общем объеме производства соответствующих периодов; Y_n^3 – уровень затрат на рубль продукции в среднем по остальным видам планируемой или фактической номенклатуры, руб.

На стадии эскизного проектирования должен проводиться сравнительный анализ проектных вариантов по модели изделия в целом. Она оценивается на технологичность, конкурентоспособность, уточняются промежуточные расчеты экономической эффективности. По окончании разработки эскизного проекта основные контуры конструкции нового изделия определены, то есть выбран принцип работы, разработаны схемы расположения и взаимодействия основных частей.

На стадии технического проектирования производится обоснованный выбор наиболее экономичных условий производства и использования данного изделия, обеспечивается необходимая стандартизация, унификация и патентная чистота конструкции.

На стадии рабочего проектирования вся конструкция окончательно формируется до мельчайших подробностей. Полученный альбом чертежей и другой документации позволяет провести сравнительный экономический анализ значительно точнее.

Глубокая проработка экономических аспектов проектируемой конструкции на основании сравнительного анализа позволит существенно повысить реальность проектных показателей трудоемкости и себестоимости. На стадии разработки рабочей документации осуществляется анализ отдельных конструктивных элементов. Он должен носить комплексный характер, то есть

оценка рациональности отдельных деталей и узлов должна проводиться с позиций оптимальности и эффективности всей конструкции. На этой стадии появляется возможность повысить экономическую эффективность выбранного варианта. Недостаточное проведение экономического анализа приводит, в частности, к тому, что отдельные детали имеют излишний запас прочности, чрезмерную точность и чистоту поверхности. Необоснованно завышенные запасы прочности и точности требуют дополнительных значительных и совершенно неоправданных затрат. Такое повышение «на всякий случай» прочности и точности деталей обходится предприятиям-изготовителям чрезвычайно дорого. На практике путем анализа чертежей можно выявить немало возможностей для устранения явно завышенных классов точности обработки и прочности отдельных деталей. Это таит в себе большие резервы снижения себестоимости новых машин.

Конструкторская подготовка изделия должна завершаться оценкой реальности созданной конструкции и ее эффективности. Экономический анализ конструкции не должен прекращаться и после завершения конструирования. Его целью является оценка технологичности конструкции и дальнейшая ее обработка. Экономический анализ продолжается и на этапе технологической подготовки производства. Каждый технолог, разрабатывая технологию изготовления нового изделия, обязан изучить возможные варианты производства нового изделия, провести анализ технологичности конструкции с учетом конкретных условий ее изготовления и указать необходимые конструктивные изменения, обуславливаемые выбором наиболее оптимального варианта технологии выпуска нового изделия.

Организационно-плановая подготовка производства и освоение новой продукции (выбор приемлемых форм организации основного производства и его технологического обслуживания, подготовка нормативной базы технико-экономического планирования) также должны осуществляться на основе тщательного анализа. Это позволит выбрать оптимальные варианты организации труда и производства.

В период освоения производства новой продукции выполняется анализ соответствия конструкции и технологии нового изделия реальным условиям производства. При необходимости вносятся конструкторские и технологические изменения. Изделие считается освоенным лишь тогда, когда достигнуты его проектные экономические показатели. Поэтому на этапе освоения целесообразно проводить анализ экономических показателей нового изделия путем сравнения достигнутых показателей с проектными и нормативными.

Для оценки обоснованности проектируемого повышения себестоимости новых моделей необходимо сопоставить с ним темп роста отпускной цены,

производительности и коэффициента новизны. Показатель новизны изделия характеризует, как известно, долю оригинальных деталей в общем числе их наименований. Необходимость его учета при оценке затрат признается многими исследователями [1; 3; 5 и др.], поскольку именно изменение удельного веса оригинальных деталей определяет динамику трудоемкости изготовления машин. Мы не полностью согласны с этой точкой зрения, так как необоснованное повышение новизны и сложности изделий зачастую служит «оправданием» роста затрат и отпускных цен. Представляется, что показатель новизны изделия может использоваться лишь в качестве вспомогательного критерия.

Основным критерием оценки допустимости повышения себестоимости новых моделей по сравнению с заменяемыми должен быть комплексный показатель качества изделия. Абсолютное увеличение себестоимости допустимо в тех пределах, в которых оно не влечет за собой повышения удельной себестоимости, приходящейся на единицу комплексного показателя качества. Только в этом случае новое изделие можно считать экономичным с точки зрения интересов общества в целом. Поскольку комплексный показатель качества новых изделий, отражающий их технико-экономический уровень, исчисляется не везде, то вместо него можно использовать основной показатель назначения, например, производительность.

Для выявления причин повышения себестоимости новых моделей в сравнении с заменяемыми необходимо рассмотреть ее изменение по стадиям жизненного цикла изделий, что позволит установить направления детального анализа по местам сосредоточения отрицательно влияющих факторов. При этом целесообразно одновременно выделить группы прямых затрат с целью сужения поля поиска резервов. Наиболее наглядной формой выявления изменений себестоимости изделий по стадиям жизненного цикла является исчисление ее в процентах к уровню себестоимости, рассчитанному при составлении технико-экономического обоснования на разработку продукции.

Наиболее «слабым звеном» является стадия освоения, на которой, как правило, себестоимость изделий довольно заметно растет. Более того, как уже отмечалось, подготовка производства оказывает существенное влияние и на себестоимость продукции в период ее серийного (массового) выпуска. Отсюда вытекает необходимость более детального анализа затрат на стадии освоения и разработки методики оценки уровня этих издержек для обеспечения наибольшего снижения себестоимости в период серийного производства. Однако такой анализ дает больший эффект при планировании подготовки производства, ибо результаты последующего анализа имеют ограниченную сферу использования.

На заключительном этапе анализа следует выяснить, какое влияние окажет мобилизация выявленных резервов сокращения издержек производства нового изделия на себестоимость всей товарной продукции. Для этого общую сумму резервов снижения затрат на изготовление нового изделия необходимо умножить на количество единиц их выпуска.

Результаты анализа влияния обновления изделий на себестоимость продукции по предприятию в целом используются и для оценки изменения прибыли за счет этого фактора. При определении влияния обновления продукции на прибыль целесообразно умножить стоимость новой продукции в отпускных ценах на разность затрат на рубль новых и рубль освоенных изделий. Изменение влияния величины прибыли, вызванное обновлением производства, обычно происходит из-за разного уровня рентабельности новой и ранее освоенной продукции. Следовательно, составляющей анализа влияния обновления изделий на прибыль должно стать выявление влияния выпуска новых моделей на средний уровень рентабельности.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Установлено, что для отражения связи конечных результатов производства с обновлением продукции целесообразно исчислять снижение или увеличение показателей объема выпускаемой продукции, трудоемкости производства, выработки рабочих, материалоемкости, фондоотдачи, себестоимости, прибыли за счет обновления продукции. Это увеличение или снижение оценочных показателей деятельности предприятия может рассчитываться в абсолютном выражении, а также в процентах к их плановой величине и к общему изменению каждого показателя за анализируемый период.

Завершают предлагаемую систему показателей обновления продукции параметры ее экономической эффективности. Проблема измерения эффекта от инновационной деятельности является весьма сложной и многоплановой и не может быть детально рассмотрена в рамках темы данной статьи, поскольку представляет собой отдельный объект исследования.

Список литературы

1. Аракелян А.М. Управление инвестиционной деятельностью в стратегическом альянсе: монография / А.М. Аракелян. – М.: Б.И., 2006. – 198 с.
2. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития: монография / В.Г. Матвейкин, С.И. Дворецкий, Л.В. Минько, В.П. Таров, Л.Н. Чайникова, О.И. Летунова. – М.: «Издательство Машиностроение -1», 2007. – 284 с.
3. Катасонов В.Ю. Инвестиционный потенциал экономики: механизмы формирования и использования / В.Ю. Катасонов. – М.: АНХИЛ, 2005. – 325 с.
4. Павлова В.А. Економічна безпека та інвестиційний ризик машинобудівного підприємства / В.А. Павлова, Ю.М. Барташевська // Збірник

наукових праць «Європейський вектор економічного розвитку». – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. – №1. – С. 135-143.

5. Філіппова С.В. Актуальні питання формування інноваційних стратегій підприємств / С.В. Філіппова, М.П. Тимошук, Н.І. Дащенко // Праці Одеського політехнічного університету, вип. 2(36). – 2011. – С.297-301.

УДК 338.48-52-027.1

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Е.А. Стельмах,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: sea86@mail.ua

STAGES FOR FORMING AND DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM

E.A. Stelmakh,
c.e.s., assistant professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayilo
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: sea86@mail.ua

Реферат

Цель. Целью статьи является углубление теоретических принципов и разработка практических рекомендаций относительно этапов формирования и развития спортивного туризма в Донецкой Народной Республике.

Методика. Для достижения поставленной цели использованы современные методы исследования, в частности: проблемно-ориентированный – при научном обосновании направлений решения проблем и перспектив развития спортивного туризма в ДНР; анализа и синтеза, индукции и дедукции – при определении сущности дефиниций спортивного туризма; диалектического познания – при раскрытии сущности этапов развития спортивного туризма в ДНР.

Результаты. По результатам исследования формирования и развития спортивного туризма представлено шесть этапов: этап 1 – зарождение спортивного туризма; этап 2 – массовое развитие туризма и отделение спортивного туризма; этап 3 – внедрение новых форм и совершенствование структуры управления спортивного туризма; этап 4 – упадок спортивного туризма на Украине; этап 5 – возрождение отечественного спортивного

туризма; этап 6 – переходный – становление спортивного туризма в Донецкой Народной Республике.

Научная новизна. Выявлены и систематизированы этапы формирования и развития спортивного туризма, влияющие на развитие индустрии туризма.

Практическая значимость. Результаты статьи представляют интерес для Министерства молодежи, спорта и туризма, Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики в целях улучшения механизма управления сферой туризма.

Ключевые слова: туризм, спортивный туризм, сфера туризма, этапы развития спортивного туризма.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В мире одной из активно развивающихся отраслей является туризм. Поэтому изучение вопросов, связанных с этапами формирования и развития спортивного туризма, – это важная составляющая для Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы развития спортивного туризма рассмотрены в работах таких исследователей, как А.Х. Абуков, И.Е. Востоков, И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.Л. Погодина, В.П. Соломин, Ю.Н. Федотов. В Донецкой Народной Республике наблюдаются существенные проблемы по развитию спортивного туризма, которые не систематизированы и требуют внимания со стороны ученых и практиков.

Изложение основного материала исследования. В литературе можно встретить различные точки зрения авторов, характеризующие развитие туризма. Например, В.И. Гананольский считает, что туризм, как развивающаяся общественная потребность, является важным средством воспитания. Он предлагает проследить его развитие в три этапа: образование предпосылок для организованных групповых походов и путешествий; утверждение походов как средств воспитания; становление и развитие туризма как общественно-социального явления, способствующего решению воспитательных, образовательных, оздоровительных и спортивных задач [1].

А.Т. Кириллов, Л.А. Волкова подразделяют развитие туризма на четыре этапа. Первый этап до 1841 г. – начальный, это период использования передвижений с целью любопытства, познания новых и неосвоенных территорий. При развитии торговли появились потребности в совершении поездок и путешествий, развитии культуры, создании выдающихся произведений. В период развития религий совершаются религиозные поездки, паломничество, знакомство со святынями. К этому периоду относят поездки, связанные с отдыхом, лечением, восстановлением сил и здоровья.

Развитие физической культуры и спорта, которым начинают заниматься не только воины, ведет к развитию зрелищных спортивных соревнований, сооружений для их проведения. В соответствии с этим возникает спортивный туризм, активный отдых. Авторы отмечают, что туризм существует, но никто не занимается его организацией [2].

Второй этап (1841-1914 гг.) – становление отрасли туризма. Основателем развития туризма в этом периоде является англичанин Т. Кук, организовавший туристическую поездку 570 членам общества трезвости в г. Лафборо.

В 40-50-е годы XIX в. в европейских странах начали открываться первые туристские бюро. Первая туристская организация в России «Предприятие для общественных путешествий во все стороны света» появилась в 1885 г. Развитие туристского бизнеса приводит к созданию Российского общества туристов. В 1877 г. в Тбилиси открывается первый Альпинистский клуб.

Третий этап (1914-1945 гг.) характеризуется формированием индустрии туризма как системы производственных, транспортных, торговых, сервисных предприятий и средств размещения, предназначенные для удовлетворения спроса на туристские товары.

Основной характеристикой четвертого этапа (с 1945 г. по настоящее время) является монополизация отрасли туризма в целом [3].

И.В. Зорин, В.А. Квартальнов характеризуют временную периодизацию туризма следующими этапами: до XIX в. – предыстория туризма; конец XIX в. – элитарный туризм; начало XX в. до Второй мировой войны – становление социального туризма; после Второй мировой войны по настоящее время – массовый туризм [4-5].

Период предыстории туризма включает развитие античного туризма, где мотивами путешествий были отдых, торговля, паломничество, лечение, спортивные соревнования и др.; туризм средних веков – религиозный туризм, образование, аристократические отношения; туризм нового времени характеризовался развитием промышленной революции, которая диктовала рассмотрение вопроса рекреации рабочих и служащих [6].

Ученые выделяют пять этапов развития туризма в России:

на первом этапе – просветительском (до 1890 г.) организовывались экскурсии, походы, путешествия в целях образования и сбора научно-географической и краеведческой информации о районах и родном крае;

второй этап – предпринимательский – характеризуется развитием элитарного туризма состоятельных слоев интеллигенции. Параллельно развивается экскурсионный, рекреационный туризм;

третий этап (1927 г. – конец 60-х годов) – организационно-централизованный – доминирование идеологических функций над хозяйственными. Спортивно-оздоровительный туризм на этом этапе развития был монополизирован, передан в профсоюзные организации, была сформирована материальная база для развития социального и самостоятельного туризма. Создается Общество пролетарского туризма;

четвертый этап (1969-1990 гг.) – административно-нормативный – быстрые темпы развития социального туризма. Возрос интерес науки к проблемам туризма, создается система рекреационного проектирования, начинает формироваться профессионально-квалификационная структура и система непрерывной подготовки кадров;

пятый этап – переходный (с 1990 г. по настоящее время) – формируются новые направления развития туристского хозяйствования в условиях экономических реформ: изменение структуры рекреационных потребностей; появление многоукладности туристского хозяйства; использование природных и культурных ресурсов на основе экономических отношений; переход от административного регулирования функций к экономическому стимулированию туристского рынка [1; 2; 7].

И.Е. Востоков, Ю.Н. Федотов, подразделяют периоды развития отечественного туризма: до создания СССР и новейшую историю. Авторы описывают путешествия русских исследователей; восхождение Петра I на вершину Броккен (1142 м) в 1697 г. (Германия); восхождение в Альпах на Монблан (4810 м); первые экскурсии; проводимые на территории России. Развитие туризма в России тесно связано с именами Н.И. Новикова, В.Ф. Зуева, А.Н. Радищева, В.Г. Белинского, А.И. Герцена, И. Батошвили, П.П. Семенов-Тянь-Шанского, Н.М. Пржевальского, А.П. Федченко, И.В. Мушкетова и др. [3].

Первый альпинистский клуб создается в 1877 г. в Тифлисе при Кавказском обществе естествознания, основной целью которого являлась популяризация путешествий в горах. В 1885 г. создается Общество велосипедистов-туристов с филиалами и в 1895 г. – образцовое Российское общество туристов (РОТ). Руководители РОТ понимали воспитательное значение туризма, при этом общество объединило прогрессивную часть интеллигенции. В 1890 г. в Одессе открылся Крымский горный клуб с филиалами в Севастополе и Ялте. Создаются «Кружок любителей природы, горного спорта и Крымских гор», «Общество естествоиспытателей», «Общество физического воспитания», «Общество любителей природы», «Приморский экскурсант».

Развитие спортивно-оздоровительного туризма в СССР авторы условно разделили на три периода: первый (1918-1935 гг.) – зарождение и формирование организационной структуры туризма; второй (1936-1968 гг.) – передача туризма в ведение профсоюзов, создание предпосылок для формирования индустрии туризма; третий (1969-1992 гг.) – развитие туристско-экскурсионного дела в условиях социалистического общества.

Новейшая история развития туризма началась в связи с распадом СССР. Характерной чертой туризма начала 90-х годов XX в. является реорганизация государственной системы управления. В спортивно-оздоровительном туризме появились новые виды: парусный туризм, конный туризм, туризм для людей с ограниченными жизненными возможностями, которые были включены в спортивную классификацию и др.

Организация основной массы туристических клубов началась после создания в 1962 г. Советов по туризму, переименованных в 1969 г. в Советы по туризму и экскурсиям (СТЭ), при которых начали повсеместно создаваться общественные туристские клубы и общественные туристские комиссии по видам туризма и направлениям туристской деятельности (межвидовые

комиссии). Это послужило мощным стимулом для роста массовости спортивного туризма.

В 1975 г. создана Всемирная туристическая организации со штаб-квартирой в Мадриде. В 1976 г. Президиум Всесоюзного Центрального Совета Профессиональных Союзов (ВЦСПС) принимает «Положение о городском (районном) туристском клубе», в котором определялся порядок создания таких клубов, основные направления работы, штатные должности. В том же году была создана мощная в организационно-управленческом и идеологическом планах общественная надстройка – Федерация спортивного туризма. С 1985 г. федерация стала называться всесоюзной, а федерации на местах – республиканскими, краевыми, областными. Советы федераций и их президиумы избирались туристами [2; 6].

Создание федерации туризма позволило эффективнее привлекать к работе общественный актив, способствовало появлению новых и укреплению существующих туристских секций клубов туристов в коллективах физической культуры (КФК), повысило качество подготовки общественных туристских кадров. За время существования федераций туризма при СТЭ (1976-1990 гг.) ими, совместно с туристскими клубами СТЭ, была проделана значительная работа по совершенствованию управления спортивно-оздоровительным туристическим движением в стране и развитию его массовости.

На третьем этапе очередная реорганизация системы управления привела к созданию на базе федераций туристско-спортивных союзов (ТСС), которые пришли на смену федерациям в 1990 г. по инициативе членов федераций как новая организационная форма спортивно-оздоровительного туризма, расширяющая направление деятельности туристской организации с учетом трансформированных процессов в стране.

Однако туристско-спортивные союзы не успели проявить себя в системе СТЭ из-за прекращения финансирования спортивного туризма профсоюзами и прекращения деятельности СТЭ, что привело к резкому сокращению объема спортивно-оздоровительных мероприятий и снижению показателей массовости движения. Несмотря на это, само зарождение новой организационной формы – туристско-спортивного союза – позволило в странах Союза независимых государств (СНГ) избежать развала системы спортивного туризма и, при наличии сложных социально-экономических условий в стране, начать активную работу по сохранению и развитию движения [2].

Период с 1990 г. характеризуется максимальной самостоятельностью туристско-спортивных организаций. Структура туристско-спортивных союзов упростилась и стала более четкой; была внедрена новая система комплектования Совета как центрального органа через делегирование представителей видовых объединений от территорий с наиболее развитым спортивно-оздоровительным туризмом.

Несколько позже сфера деятельности туристско-спортивных союзов (федераций туризма) получила непосредственную связь с Государственным комитетом по физической культуре, спорту и туризму. Появились задатки

достаточно перспективной системы общественно-государственных отношений между общественными и государственными организациями (комитетами по физической культуре, спорту и туризму, комитетами по делам молодежи, управлениями образования).

Появились, хотя и не большие, источники финансирования туристских мероприятий на основе договоров о совместной деятельности туристско-спортивных союзов (федераций по туризму) и государственных комитетов по физической культуре, спорту и туризму [3; 6].

Спортивно-оздоровительный туризм в СССР – это уникальное общественное явление, представленное сетью туристских клубов. По данным государственной статистики существовало около 80 региональных федераций спортивного туризма, клубы осуществляли работу на различных предприятиях, в стране существовало более 3 тыс. классифицированных спортивных и оздоровительных маршрутов.

В 1989 г. туристский актив составлял 15200 тыс. чел. Эта работа проводилась за счет ассигнований из средств профсоюзов (1989 г. – около 6 млн. руб.). Большую часть расходов на развитие туризма несли государство и предприятия, имевшие на своем балансе туристские клубы [8].

В связи с изменением системы государственного управления в стране изменилась и система финансирования сферы туризма как на государственном уровне, в субъектах Украины, так и на муниципальном. Кроме того, в регионах система как таковая исчезла вообще, что привело к катастрофическому «свертыванию» сферы спортивного туризма.

Развитие спортивного туризма в разрезе его основных видов отображено в таблице [2].

Таблица 1 – Развитие спортивного туризма по его основным видам [2]

Этап	Годы	Характеристика
Этап 1 – зарождение спортивного туризма	1877 - 1936	– В 1877 г. организован первый горный клуб в Тифлисе. Первые «Союзы велосипедистов-любителей», основанные в Харькове, Севастополе и Одессе. – В 1890 г. образовано Крымско-Кавказское горное общество. – В 1891 г. в Пятигорске – Кавказское горное общество
Этап 2 – массовое развитие туризма и отделение спортивного туризма	1937 - 1969	– В 1949 г. спортивный туризм как вид спорта включен в Единую всесоюзную спортивную классификацию. – В 50-е годы водный туризм стал возрождаться, и туристы использовали уже другие виды сплавных средств – плоты большой грузоподъемности, позже – более маневренные плоты на надувных автокамер

Этап	Годы	Характеристика
Этап 3 – внедрение новых форм и совершенст- вование структуры управления спортивного туризма	1970 - 1990	<ul style="list-style-type: none"> – Появление первых спортивных походов. – В 1970 г. впервые организованы соревнования на лучший туристский поход. – В 1971 г. был проложен первый в СССР конный верховой маршрут Алтайский краевой советом по туризму и экскурсиям с туристской базы «Катунь». – Порядок формирования туристских групп, права и обязанности их участников и руководителей, оформление документации, разработка и подготовка маршрутов и т.п. регламентируются «Правилами организации и проведения самостоятельных туристских походов и путешествий на территории СССР» (утверждены Центральным советом по туризму и экскурсиям ВЦСПС в 1972 г.). – В 1974 г. при советах по туризму и экскурсиям было 1419 туристских клубов, более 56 тыс. клубов и секций в коллективах физкультуры, в которых занимались 4100 тыс. чел.; осуществлено 14,5 тыс. спортивных путешествий; около 600 чел. присвоено звание мастера спорта по спортивному туризму [8]. – В 1979 г. впервые в Украине (г. Харьков) были проведены республиканские соревнования по технике велосипедного туризма. – Пик спортивного мототуризма в СССР пришелся на 1986 г. За один год было совершено 72 спортивных похода, в которых приняли участие 498 чел.
Этап 4 – упадок спортивного туризма в Украине	1991- 2000	<ul style="list-style-type: none"> – С 90-х годов прошлого столетия и до начала 2000-х годов произошло резкое снижение активности спортивного туризма во всех его проявлениях в связи с прекращением деятельности практически всех его институтов. – С 1991 по 1995 г. в связи с изменением системы государственного управления в стране изменилась и система финансирования сферы туризма как на государственном уровне, в субъектах Украины, так и на муниципальном. Кроме того, в регионах система как таковая исчезла вообще, что привело к катастрофическому «свертыванию» сферы спортивного туризма. – Относительному улучшению управленческой деятельности в туристической сфере Украины способствовало принятие законов «О туризме» (1995 г.), «О курортах» (2000 г.).
Этап 5 – возрождение отечествен- ного спортивного туризма	2001- 2013	<ul style="list-style-type: none"> – В 2001 г. отмечается оживление спортивного водного туризма в рамках Федерации спортивного туризма Украины (ФСТУ). Широкий спектр классов судов для сплава (каяк, каноэ, катамаран, байдарка, рафт), которые появились, наличие другого необходимого снаряжения, надежного, качественного, такого, что соответствовало международным стандартам, выводит спортивный водный туризм на гидроциклы уровень. Распад существующей системы туризма, комиссии спелеотуризма ФСТУ прекратили свою деятельность (клубы и секции действовали за собственные средства). – Утверждение Государственной программы развития туризма на 2002-2010 гг. (2002 г.). – Федерация парусного спорта насчитывает примерно 700 крейсерских яхт, которые имеют статус спортивных судов. Значительное количество экипажей этих яхт выполняет дальние спортивные походы по акваториям Днепра, по Черному, Азовскому, Средиземному морям. – Использование обновленного снаряжения в области спортивного туризма (бивачное снаряжение, титановые карабины, веревки разного диаметра, системы туристские, жумары и др.). – Появление новых спортивных судов, таких как гидроциклы, начали использовать только в последнее время. – Активное развитие получили следующие направления спортивного туризма: путешествия (в частности одиночные путешествия), экстремальный туризм, дисциплина дистанции,

Этап	Годы	Характеристика
		дисциплина дистанций в закрытых помещениях на искусственном рельефе и короткие маршруты в классе спортивных походов
Этап 6 – переходный – становление спортивного туризма в ДНР	2014- по насто- ящее время	<p>– С 2014 г. начался переходный период в развитии спортивного туризма в Донецкой Народной Республике.</p> <p>– В настоящее время на общественных началах созданы: Федерация спортивного ориентирования; Федерация альпинизма и скалолазания; Федерация парусного туризма; Федерация пешеходного туризма.</p> <p>Работу федераций курирует Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР.</p> <p>– Создается нормативная база: Закон о физической культуре и спорте (24.04.2015 г.); Стандарт государственной услуги «Предоставление дополнительного образования» 04.08.2015 г.; Концепция патриотического воспитания детей и учащейся молодежи 24.04.2015 г.; Инструкция «Об организации и проведении туристских походов и экспедиций с учащейся и студенческой молодежью» (24.03.2015) Инструкция « Об организации и проведении экскурсий и путешествий с учащейся и студенческой молодежью» (5.02.2015 г.); Увеличивается количество туристско-спортивных кружков в Донецком Республиканском Центре туризма и краеведения (2014-2015 учебный год – 42, 2015-2016 учебный год – 47); Проведение соревнований различного ранга по пешеходному туризму (региональные в пгт. Новый Свет, г. Харцызске, республиканские – в Донецке, Торезе); Проведение соревнований по спортивному ориентированию (региональные в Торезе, республиканские – в Донецке).</p>

Таким образом, анализ функционирования данной сферы позволил определить этапы формирования и развития спортивного туризма, которые воспроизводят общие этапы, начиная с конца XIX в.

В связи с последними событиями и образованием Донецкой Народной Республики возникает необходимость выделения VI этапа – переходного этапа становления и развития спортивного туризма в ДНР, который характеризуется упадком и возрождением спортивного туризма.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Выделен VI этап развития спортивного туризма – становление и развитие спортивного туризма в ДНР. Несмотря на нестабильную обстановку в Республике, проводятся различные соревнования по парусному туризму, спортивному ориентированию, скалолазанию и пешеходному туризму. Федерация скалолазания, Федерация спортивного ориентирования, Федерация парусного туризма, Центры туризма Донецка, Горловки и Ждановки смогли вовлечь в занятия разными видами спортивного туризма более 500 детей за 2015-2016 учебный год. Перспективой

дальнейших исследований в представленном направлении является разработка программы развития спортивного туризма в Донецкой Народной Республике.

Список литературы

1. Абуков А.Х. Туризм на новом этапе: социальные аспекты развития туризма в СССР. - М.: Профиздат, 1989. - 277 с.
2. Стельмах Е.А. Анализ существующих дефиниций спортивного туризма // Экономика, государство и общество в XXI веке: IX Румянцевские чтения на базе Курского филиала Российского государственного торгово-экономического университет: Матер. Междунар. научно-практ. конф. (Курск, 5.05.2011). – Курск: «Деловая полиграфия», 2011. – С. 308 – 313.
3. Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм: Учебник / Под общ. Ред. Ю.Н. Федотова. — М: Советский спорт, 2003. - 328с.
4. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности / И.В. Зорин, Т.П. Каверина. М.: Финансы и статистика, 2006. - 254 с.
5. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: Справочник. / И.В. Зорин - М.: Финансы и статистика, 2003. - 386 с.
6. Погодина В.Л., Современное состояние и перспективы развития спортивного туризма в России / В.Л. Погодина, В.П. Соломин //Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. №8 (30): Психолого-педагогические науки (педагогика, психология, теория и методика обучения): Научный журнал. – СПб., 2007.
7. Алексеев А. В. «Спортивный туризм в России: проблемы становления и развития» Парламентская газета. 2004. – 86 с.
8. Соколова М.В. История туризма: Учеб. Пособие. — М.: Мастерство, 2002. - 352с.

ПОТЕНЦИАЛ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

**И.В. Сименко, д-р экон.наук,
профессор**

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: sime-inna@yandex.ru

MANAGEMENT SYSTEM'S POTENCIAL AS THE MAIN ELEMENT OF RESOURCE POTENCIAL ENTERPRISIS

**I.V. Simenko, Doktor of Economics,
Professor**

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after
Mykhayilo Tugan-Baranovsky», DPR,
e-mail: sime-inna@yandex.ru

Реферат

Цель статьи заключается в исследовании когнитивного наполнения понятия «потенциал системы управления»

Методика. В процессе исследования использованы: терминологический анализ и лексико-семантическая оценка (для формирования ретроспективно-этимологической основы понятия «потенциал предприятия»), методы теоретического анализа, обобщения и сравнения (для формирования дефиниции «потенциал системы управления»); графический способ (для наглядного представления составляющих потенциала системы управления).

Результаты. Теоретическое исследование позволило выделить ресурсную, динамическую и функциональную составляющую в понятии «потенциал системы управления». Проведено разграничение понятий «ресурсы», «способности», «компетенции». Сформировано авторское определение потенциала системы управления.

Научная новизна. Усовершенствован научно-методический подход к формированию потенциала системы управления, отличительной особенностью которого является выделение динамической составляющей потенциала, что способствует его наиболее точной и объективной оценке.

Практическая значимость. Результаты исследования будут способствовать повышению эффективности деятельности предприятия посредством оценки потенциала системы управления.

Ключевые слова: потенциал, система управления, ресурсы, компетенции, способности

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Система управления хозяйствующего субъекта, ее качество во многом определяют эффективность деятельности предприятия,

обеспечивают его стабильность, конкурентоспособность и динамическое поступательное развитие. Система управления не только разрабатывает стратегию и тактику экономического роста, но и формирует целый комплекс управленческих решений, направленных на элиминирование возможных кризисных ситуаций и дестабилизирующих предприятие процессов. Система управления должна обладать таким потенциалом, чтобы оперативно и эффективно обеспечить адекватный ответ субъекта хозяйствования на основные вызовы современной социально-экономической ситуации в мире. В противном случае предприятие ожидают флуктуации, потеря стабильности, кризис системы, завершение деятельности. Таким образом, актуальность изучения потенциала системы управления с точки зрения его составляющих, ответственных за минимизацию риска катастрофы, не вызывает сомнения.

Следует заметить, что исследованию потенциала системы управления посвящено достаточно ограниченное количество публикаций в научном мире. Не выработана дефиниция данного понятия, его сущностное наполнение, структурные элементы и их взаимосвязи.

Анализ последних исследований и публикаций. В работах отечественных и зарубежных ученых - специалистов в области управления, экономики, рискологии и психологии достаточно глубоко и всесторонне освещены теоретические и практические аспекты потенциала предприятия. Изучением понятия «потенциал предприятия», определением его составных элементов занимались такие известные ученые, как Л.И. Абалкин, И.Т. Балабанов, Г.А. Белоусов, Н.В. Ващенко, О.М. Волкова, Е.П. Горбунов, Ф.И. Евдокимов, Г.Б. Клейнер, В.В. Ковалев, Н.С. Краснокутская, И.И. Лукинов, Г.В. Марушков, С.В. Мочерный, О.И. Олексюк, И.М. Репина, А.С. Федонин, Н.Г. Чумаченко и др. Мониторинг определений «потенциала предприятия» и его составляющих позволяет констатировать, что среди ученых отсутствует единство взглядов на содержание данного понятия. Однако, исследование потенциала системы управления хозяйствующего субъекта, невозможно без четкого и ясного, однозначного толкования понятия «потенциал предприятия».

Цель научной статьи. Используя методы научного познания, исследовать существующие подходы к понятию «потенциал системы управления» предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить современные концепции и подходы, научные взгляды ученых на когнитивное наполнение понятия «потенциал предприятия»;
- 2) выделить ключевые составляющие потенциала системы управления предприятия;
- 3) представить авторское толкование понятия «потенциал системы управления» предприятия.

Изложение основного материала исследования. В научных трудах отечественных и зарубежных ученых не сформировано общепринятое

определение термина «потенциал системы управления предприятия», более того, отсутствуют комплексные исследования данной категории и ее составляющих. Поэтому для более полного понимания проблемы определения понятия «управленческий потенциал предприятия» следует рассмотреть данную дефиницию в ретроспективно-этимологическом контексте.

Прежде всего, следует отметить, что методология определения термина «потенциал системы управления» должна базироваться на четком терминологическом определении понятия «потенциал». Поэтому целесообразно рассмотреть сначала понятие «потенциал предприятия», а затем перейти к анализу понятия «потенциал системы управления».

Термин «потенциал» в своем этимологическом значении происходит от латинского слова «*potentia*», что означает «скрытые возможности», «мощь, сила», которые в хозяйственной практике благодаря труду могут стать реальностью. Впервые этот термин в экономическом смысле встречается в труде Вобля К.Г., который сформулировал понятие «потенциал производственных сил» в 1924 году [1].

Если обратиться к «Энциклопедии бизнесмена, экономиста, менеджера», то потенциал рассматривается как имеющиеся возможности, ресурсы, запасы, средства, которые могут быть использованы для достижения, осуществления чего-либо. При этом в вышеупомянутой энциклопедии дается характеристика следующим видам потенциала: производственному, экономическому и трудовому [2, с. 467]. В другом справочном издании - «Экономической энциклопедии» отмечается, что потенциал – это имеющиеся у экономического субъекта ресурсы, их оптимальная структура и умение рационально использовать их для достижения поставленной цели [3, с. 13-15]. В экономическом словаре [4, с. 279] определение «потенциал» рассматривается как:

- 1) средства, запасы, источники, которые имеются в наличии и могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи;
- 2) способности отдельного человека, общества, государства в определенной деятельности.

В современных научных исследованиях существуют три направления в понимании «потенциал» [1, с. 6-8]. Представители первого направления рассматривают потенциал как совокупность необходимых для функционирования или развития предприятия различных видов ресурсов. Ученые второй группы представляют потенциал как систему материальных и трудовых факторов (условий, составляющих), обеспечивающих достижение цели функционирования предприятия. Группа ученых третьего направления рассматривают потенциал как способность комплекса ресурсов субъектов хозяйствования выполнять поставленные перед ними задачи.

Основными отличиями в приведенных выше направлениях является различное толкование учеными сущности понятия ресурсов или их способностей. Существуют две основные позиции понимания этого вопроса. В

первом случае – это расширенное представление ресурсов, при котором способности рассматриваются как разновидность ресурсов, в другом – данные понятия четко различаются. Полностью разделяем мысль классиков ресурсного подхода Р. Амита [5], Р.Гранта (R. Grant) [6], Е. Пенроуз (E. Penrose), Р. Макадока (R. Makadok) и др. относительно понимания ресурсов как источника способностей предприятия, а способностей как особого вида активов, которые невозможно ни покупать, ни продавать благодаря их организационной природе. Для усиления доказательной базы приведем позицию Р.Гранта относительно определения ресурсов: «ресурсы – это факторы производства, которые самостоятельно ничего не производят» [6, с. 114] и Дж. Барни: «ресурсы – это активы, организационные процессы, фирменные атрибуты, информация, знания и тому подобное, которые контролируются предприятием и позволяют ему разрабатывать и использовать стратегии, которые приводят к повышению рациональности и эффективности производства» [7].

Однако, само по себе наличие ресурсов не является гарантом достижений целей предприятия, поэтому не менее важной составляющей потенциала выступает способность предприятия (или его отдельного потенциала) мобилизовать определенные ресурсы во время осуществления комплекса действий. Совокупность таких способностей в экономической литературе принято называть компетенциями.

Потому считаем целесообразным выделение понятий «ресурсы» и «способности», а также необходимость уточнения соотношения терминов «способности» и «компетенции». Понимание данных понятий является еще одним дискуссионным вопросом в ресурсной теории (кроме содержания терминов «ресурсы» и «способности»). Среди ученых сформировались три точки зрения на эту проблему [8, с. 31-33]:

- 1) отождествление понятий способностей и компетенций;
- 2) дифференциация понимания компетенций и способностей в зависимости от масштаба использования знаний, умений и технологических ноу-хау предприятия, что создают его особые преимущества;
- 3) толкование самостоятельного значения способностей и компетенций с последующим распределением способностей на статические и динамические. Это направление получило свое развитие в рамках концепции динамических способностей фирмы, согласно которой динамические способности рассматриваются не как разновидность ресурсов, а как приоритетный источник конкурентных преимуществ предприятия.

Для обоснования авторской мысли по этому вопросу необходимо обратиться к позиции лингвистов и провести лексико-семантическую оценку терминов.

Компетенция с латинского «competentia» означает круг вопросов, в которых человек хорошо проинформирован, имеет знания и опыт. Учитывая специфичность объекта исследования как интегрального социально-личностно-психологического феномена имеет смысл обратиться к известным в мире ученым-психологам, педагогам, менеджерам относительно их понимания

понятия «компетенции». Так, американский психолог Дэвид МакКлелланд определяет компетенции как «характеристики, которые отличают и прогнозируют уровень эффективности работы конкретных исполнителей» [9, с. 129]. Лайла и Сайн Спенсеры в своем фундаментальном исследовании компетенций пришли к выводу, что «компетенции, как базовые качества индивидуума, имеют причинное отношение к эффективному и (или) выдающемуся исполнению работы, уровень которой определяется конкретными критериями» [10]. На симпозиуме в Берне (27-30 марта 1996 г.) [11] по программе Совета Европы Хутмахер (Mr Walo Hutmacher) доказал, что понятие «компетенция» ближе к понятийному полю «знаю, как», чем к полю «знаю, что».

Ричард Бояцис, один из основателей концепции компетенций, отмечает, что «компетенция – «основная характеристика личности, которая лежит в основе эффективного или выдающегося выполнения работы» [12]. Но современные условия функционирования предприятий, социализация бизнеса требуют от специалистов для эффективного выполнения работы не только высокого уровня образования, но и определенных личностных качеств, прежде всего деловых и моральных. Речь идет о личностных и социальных компетенций, определяющих (при одинаковом уровне образования) конкурентоспособность специалистов.

Стив Уиддет и Сара Холлифорд определяют сущность компетенций, характеризуя их в понятиях поведения, которое проявляется: «Компетенции – это поведенческие модели, которые демонстрирует персонал, эффективно исполняющий поставленные задачи в организационном контексте» [13].

В современной педагогике профессионального образования компетенции рассматриваются как новый, обусловленный рыночными отношениями тип целеполагания. Они «охватывают способности, готовность к познанию и отношения, необходимые для осуществления деятельности. Поэтому выделяют предметную, методологическую и социальную компетенции» [14, С. 22-46].

Логика рассуждений приводит к выводу, что компетенции: относятся к качествам человека; характеризуются не только наличием знаний, сформированностью соответствующих навыков и умений, но и уровнем владения ими; состоят из профессиональной, нравственной и личностной компоненты; выступают как своеобразная динамическая составляющая личности, которая проявляется в практической деятельности человека.

Что касается способностей, то они рассматриваются большинством ученых как потенциальные возможности и задатки, от которых зависит скорость, качество и уровень сформированности определенных компетенций. Так, российские психологи Б.М. Теплов и С.Л. Рубинштейн рассматривали способности как «индивидуально-психологические особенности, обеспечивающие легкость и быстроту приобретения знаний, умений и навыков, но они не тождественны» [15; 16].

В данном контексте заслуживает внимания концепция динамических способностей, согласно которой динамичными являются «способности фирмы

к интегрированию, созданию и реконфигурации внутренних и внешних компетенций для адаптации к среде, которая быстро изменяется» [17, с. 516]. Г.Аднер и К. Хелфат предлагают говорить о динамических способностях менеджеров как о «способностях, с помощью которых менеджеры создают, внедряют и реконфигурируют организационные ресурсы и способности» [18, с. 1012]. Приведенную выше дефиницию уточняют в 2007 году К.Хелфат и его единомышленники в работе [19] с единственным дополнением о целенаправленном, умышленном характере управленческих действий. Эта ремарка доказывает триединую направленность решений, принимаемых менеджерами фирм, которые имеют динамические способности. Речь идет о «деятельности менеджеров и сложности характеристик организации, создающих ресурсные диспропорции и неоднородности» [8, с.24].

Таким образом, под компетенциями понимают характеристики поведения, доминирующую форму активности личности, сформированность соответствующих навыков и умений. Основой их формирования выступают способности, знания, ценности, склонности (рис.1), которые дают возможность менеджеру установить и идентифицировать состояние проблемы и успешно решить ее.

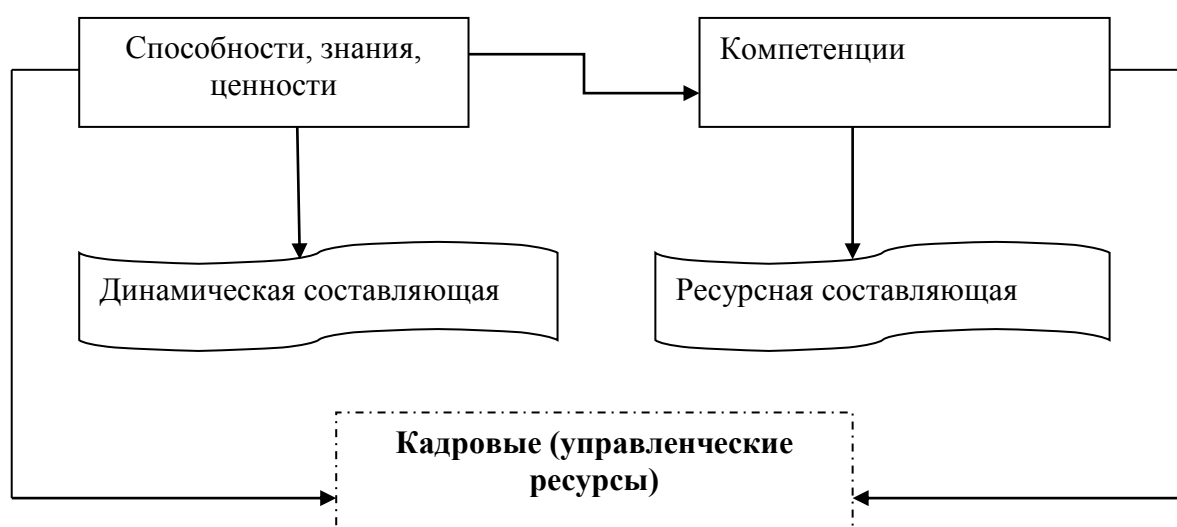


Рисунок 1 - Составляющие управленческих ресурсов предприятия

Следовательно, при определении потенциала и его составляющих следует различать понятия ресурсов, способностей и компетенций. Учитывая, что предметом исследования является потенциал системы управления предприятия, следует сосредоточиться на когнитивном наполнении феномена управления.

Так, использование методологии системного подхода формирует набор следующих элементов системы управления предприятия: кадровые ресурсы, организационная структура управления, организационные регламенты, организационная культура, организационные (коммуникативные) связи. Необходимо отметить, что ключевую роль играют, безусловно, кадровые

(управленческие) ресурсы, которым присущи определенные личностные качества, владение соответствующими знаниями, навыками и умениями.

Согласно ресурсной концепции уровень имеющегося у предприятия потенциала (например, потенциала системы управления) определяется объемом и качеством накопленных ресурсов таких видов:

- технические ресурсы (оборудование, оргтехника и т. др.);
- технологические ресурсы (управленческие технологии, методы управленческого процесса и т. д.);
- кадровые ресурсы (управленческий персонал (специалисты подразделений аппарата управления), их квалификация, стремление к знаниям и совершенствованию и др.);
- информационные ресурсы (количество и качество информации о состоянии системы управления, степень достижения целей, программное обеспечение, информационные потоки и т.п.);
- ресурсы организационной структуры системы управления (характер и гибкость управляющей системы, скорость прохождения управляющих воздействий и др.) [20, с.125].

В свою очередь, ресурсный подход, компетентностный подход, развитие концепции динамических способностей, понимание потенциала системы управления предприятия как совокупности определенных элементов, обуславливают выделение его ресурсной, организационной и функциональной составляющих (рис. 2). Первые две формируют статику потенциала (готовность к функционированию), последняя – его динамику.

К ресурсной составляющей относятся кадровые (управленческие) ресурсы и организационные компетенции в разрезе профессиональной, нравственной и личностной компоненты.

Организационная составляющая управленческого потенциала в соответствии системного подхода формируется из организационной структуры управления, организационных регламентов, организационной культуры и коммуникативных связей.

В составе функциональной части потенциала особого внимания требует исследование динамических способностей, поскольку до настоящего времени среди ученых не существует их единого списка. По нашему мнению, при определении их перечня следует обратиться к классикам концепции динамических способностей. Так, формула динамических способностей, которая предлагается Г.Аднером и К. Хелфат [18] состоит из трех элементов: когнитивные способности менеджеров; социальный капитал; человеческий капитал менеджеров.

Следует отметить, что кроме динамических способностей в функциональной составляющей потенциала системы управления выделяются следующие компоненты: изучение проблем, сбор и анализ информации, разработка и принятие решений, налаживание эффективных функциональных связей, информационных процессов, контроль над процессами.



Рисунок 2 - Составляющие потенциала системы управления предприятия

Все они являются этапами формирования и реализации управленческих решений. Функциональные связи и информационные процессы рассматриваются как неотъемлемая часть управленческого процесса, которые постоянно сопровождают действия менеджеров любого иерархического уровня.

Таким образом, реализация методологии ресурсного, компетентного и системного подходов, концепции динамических способностей, подводит под формирование дефиниции потенциала системы управления научных подход. С учетом вышесказанного, под управленческим потенциалом предприятия следует понимать совокупность организационных характеристик системы управления, управленческих ресурсов (менеджеров всех уровней организационной иерархии) и их способностей для обеспечения конкурентоспособности и стабильного развития субъекта хозяйствования.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Результаты проведенных исследований позволяют констатировать:

1. В основу формирования дефиниции «потенциал системы управления предприятия» положен ресурсный, компетентностный, системный подходы и концепция динамических способностей менеджеров;

2. Выделенные составляющие потенциала системы управления – ресурсная, организационная, функциональная, будут способствовать более объективной его оценке;

3. Под потенциалом системы управления предприятия следует понимать совокупность организационных характеристик, кадровых (управленческих) ресурсов, их компетенций и динамических способностей для обеспечения конкурентоспособности и стабильности развития субъекта хозяйствования.

Дальнейшее исследование потенциала системы управления будет направлено на определение степени его влияния на совокупный потенциал хозяйствующего субъекта.

Список литературы

1. Воблий К. Г. Производительные силы Украины. Теория, экономика и право / К. Г. Воблий // Науч. записки Ин-та народного хоз-ва. – 1924. - № 4-5. – С. 126–149.

2. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера/ за ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, ТОВ «Книгодрук», 2000. – 704 с.

3. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / [ред.кол.: С.В. Мочерний (відп. ред) та ін.] – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.

4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. Посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. — К.: КНЕУ, 2004. — 316 с.

5. Amit R., Shoemaker, P.J.H. Strategic assets and organizational rent // Strategic Management Journal. – 1993. - 14 (1). – P. 33-46.

6. Grant R. M. The resource based theory of competitive advantage in California Management Review, 33, 1991. Pages 114-135

7. Бобрышев С. Управление организационным знанием как стратегическим активом/ С.Бобрышев. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа до статті: [www.cfin.ru / management/ strategy/ knowledge asset..shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/knowledge_asset.shtml)

8. Катькало В.С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий/ В.С. Катькало // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2002. - №4. – С.31-33.

9. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. — 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина.—СПб.: Питер, 2008.— 832 с.

10. Спенсер С. Компетенции на работе / С.Спенсер, Л.Спенсер. Пер. с англ. — М.: НРРО, 2005. — 384 с.

11. Hutmacher Walo. Key competencies for Europe//Report of the Symposium Berne, Switzerland 27–30 March, 1996. Council for Cultural Co-operation (CDCC) a //Secondary Education for Europe Strsburg, 1997
12. Boyatzis, Richard E. The competent manager: a model for effective performance, New York: John Wiley & Sons, 1982
13. Whiddett, Steve and Hollyforde, Sarah. practical guide to competencies : how to enhance individual and organizational performance / Steve Whiddett, Sarah Hollyforde.- 2nd ed.- London: Chartered Institute of Personnel and Development, 2003.- X, 144 p.
14. Байденко В.И. Базовые навыки (ключевые компетенции) как интегрирующий фактор образовательного процесса /В.И. Байденко, Б. Оскарссон // Профессиональное образование и формирование личности специалиста: методолог. семинар. 17 июня 2004 г., (материалы). – М.: Исслед. Центр проблем качества подгот. специалистов, 2002. – С. 22-46.
15. Теплов Б.М. Проблемы индивидуальных различий /Б.М. Теплов .- М.: АПН РСФСР, 1961. – 535 с.
16. Рубинштейн С.Л. Проблемы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. Отв. ред. Е.В.Шорохова. - М.: Педагогика, 1973.- 374с.
17. Teece D. Industrial and Corporate Change, 1997, p. 516.
18. Ander R., Helfat C.E. Corporate effects and dynamic managerial capabilities. Strategic Management Journal, 2003, p.1012.
19. Helfat C.E., Finkelstein S., Mitchell W. Dynamic capabilities. Understanding Strategic Change in Organizations. Blackwell Publishing : Malden, MA, 2007
20. Кратнокутська Н.С.. Процесний підхід до формування потенціалу торговельних підприємств / Н.С. Кратнокутська// Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – 2009. - №4. - С.117-125.

ОЦЕНКА ИНСТИТУТОВ СТРАН С РАЗВИВАЮЩИМИСЯ РЫНКАМИ

А.Ю. Стрижак,
канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет», г. Донецк, ДНР,
e-mail: strizhak.a86@mail.ru

EVALUATION OF INSTITUTIONS IN COUNTRIES WITH DEVELOPING MARKETS

A.Y. Strizhak,
Candidate of Economic Sciences
(Ph.D), Associate Professor

SOO HPE «Donetsk National
University», Donetsk, DPR,
e-mail: strizhak.a86@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является анализ и оценка институтов стран с развивающимися рынками.

Методика. Для измерения эффективности общественных институтов в странах с развивающимися рынками использованы методы оценки, анализа и синтеза, статистические методы.

Результаты. Рассмотрена категория неэффективных устойчивых институтов (институциональных ловушек) в странах с развивающимися рынками. На основе социологического опроса жителей ДНР проведена оценка основных формальных и неформальных институтов в странах с развивающимися рынками. Предложены меры нейтрализации институциональных ловушек.

Научная новизна. На основе социологического исследования проведен анализ и дана оценка эффективности формальных и неформальных институтов стран с развивающимися рынками.

Практическая значимость. Предложенные рекомендации построения эффективной институциональной системы, основанные на опыте успешных зарубежных стран, помогут решить проблему социально-экономической отсталости в странах с развивающимися рынками и осуществить модернизацию догоняющего типа.

Ключевые слова: институты, институциональные ловушки, страны с развивающимися рынками, коррупция, бюрократия, религия, инфорсмент.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Прошло четверть века с того момента, как страны, входящие в состав Советского Союза, стали независимыми. Институциональные системы данных стран формировались под воздействием многих факторов: вестернизации, геополитики, внутренних противоречий. Несмотря на некоторые различия в институциональных системах стран с развивающимися рынками, для большинства институтов характерна гомогенность, проявляющаяся в их неэффективности и деструктивизме. Таких

проблем множество: коррупция, nepotизм, бюрократия, высокая дифференциация доходов населения, рентный характер экономики, несовершенство законодательной системы, отсутствие доверия народа к институтам государства, высокий уровень преступности, низкое качество услуг сферы образования и здравоохранения, неэффективность государственных наказаний и т.д. Эти неэффективные институты стабилизировались, гипертрофировавшись в институциональные ловушки.

Институциональная ловушка представляет собой стабильный неэффективный институт, сформированный асинхронностью институциональных изменений в условиях трансформации социально-экономических систем, гипертрофированностью отдельных форм поведенческих предпосылок экономических агентов на макроуровне, слабостью формальных институтов и механизма инфорсментa [1, с. 55].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема неэффективных институтов нашла свое отражение в трудах таких ученых, как А.А. Аузан, В.В. Вольчик, В.М. Полтерович, Р.М. Нуреев, Ю.В. Латов, О.С. Сухарев.

Изложение основного материала исследования. Донецкая Народная Республика – это новое государственное образование, в рамках которого функционируют институты двух стран с развивающимися рынками – Украины и России. На сегодняшний день Республика находится в состоянии транзитивности: украинские институты постепенно заменяются российскими, а институциональная система еще окончательно не сформирована. Народ, проживающий на данной территории, испытывает особую необходимость в эффективных институтах.

Для того чтобы выяснить, как общество стран с развивающимися рынками оценивает присущие ему формальные и неформальные институты, проведен анонимный социологический опрос жителей Донецкой Народной Республики. Количество респондентов – 200 чел. в возрасте от 18 до 70 лет включительно разных социальных слоев, должностей, материального достатка, вероисповеданий, уровней образования. Респондентам было предложено оценить по шкале от 1 до 100 баллов (1 – минимальный балл, 100 – максимальный балл) нижеследующие институты, присущие странам с развивающимися рынками:

- уровень бюрократизации и формализации;
- уровень коррумпированности в обществе;
- качество современного образования;
- эффективность государственных наказаний;
- степень личной религиозности.

Результаты исследования представлены на рис. 1.

Уровень бюрократизации и формализации стран с развивающимися рынками жители ДНР оценили в 73 балла из 100 возможных. Данный показатель является слишком высоким, что негативно сказывается на уровне

общественного благосостояния, провоцируя коррупцию и увеличение транзакционных издержек.

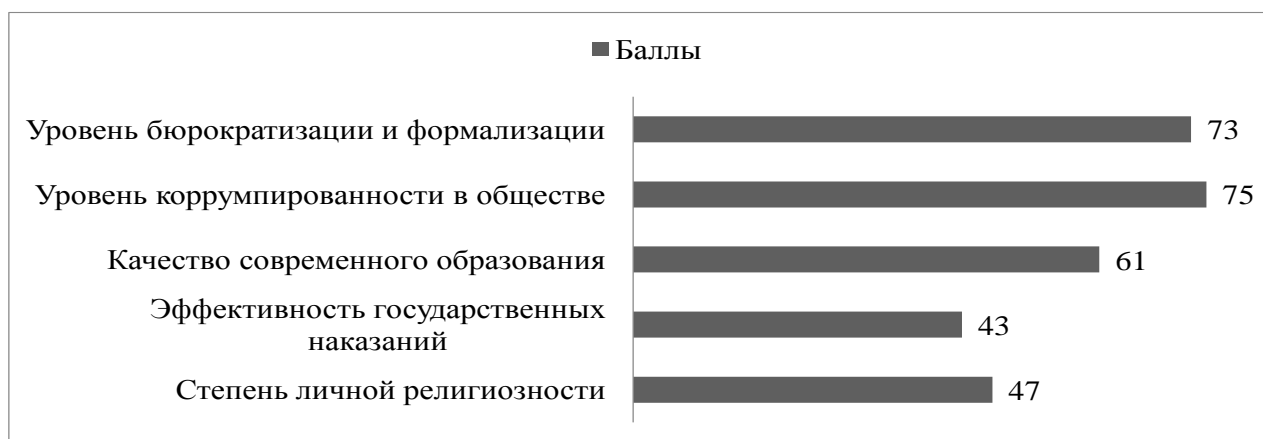


Рисунок 1 – Результаты оценки респондентами институтов стран с развивающимися рынками (баллы)

Относительно коррумпированности в обществе ситуация похожая: респонденты оценили ее в 75 баллов, что почти тождественно оценке уровня бюрократизации и формализации. Из этого следует, что оба показателя взаимообусловлены и поддерживают существование друг друга, создавая благоприятную почву для взаимного развития.

Качество современного образования респонденты оценили в 61 балл, что является показателем выше среднего, однако необходимо в данном случае обратить внимание на то, что в Советском Союзе отечественное образование считалось одним из лучших в мире, а сегодня российское образование не входит даже в топ 30 по миру (34 место в мировом рейтинге) [2].

Как демонстрируют результаты социологического исследования, в странах с развивающимися рынками эффективность государственных наказаний оставляет желать лучшего: респонденты оценили данный институт в 43 балла из 100 возможных. Такая картина свидетельствует о том, что в обществе имеет место высокий уровень преступности и разного рода правонарушений, а коррупция и слабый государственный инфорсмент делают проблему более острой.

Как известно, религия является очень сильным институтом-ограничителем оппортунистического и других видов противоправного поведения, что непосредственным образом сказывается на уровне общественного благосостояния. Ввиду этого респондентам предложено оценить степень их личной религиозности. Средняя оценка степени религиозности жителей ДНР – 47 баллов из 100 возможных, что говорит о недостаточном влиянии института религии на поведение людей в странах СНГ.

Для того чтобы выяснить, с чем (или кем) жители Донецкой Народной Республики идентифицируют Россию, был задан следующий вопрос: «Какая ассоциация возникает у Вас при слове «Россия»? Результаты ответов представлены на рис. 2.

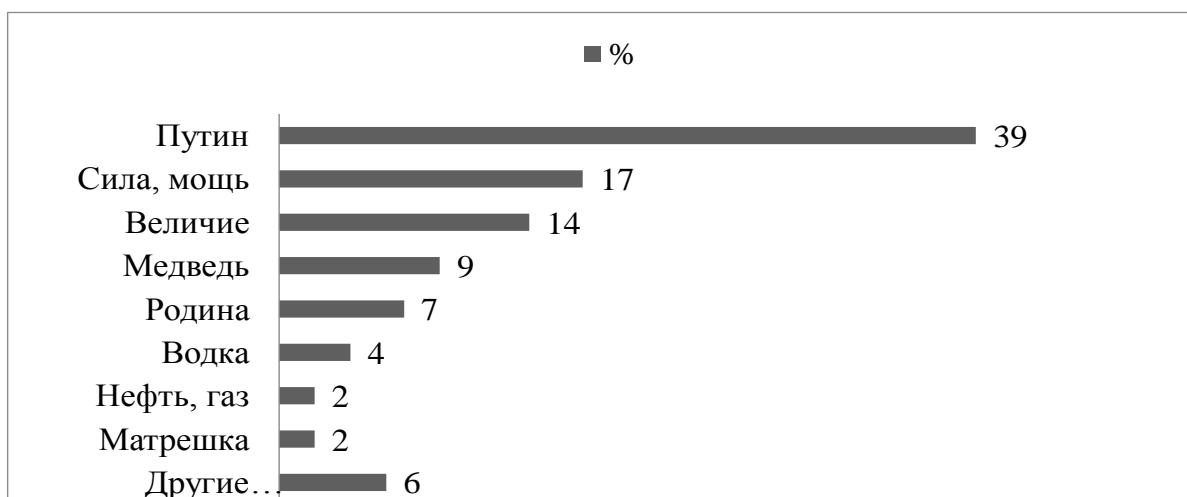


Рисунок 2 – Ответы на вопрос «Какая ассоциация возникает у Вас при слове «Россия»?», %

Результаты опроса продемонстрировали следующую картину: 39% опрошенных (78 чел.) олицетворяют Россию с ее президентом В.В. Путиным, что свидетельствует о важности сильного лидера для русского народа. С силой и мощью Россию ассоциируют 17% респондентов (34 чел.), 14% (28 чел.) – с величием, 9% (18 чел.) – с медведем и 4% (8 чел.) – с водкой. Родиной считают Россию 7% опрошенных (14 чел.). По 2% опрошенных (общее количество респондентов – 8 чел.) отдали свои ассоциативные предпочтения природным ресурсам (нефти, газу), а также национальному символу России – матрешке. 6% респондентов (12 чел.) предложили альтернативные варианты ассоциаций (бедность, предательство, дороги, холод и т.д.).

Изучение опыта успешных в данном аспекте стран (например, азиатских «тигров», Японии, Китая, США, Германии и т.д.) – качественная методологическая база для осуществления эффективного реформирования в странах с развивающимися рынками. Государство посредством своей инвестиционной политики должно:

1) способствовать развитию малого и среднего бизнеса, результатом чего станет процветание в странах с развивающимися рынками неотъемлемого атрибута экономически успешного государства – среднего класса, что решит проблему бедности и глубокой дифференциации доходов населения;

2) осуществить переход от добывающей, или рентной, экономики к инновационной, создать благоприятные условия для развития венчурного бизнеса;

3) осуществить переход от формальной борьбы с коррупцией к реальным действиям. Государство является единственным источником легитимного насилия, поэтому на него возложены не только функции антикоррупционного законотворчества и создания институтов по борьбе с коррупцией, которые в странах с развивающимися рынками носят номинальный характер, но и реального нивелирования данной институциональной ловушки (отслеживание

фактов коррупции, мгновенное реагирование на сигналы от населения, использование систем видеонаблюдения и прослушивания, проверка родственных связей у представителей государственной службы, пробация, реальное лишение свободы, конфискация имущества и т.д.);

4) реализовать полный переход к системе электронного правительства и принципу «одного окна», что минимизирует проблему бюрократии;

5) снизить налоговое бремя бизнеса и населения, сократить количество налогов;

6) реформировать образовательную систему (увеличение объема инвестиций в образование и науку, вовлечение образовательной системы в прикладные научные исследования, популяризация инженерно-технических профессий, сокращение количества коммерческих вузов, борьба с коррупцией с учебных заведениях и т.д.);

7) ужесточить механизмы государственного принуждения и наказания;

8) расширить спектр технических средств контроля (повсеместное использование камер видеонаблюдения, активизация использования детектора лжи для установления фактов преступлений и т.д.);

9) очистить и укрепить аутентичные неформальные институты (возрождение духовности, воспитание в молодежи уважения к труду и нетерпимости к nepoтизму, коррупции и т.д.).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Высокий уровень коррупции и бюрократизации, существенное снижение качества образования, несостоятельность государственного инфорсmenta, а также деградация неформальных институтов – основные причины экономической отсталости стран СНГ. Реализация вышеприведенных мероприятий, направленных на эффективное реформирование стран с развивающимися рынками, станет прочным методологическим фундаментом нивелирования неэффективных институтов (институциональных ловушек).

Список литературы

1. Лысенко Ю.Г., Стрижак А.Ю. Современная парадигма институциональных ловушек / Ю. Лисенко, А. Стрижак // Экономическая теория. – 2014. – № 4. – С. 48-60.

2. Рейтинг стран мира по уровню образования [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>

3. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы / В.М. Полтерович // Экономика и математ. методы. – 1999. – Т. 35, № 2. – 37 с.

4. Арзамасцев А.Д., Цветкова Г.С. Институциональные ловушки как модели взаимодействия формализованных и неформализованных институтов рынка / А.Д. Арзамасцев // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2012. – № 2. – С. 30-37.

5. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Часть III. Российское государство // Под редакцией Р.М. Нуреева. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», №212, часть III. Москва, Московский общественный научный фонд, 2010. – 224 с.

6. Веселов Д.А. Ловушка бедности в странах, богатых природными ресурсами / Д. А. Веселов; Гос. ун-т– Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. – 28 с.

7. Тертышный С.А. Бюрократия и коррупция как формы проявления институциональных ловушек в экономике России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3906>

8. Клейнер В.Г. Коррупция в России. Россия в коррупции. Есть ли выход? / Препринт. – М.: ЦЭМИ РАН, 2014. – 49 с.

УДК 339.137.2

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

М.В. Склепович,
канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «Донбасский
государственный технический
университет», г. Алчевск, ЛНР,
e-mail: drongo1231@gmail.com

EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF COMMERCIAL PROPOSALS OF ENTERPRISES OF HOTEL BUSINESS

M.V. Sklepovich,
Cand. Ekon. Sciences,
Associate Professor

GOU VPO «Donbass State Technical
University», Alchevsk, LPR,
e-mail: drongo1231@gmail.com

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в развитии теоретических основ управления конкурентоспособностью предприятий гостиничного бизнеса на основе изучения сущности и уровней формирования коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса, методов оценки их конкурентоспособности.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза (при исследовании сущности конкурентоспособности и определении понятия конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса); структурно-логический анализ и процессный подход (при выделении составляющих пирамиды увеличения ценности услуг предприятий гостиничного бизнеса с позиции потребителя); методы наблюдения и обобщения (при выявлении особенностей и условий развития предприятий гостиничного бизнеса), метод экспертного оценивания (при вычислении взвешивающих коэффициентов показателей конкурентоспособности коммерческого предложения).

Результаты. Рассмотрена сущность процесса оценки конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса в современных условиях. Обоснована необходимость оценки конкурентоспособности коммерческого предложения. Определены цели, представлены принципы, проанализированы методы оценки конкурентоспособности коммерческих предложений, которые предприятия гостиничного бизнеса выносят на рынок. Предложена модель увеличения ценности коммерческого предложения предприятий гостиничного бизнеса с позиции потребителя, а также научно-методический подход к оценке конкурентоспособности коммерческого предложения предприятий гостиничного бизнеса.

Научная новизна. Предложена модель увеличения ценности услуг предприятий гостиничного бизнеса с позиции клиента, которая позволяет расширить их границы до коммерческих предложений предприятий; представлены уровни коммерческих предложений услуг предприятий гостиничного бизнеса; предложен подход к оценке конкурентоспособности коммерческого предложения предприятий гостиничного бизнеса.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на оптимизацию управления конкурентоспособностью предприятий гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: предприятия гостиничного бизнеса, оценка конкурентоспособности коммерческих предложений, услуги, товары, методы, этапы, принципы оценки, подходы к оценке.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Формирование преимуществ предприятий гостиничного бизнеса в конкурентной борьбе для достижения эффективных результатов их работы в современных условиях осложняется необходимостью постоянно приспосабливаться к изменяющимся условиям рынка. Это требует поиска научно обоснованных концепций работы и развития данных предприятий, обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке за счёт не только гостиничной услуги как таковой, но и всего комплекса связанных с ней товаров и услуг, важных для клиентов, что в сочетании рассматривается как коммерческое предложение предприятий сферы услуг.

Оценивание конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса является неотъемлемым элементом деятельности предприятий. Общеизвестно, что невозможно эффективно руководить объектом или процессом, если не существует четкого представления о способах измерения его результатов. Вместе с тем проблема оценивания конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса имеет важный методический аспект, суть которого заключается в том, что обеспечение конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий существенно осложняется из-за отсутствия простой и удобной для практического использования методики оценивания ее уровня.

Поэтому вопрос оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса является актуальным.

Анализ последних исследований и публикаций. В научной литературе вопросу оценки конкурентоспособности предприятия уделено значительное внимание [1-8]. В частности, эта тема рассмотрена в работах М. Портера, А.Э. Воронковой, Р.А. Фатхутдинова, О.М. Тридид, Н.Н. Павлова, О.И. Ивановой, Е. Дихтля, О.А. Виноградова, Г.Н. Гриценко и др. Однако проблематика оценки конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия сферы гостиничного бизнеса в трудах учёных исследуется недостаточно.

Изложение основного материала исследования. Оценка конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия – это вид управленческой деятельности, который предусматривает сбор информации, наблюдение за состоянием, параметрами и характеристиками определенных объектов управления конкурентоспособностью предприятия с целью формирования информационной базы относительно уровня конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия и принятия обоснованных управленческих решений в данной сфере.

Под оценкой конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса следует понимать систему, которая обеспечивает сбор, аналитическую обработку и хранение информации относительно объектов оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса с помощью современных информационных технологий.

Основными этапами осуществления оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса являются проведение подготовительных мероприятий и сбор информации, обработка и систематизация полученных данных, оценка и анализ информации, прогнозирование исследуемых показателей и разработка эффективных управленческих решений, инструкций и рекомендаций по их внедрению на предприятиях гостиничного бизнеса.

Особенность работы успешных предприятий гостиничного бизнеса заключается в том, что она должна быть построена по принципу работы механизма. Работники этих предприятий должны вести себя так, как если бы они являлись составными частями слаженного механизма. Они работают посменно, приходят на работу в точно назначенное время, выполняют установленные заранее задачи, уходят на перерыв, возвращаются к назначенному времени, работают до окончания рабочего дня. Многие обязанности механистичны и однообразны. Поэтому работа напоминает поточное производство или «гостиничную фабрику», где люди заняты работой с клиентами, документами, управлением, обслуживанием, консультированием, клининговой деятельностью и т.д.

Предприятия гостиничного бизнеса не являются единственной сферой применения механистического подхода. Не сложно заметить, что на работу

механизма похожа деятельность всех успешных предприятий сферы услуг (салонов красоты, спа-салонов, кафе, ресторанов, гостиниц, фитнес-клубов и т.д.). Каждое действие работников распланировано поминутно, даже личные контакты. Работники обучаются работать с клиентами в соответствии с детальными инструкциями и каждое их действие контролируется. Приветствие, вежливость, улыбка, фразы, непринуждённые предложения часто оказываются элементами политики компании и хорошо отработаны, чтобы производить нужное впечатление. Соответственно нужно учитывать эти особенности предприятий гостиничного бизнеса, механистический характер их работы при проведении оценивания конкурентоспособности их коммерческих предложений.

Основными целями оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса являются:

- определение положения коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса на рынке среди конкурентов;
- прогнозирование доходов предприятий гостиничного бизнеса;
- обоснование принятия решения о расширении и создании новых подразделений предприятий гостиничного бизнеса, выборе контрагентов для совместной деятельности;
- поиск направлений повышения конкурентоспособности предприятия;
- определение базы для анализа конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия и изучения динамики;
- определение требуемых результатов процесса управления конкурентоспособностью коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса, которые учитываются при построении системы обеспечения конкурентоспособности.

Для достижения указанных целей целесообразно проводить оценку конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного с позиции клиентов данных предприятий с применением специального подхода. Кроме того, для построения метода оценки конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса следует применять методы аналитические группы, поскольку они позволяют использовать множество показателей адаптированных к сфере услуг гостиничного бизнеса. Например, за основу модели оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса можно применить модель М.М. Павлова, в которой потребители определяют и оценивают характеристики услуг и сопутствующих товаров [6]. Таким образом, формулу расчета уровня конкурентоспособности услуг можно представить в следующем виде:

$$Q_j = \sum_{k=1}^n p_k \cdot Y_{jk} , \quad (1)$$

где Q_i – оценка потребителями услуги j ;

p_k – важность характеристики k услуги j с позиции потребителя;

Y_{jk} – оценка характеристики k услуги j с позиции потребителя.

Модель основана на том, что каждая характеристика является желаемой, и чем выше ее оценка, тем лучше является уровень конкурентоспособности услуги.

Предложенные отечественными и зарубежными учеными-экономистами модели и методы оценки конкурентоспособности не учитывают, что на современном рынке услуг клиент по большей части пытается приобретать не только услугу как таковую, а весь комплекс связанных с ней других услуг и товаров, важных для него. Учет этих особенностей и характеристик дает возможность разработать новый подход к оценке конкурентоспособности услуг за счет расширения их характеристик к границам коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса.

Обобщив опыт современных подходов к оценке конкурентоспособности услуг, можно сформулировать ряд методических принципов оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса:

- интегральные и индивидуальные показатели должны формировать единую систему оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса;
- формирование индивидуальных показателей конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса целесообразно осуществлять с использованием эталонного метода;
- при оценке конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса для обеспечения большей достоверности полученных результатов необходимо учитывать значительное множество показателей;
- необходимо придерживаться принципа непрерывности поступления информации.

Теоретическая и практическая новизна проблемы оценки конкурентоспособности предложения предприятия гостиничного бизнеса предопределяет необходимость определения сущности, содержания процедуры и состава показателей оценки конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса.

С комплексом услуг (экскурсионные, спа-услуги, фитнес, ресторанное обслуживание и т.п.) предприятие гостиничного бизнеса может предложить покупателю комплекс товаров (например, обувь, одежда, сувениры и т.д.). В данном случае предприятие гостиничного бизнеса выступит одновременно как предприятие сферы услуг и как торговое или производственное предприятие. Следствием этого является дуальный характер коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса, что учитывает одновременно:

- нематериальные результаты работы в виде перечня предоставляемых услуг, их качественных и ценовых характеристик;
- материальные результаты работы в виде ассортимента товаров, их качественных и ценовых параметров.

- нематериальные результаты маркетинговой работы, к которым отнесены предложения по поощрению покупателей (акции, скидки), условия оплаты услуг, имидж предприятия и услуг, скорость и качество обслуживания заказов, доступность информации о предприятии и его услугах, предоставлении определенных консультационных услуг.

Сложное содержание и взаимосвязь выявленных материальной и нематериальной составляющих коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса создают новое синтетическое понятие «коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса», которое имеет многоуровневую структуру.

Следовательно, под «коммерческим предложением предприятия сферы услуг» следует понимать совокупность материальной и нематериальной составляющих услуг и товаров предприятий гостиничного бизнеса, отображающих соответственно его качественные и ценовые параметры, дополнительные услуги, товары и льготы, предоставление которых повышает ценность услуг предприятий гостиничного бизнеса для потребителя.

Иерархическая структура коммерческого предложения предприятия гостиничного бизнеса предложенная автором представлена на рисунке.



С – стоимость услуги; ЦН – ценность, назначение услуги; КП – качество услуг и товаров в предложении; СП – стоимость комплекса услуг и товаров в составе предложения; ПУ – привлекательность перечня услуг; УСП – привлекательность условий продажи комплекса услуг и товаров в составе предложения; УА – привлекательность условий продажи услуг у агентов (туроператоров); ДИ – доступность для клиентов информации про услуги предприятий гостиничного бизнеса; ИК – качество и способы консультирования потенциальных клиентов; ИУ – имидж услуг предприятий гостиничного бизнеса.

Рисунок 1 – Иерархическая структура коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса

В современной рыночной среде, которая характеризуется усилением конкуренции со стороны отечественных и иностранных компаний гостиничного бизнеса, появлением новых методов борьбы за потребителей с помощью маркетинга, логистики, услуги, которые предоставляют предприятия гостиничного бизнеса, органически объединилась в единое целое с условиями их оплаты, сопутствующими услугами и товарами, имиджем и доступностью информации о них. В этих условиях роль конкурентоспособности обособленной услуги отошла на второй план, наиболее важной стала роль конкурентоспособности предложения.

Основные параметры услуг и товаров, которые обеспечивают конкурентоспособность предложений предприятий, представлены в таблице.

Таблица 1 – Основные параметры услуг и товаров, которые обеспечивают конкурентоспособность коммерческого предложения предприятия

Параметры конкурентоспособности	Характеристики	
	услуга	товары
Технологические	Скорость обслуживания заказов потребителей. Качество обслуживания. Консультирование. Удобство обслуживания	Качество товара. Качество упаковки. Внешний вид. Срок годности. Стандартизация
Экономические	Ценовые характеристики	
	Стоимость. Дополнительные расходы. Услуги в кредит. Предложения по поощрению покупателей (скидки)	Цена. Затраты. Скидки. Снабжение в кредит
	Неценовые характеристики	
	Предложения по поощрению покупателей (акции). Доступность информации. Качество услуг. Время, необходимое на сервисное обслуживание	Функциональная полезность. Надежность. Долговечность. Технологичность. Предложения по поощрению покупателей (акции, реклама)
Социальные	Экологичность. Безопасность	Гарантия. Рациональность
Психологические	Имидж. Расположение. Вежливость. Коммуникабельность. Инициативность. Приветливость	Выразительность. Оригинальность. Гармоничность. Целостность. Соответствие моде. Соответствие стилю

Интегральный показатель оценки конкурентоспособности коммерческих предложений предприятий гостиничного бизнеса можно рассчитать по формуле

$$КП_{ПГБ} = \sum_{k=1}^n \frac{ИПЭП_k}{ИСЗП_k}, \quad (2)$$

где $КП_{ПГБ}$ – показатель конкурентоспособности предложений группы предприятий гостиничного бизнеса;

$ИПЭП_k$ – индекс интегрального полезного эффекта потребителя от предложения k -го предприятия, оценка проводится с помощью экспертов;

$ИСЗП_k$ – индекс суммарных затрат потребителя на приобретение предложения k -го предприятия;

n – количество предприятий в структуре гостиничного бизнеса. При необходимости в формуле можно использовать вес каждого предприятия в общем доходе.

Полезный эффект потребителя от предложения определяется полезностью материальной и нематериальной составляющей коммерческого предложения с позиции потребителя:

$$ИПЭП_k = \sum_{r=1}^m R_{rk} \cdot b_r = R_{1k} \cdot b_1 + R_{2k} \cdot b_2 + R_{3k} \cdot b_3 + \dots + R_{4k} \cdot b_4 + R_{5k} \cdot b_5 + R_{6k} \cdot b_6 + R_{7k} \cdot b_7, \quad (3)$$

где R_{rk} – групповой показатель конкурентоспособности предложения по r -му агрегированному показателю k -го предприятия;

b_r – коэффициент важности r -го агрегированного показателя конкурентоспособности предложения, который определяется с помощью интервьюирования экспертов;

r – номер агрегированного показателя конкурентоспособности коммерческого предложения, например, $r \in [1 \div 7]$;

m – количество агрегированных показателей конкурентоспособности предложения, например, $m = 7$.

При оценке конкурентоспособности коммерческого предложения предприятия суммарные расходы потребителя характеризуют общее коммерческое предложение предприятия с учетом всех ее составляющих и параметров. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности предложения предприятия и формирование соответствующих выводов основаны на сравнении значений характеристик предложения конкурирующих предприятий с эталонными значениями характеристик предложения.

Методический подход при соответствующей модификации может также применяться для оценки конкурентоспособности предложения предприятий других отраслей. Использование методических рекомендаций позволит получить информацию о конкурентных преимуществах предложения предприятия на рынке, возможных причинах выбора потребителями его услуг или услуг конкурентов и разработать меры по укреплению своих позиций на рынке.

В современных условиях для проведения оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного бизнеса необходимо сформировать специальную информационную систему, которая облегчит решение управленческих, экономических и административных задач на основе современных информационных технологий, специальных компьютерных программ и информационных систем, обеспечивающих оперативное движение потоков информации.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведение оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного бизнеса с применением современных методов обеспечит предприятию возможность получать более полную и достоверную информацию о позиции своих услуг и коммерческих предложений на рынке, своевременно разрабатывать и внедрять меры по повышению конкурентоспособности для достижения текущих и стратегических целей предприятия.

Список литературы

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. — М.: Изд-во «Центр экономики и маркетинга», 1996. — 208 с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монография] / А.Э. Воронкова. — 2-е изд., стереотип. — Луганск: Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2004. — 320 с.
3. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. — М.: Высшая школа, 1995. — 157 с.
4. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. — 2-е изд.; доп. и испр. — М.: Юрайт-М, 2001. — 224 с.
5. Павлов Н. Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара / Н. Н. Павлов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2004. — № 1(39). — С. 82–89.
6. Припотень В.Ю., Склепович М.В. Конкурентоспроможність комерційної пропозиції підприємства будівельної галузі. Монографія. — Нікополь: Вид-во «Ноулідж», 2016. — 206 с.
7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : [учебн. для вузов] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. — М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 1998. — 576 с.
8. Фасхиев Х. Оценка конкурентоспособности новой техники / Х. Фасхиев // Маркетинг. — 1998. — № 6. — С. 25–35.
9. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2002. — 892 с.

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЖИЛИЩНОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

М.Р. Тищенко, канд. наук гос. упр. ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», г. Макеевка, ДНР,
М.Н. Полухина, ассистент, e-mail: marinap1987@mail.ru
М.А. Соловьева, магистрант

THE MECHANISMS TO IMPROVE HOUSING SECURITY POPULATION

M.R. Tischenko¹, PhD., Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,
M.N. Polukhina, assistant, Makeevka, DPR,
M.A. Soloviova, master student e-mail: marinap1987@mail.ru.

Реферат

Цель. Рассмотреть существующие механизмы повышения жилищной обеспеченности населения и прийти к выводам о целесообразности их использования в сложившихся экономических условиях.

Методика. В процессе исследования использован логический анализ теоретических положений и нормативного регулирования жилищной обеспеченности, а также теоретические методы познания и синтеза информации.

Результаты. Представлены нормативные и организационные решения по повышению жилищной обеспеченности населения.

Научная новизна. Получили дальнейшее развитие систематизация механизмов повышения жилищной обеспеченности с учетом экономических и социальных условий развития региона.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы при разработке программ социально-экономического развития регионов и городов, а также целевых программ развития жилищного строительства и повышения жилищной обеспеченности населения.

Ключевые слова: рынок жилья, жилищное законодательство, государственные программы, жилищная обеспеченность, социальное жилье.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. На современном этапе социально-экономических преобразований в центре внимания находится жилищная сфера любого государства и вопросы ее реформирования. Жилищные проблемы государства, а также вопросы, связанные с механизмами и способами обеспечения граждан конституционным и моральным правом на жилье, важно решать на общенациональном уровне. Для этого необходимо совершенствовать жилищное законодательство, адаптировать его к условиям рыночной экономики; разрабатывать, утверждать и исполнять жилищные, целевые

региональные программы; содействовать разработке и внедрению новых методов в жилищном проектировании, строительстве, производстве энергосберегающих, экологически безопасных строительных материалов и оборудования. Острыми проблемами развития жилищного строительства и повышения жилищной обеспеченности населения являются достижение доступности жилья, устранение несоответствия развития рынка жилой недвижимости современным требованиям, обеспечение жильем социально незащищенных слоев населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению данной проблематике а именно, драйверам экономического роста жилищной обеспеченности посвящены работы таких исследователей, как Н.Б. Косарева, Т.Д. Полиди, А.С. Пузанов, В.М. Минц [1; 2]. Отдельные аспекты состояния рынка жилой недвижимости отображены в работах И.Д. Тургеля, А.А. Победина, В.Г. Зарецкой, Е.А. Коровиной [3; 4] и др. Среди украинских ученых развитие жилищного строительства исследуют А.Н. Асаул, М.К. Старовойтов, Р.А. Фалтинский, В.О. Поколенко, С.А. Ушацкий, О.А. Тугай [5; 6] и др. Авторы высказывают свое видение путей совершенствования процессов развития жилищного строительства.

Изложение основного материала исследования. В настоящее время рынок жилищной недвижимости является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов и выполняет существенную социальную задачу в удовлетворении потребности населения, а именно обеспечении жильем и улучшении жилищных условий населения. Вместе с тем его организационные особенности ярко выражены в социальной значимости проблемы обеспечения населения жильем как в региональном, так и в общенациональном масштабе.

Обеспеченность граждан жильем – это показатель успешной государственной политики, причем более значимый показатель, чем экономический рост государства.

Жилищная политика осуществляется государством и органами местного самоуправления в соответствии с направлениями социально-экономического развития страны с целью реализации прав граждан на жилье. В Украине такие вопросы регулируются следующими законодательными актами: «Конституция Украины», «Жилищный Кодекс Украины», Законы Украины «О жилищном фонде социального назначения», «О приватизации государственного жилищного фонда».

Правовое регулирование государством жилищного вопроса не является совершенным, поскольку отсутствует механизм последовательного осуществления указанных правовых норм, а также контроль их выполнения, прослеживается несоответствие нормативных актов друг другу.

В правовой системе жилищного законодательства Украины за последние 25 лет не произошло существенного обновления законодательных актов, регулирующих жилищные правоотношения на принципиально новых началах. Поэтому сегодня крайне актуальным вопросом является разработка и принятие нового жилищного законодательства.

Безусловно, основой для реформирования жилищного законодательства должна быть Конституция Украины. В частности, ст. 47 регламентирует, что государство создает условия, при которых каждый гражданин будет иметь возможность построить жилье, приобрести его в собственность или взять в аренду. Гражданам, нуждающимся в социальной защите, жилье предоставляется государством и органами местного самоуправления бесплатно или за доступную для них плату в соответствии с законом [7]. Для того чтобы избавляться от недостатков и злоупотреблений в сфере жилищного законодательства, необходимо менять сам механизм распределения и предоставления жилья.

Государство действительно обязано заботиться о благосостоянии собственных граждан, однако в рыночных условиях предоставлять жилье на бесплатной основе невозможно. Поэтому выбор эффективных механизмов повышения жилищной обеспеченности – сложная задача, решение которой позволит в полной мере говорить о выполнении государством своей социальной функции.

Ст. 9 Жилищного Кодекса Украины предусмотрено, что любой гражданин имеет право на получение бессрочного пользования в установленном порядке жилого помещения в домах государственного или общественного жилищного фонда [8]. Однако, согласно ст. 47 Конституции Украины такое право предоставляется только социально незащищенным слоям населения [7]. Произошло переплетение правовых норм, принадлежащих различным временным эпохам общественного развития, что также указывает на проблему несоответствия жилищного законодательства. Поскольку Жилищный кодекс не менялся практически 20 лет, он направлен на социалистический механизм решения жилищной проблемы и нагромождение жилищной очереди. Это требует немедленной корректировки данного нормативного акта.

Учитывая вышесказанное, для решения этой проблемы прежде всего следует принять меры по созданию надлежащей законодательной базы, нормы которой будут способны регулировать уровень общественных отношений, сложившихся в государстве сегодня. Также в новом Жилищном кодексе Украины необходимо обратить внимание на финансовые механизмы решения жилищной проблемы. Жилищный кодекс должен отражать перспективу минимум на 25 лет вперед и очень четко определять роль в реализации новой жилищной политики государства, органов местного самоуправления, населения и бизнес-структур.

Сегодня важно учитывать коэффициент доступности жилья для населения Украины. В нынешних условиях жизни, отдавая все заработки на приобретение жилья, средний украинец при существующем размере средней заработной платы сможет им обзавестись: в Киеве – через 32 года, Львове – 25, Запорожье – 20 лет. Разница в количестве лет обусловлена разрывом между реальным спросом и стоимостью жилья в различных регионах, который также должен быть ликвидирован [9, с. 4].

Важнейшей проблемой является отсутствие в Украине институтов, регулирующих порядок работы в сфере социального жилья. Необходимо четко обозначить: кто будет определять, какие именно лица будут иметь право на получение жилья; как будет решаться вопрос с выселением жителей, которые уже не соответствуют критериям льготной категории; какие механизмы ликвидируют коррупцию в этой сфере.

Одной из задач, способствующих повышению уровня жизни населения, является процесс формирования политики жилищного строительства на региональном уровне, который требует рационального использования экономического, человеческого, ресурсного потенциала регионов.

Крайне сложным является решение вопроса получения жилья молодыми семьями, которые имеют небольшой доход. В настоящее время уровень обеспеченности молодежи жильем в Украине является очень низким: только 33% молодых семей живут в отдельных квартирах, 11% – в коммунальных, 14% снимают квартиры, 10% живут в общежитиях, 1% – в неблагоустроенных помещениях. Около 31% молодых семей вообще не имеют собственного жилья. Более 800 тыс. молодых семей Украины нуждаются в улучшении жилищных условий, вместе с тем именно в этих семьях рождается до 80% детей [10]. Согласно официальной статистике только 1,5% из тех, кто находится на жилищном учете, ежегодно получают квартиры. Более 400 тыс. семей нуждаются в социальном жилье. Следовательно, низкий уровень обеспечения жильем граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, согласно законодательству остается одной из самых острых социальных проблем в Украине [15, с. 175-180].

Сегодня государство не имеет руководящих функций в сфере строительства жилья. Оно лишь предоставляет разрешения и лицензии предприятиям строительного бизнеса. Поскольку отсутствует надлежащая законодательная и нормативная базы в пользу потребителей за качество, сроки и т.д., государство не может требовать от данных предприятий соответствующих гарантий за качество конечного товара для потребителей.

Законом Украины «О предотвращении влияния мирового финансового кризиса на развитие строительной отрасли и жилищного строительства» от 25.12.2008 г. предусмотрено, что государственная поддержка строительства доступного жилья заключается в уплате 30% стоимости строительства или приобретения доступного жилья и предоставлении строительным компаниям кредитов на завершение начатого строительства, финансирование которых будет производиться за счет Стабилизационного фонда [11].

На сегодняшний день в сфере жилищного строительства существует достаточно проблем, таких как: несогласованность нормативно-правовой базы в сфере строительства; дефицит квалифицированных кадров на многих предприятиях строительной отрасли; недостаточный объем жилой площади на душу населения; рост цен на жилье; недостаток финансовых ресурсов местных бюджетов для финансирования нового строительства и реконструкции жилья; отсутствие жилья, которое может быть предоставлено в случае внезапной

потери собственного (в результате пожара или других форс-мажорных обстоятельств) [12].

Для решения существенных проблем в сфере функционирования жилищного фонда необходимо согласование действий органов государственной власти всех уровней, органов местного самоуправления, а также адаптация общих принципов и целей к конкретным условиям их реализации. Большое значение для развития жилищного строительства имеет разработка и утверждение комплексных региональных программ, которые будут направлены на увеличение объемов молодежного жилищного строительства, с четким представлением информационно-аналитических материалов о результатах реализации таких программ и принятых мероприятиях со стороны координаторов. После строительства социального жилья особое внимание должно уделяться созданию децентрализованной системы, которая будет отвечать за содержание и улучшение жилья. Такая система даст возможность проводить научный поиск с целью дальнейшего совершенствования планировочных решений квартир и улучшения имущественного менеджмента.

Актуальным вопросом является фиксация и постепенное снижение ставки по ипотеке как основы формирования рынка доступного жилья. В результате изучения европейской практики установлено, что государство использует поддержку застройщиков, а не банков. При этом процент по ипотеке не превышает 3-5% годовых. Кроме того, одним из критериев эффективности является привязка к национальной валюте и независимость от колебания курса доллара. Длительность кредита не может составлять менее 10 лет.

Государственной поддержки требует и повышение инвестиционной привлекательности жилищного строительства для частного инвестора. На законодательном уровне должны быть упрощены административные процедуры согласования новых строительных проектов, получения разрешительной документации и контроля над осуществлением строительства жилых домов. Для обеспечения своевременного завершения и сдачи в эксплуатацию строящихся объектов (при необходимости передачи незавершенных строительных объектов эффективным застройщикам) необходимо внедрение экономических рычагов. Важнейшими вопросами являются реализация эффективной антимонопольной политики на рынках стройиндустрии, реформирование, перепрофилирование или закрытие нерентабельных бесперспективных производств с учетом социальных последствий.

Особое внимание следует обратить на переход к современным эффективным и энергосберегающим архитектурно-строительным системам; обеспечение потребности жилищного строительства в качественных, экологически чистых, современных по дизайну видах продукции и материалах, которые отвечают по ассортименту и номенклатуре платежеспособному спросу различных слоев населения как на элитное жилье, так и на качественное жилье для граждан с невысокими доходами.

На уровне местного самоуправления должны быть созданы условия для увеличения объёмов жилищного строительства, пополнения фонда социального и специализированного жилья, повышения качества услуг по содержанию жилищного фонда, поддержки в надлежащем состоянии объектов коммунального хозяйства [13].

3 сентября 2005 г. Кабинет Министров Украины утвердил Концепцию Государственной программы «Социальное жилье». В концепции указано, что почти третья часть населения Украины проживает в непригодных для этого помещениях, общежитиях, старых и устаревших зданиях, а более 76% граждан получают доходы меньше прожиточного минимума и соответственно могут претендовать на получение социального жилья.

В сложившейся ситуации государство не в состоянии ликвидировать или значительно уменьшить очереди на получение жилья. Всего 1,5-2% семей, состоящих на квартирном учете, имеют возможность улучшить свои жилищные условия бесплатно или за доступную плату. Количество граждан, которые будут в состоянии за собственные средства улучшить их, может увеличиться после осуществления реформы системы оплаты труда, соответственно уменьшится количество граждан, нуждающихся в социальном жилье.

Для решения данной проблемы государство должно стать активным субъектом рынка жилья, создать систему институтов и инструментов, стимулирующих развитие ипотечного жилищного рынка, а также обеспечивающих его стабильное функционирование, что будет продвигать развитие экономики Украины в перспективное будущее.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Рассмотренные механизмы повышения жилищной обеспеченности населения свидетельствуют о недостаточности внимания со стороны государства к решению жилищной проблемы. Установлена потребность в реформировании жилищного законодательства, которое должно быть адаптировано к рыночной экономике, нормы которого будут способны регулировать уровень общественных отношений, сложившихся в государстве на сегодня. Повышение доступности жилья, поддержка в надлежащем состоянии существующего жилищного фонда, социальная поддержка жилищной обеспеченности молодых семей, прозрачность жилищных отношений – важные направления государственной жилищной политики, требующие разработки и внедрения современных механизмов государственного регулирования.

Список литературы

1. Косарева Н.Б., Полиди Т.Д., Пузанов А.С. Основные тенденции жилищной экономики российских городов // Городские исследования и практики. 2015. № 1. С. 33-54.
2. Минц В. Вечный квартирный вопрос // Эксперт. - 2000. - N 12.- С.18-23.
3. Тургель И.Д., Победин А.А. Новые финансовые инструменты внутрирегионального выравнивания социально-экономического развития муниципальных образований: опыт применения и оценка эффективности // Финансы и кредит -2007г.,N 41. - С.15-22.

4. Зарецкая В.Г., Коровина Е.А. Многомерный корреляционно-регрессионный анализ зависимости объемов ипотечных кредитов от факторов макроэкономического развития // Финансы и кредит -2007г., N 36. - С.12-17.
5. Управление затратами в строительстве / А.Н. Асаул, М.К. Старовойтов, Р.А. Фалтинский: под ред. д.э.н., проф. А. Н. Асаула. – СПб: ИПЭВ, 2009. -392с.
6. Поколенко В.О. Інноваційні концептуальні та формально-аналітичні інструменти обґрунтування, підготовки та впровадження будівельних інвестиційних проєктів: монографія / В.О. Поколенко, С.А. Ушацький, О.А. Тугай, Г.В. Лагутін, Н.О. Борисова, О.С. Рубцова. – К.: Вид-во Європейського університету, 2008. – 208 с.
7. Конституция Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254>.
8. Жилищный Кодекс Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://meget.kiev.ua/kodeks/zilishniy>.
9. Львов В. Є. Правові аспекти вирішення житлової проблеми в Україні / В.Є. Львов, О.О. Коляда // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2008. - Вип. 34. - С. 132-144.
10. Вакуленко В.М. Механизм реализации государственной политики регионального развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.RGD.org.ua.
11. Закон Украины «О предотвращении влияния мирового финансового кризиса на развитие строительной отрасли и жилищного строительства» от 25.12.2008 № 800-VI.
12. Государственная региональная политика Украины: особенности и стратегические приоритеты. Монография / Варалей З.С., Воротин В.Е., Кульбида В.С / Киев НИСД, 2007.
13. Губани Г.Г. Интегральное оценивание результатов социально-экономической деятельности в регионах Украины: Институт регионального исследования НАН, Львов, 2006.
14. Министерство регионального развития, строительства и жилищно-коммунального хозяйства Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.minregion.gov.ua/>
15. Відтворення економічного потенціалу житлового будівництва: теорія, методологія, практика : [монографія] / В.Г. Сєвка. – Макіївка: ДонНАБА, 2013. – 359 с.

HR-БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.В. Ульяницкая,
канд. экон. наук, доцент,
А.С. Ачкальда, аспирант

ГОУ ВПО «Донбасский государственный
технический университет», г. Алчевск,
ЛНР, e-mail: foxfred@ukr.net

HR-BRANDING AS A TOOL FOR IMPLEMENTATION OF THE HUMAN RESOURCES POLICY OF THE ENTERPRISE

O.V. Ulyanickaya,
Cand. Ekon. Sciences,
Associate Professor,
A.S. Achkalda, postgraduate

GOU VPO «Donbass State Technical
University», Alchevsk, LPR,
e-mail: foxfred@ukr.net

Реферат

Цель. Рассмотреть теоретико-методологический аспект HR-брендинга, провести сравнительный анализ определения «HR-брендинг», выявить преимущества использования технологии HR-брендинга, проанализировать комплексность подхода к системе HR-брендинга на предприятии; акцентировать внимание на важности и перспективности изучения и развития данного направления как инструмента реализации кадровой политики предприятия.

Методика. В процессе исследования использованы общенаучные методы: теоретическое обобщение (при определении места HR-брендинга в кадровой политике предприятия); анализ, как общегосударственный метод (при рассмотрении комплексного подхода к системе HR-брендинга на предприятии); метод сравнения и синтеза (при уточнении понятия «HR-брендинг»).

Результаты. Исследованы сущность и значение применения технологии HR-брендинга, определены преимущества наличия практики HR-брендинга в организации, проанализирован комплексный подход к системе HR-брендинга на предприятии, предложено применение технологий аутстаффинга и краудстаффинга в рамках формирования HR-брендинга.

Научная новизна. Получили развитие теоретические положения по формированию HR-брендинга.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на оптимизацию управления процессом формирования HR-брендинга.

Ключевые слова: HR-брендинг, кадровая политика, человеческие ресурсы, конкурентоспособность, имидж, рынок труда, рабочая сила, краудстаффинг, аутстаффинг.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В современных социально-экономических условиях одним из главных ресурсов любого предприятия является персонал. Именно от

уровня профессионализма работников зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Все большее количество работодателей приходят к тому, что необходимо системно и продуманно работать с персоналом, вкладывать деньги в его развитие. Однако в период экономической нестабильности многие предприятия вынуждены сокращать затраты, связанные с персоналом (увольнять работников, уменьшать заработную плату, отменять социальные пакеты и т.д.), а это значит, что на первый план должны выходить другие, неценовые способы сохранения и привлечения кадров. Также не следует забывать о сложной демографической ситуации, усиленной эмиграции рабочей силы и других социальных процессах, создающих проблему дефицита квалифицированных кадров. Именно в таких условиях на рынке труда особое внимание уделяется тому, какое мнение формируется о работодателе. Таким образом, важным преимуществом предприятия становится сильный HR-бренд.

HR-брендинг – это создание компанией имиджа отличного работодателя, для того чтобы привлечь и удержать лучших сотрудников, а также повысить эффективность их труда.

Привлекательный HR-бренд помогает сократить стоимость и время подбора персонала, привлечь квалифицированных специалистов, снизить затраты на адаптацию и обучение персонала, направить сэкономленные средства на новые программы по работе с сотрудниками. Сегодня эффективный кадровый менеджмент и внутренний PR играют все большую роль в развитии и прибыльности бизнеса, поэтому HR-брендинг является актуальным и необходимым.

Анализ последних исследований и публикаций. В основном вопросами формирования и реализации HR-бренда занимаются непосредственно специалисты практического менеджмента, выявляя проблемы, недостатки и преимущества, разрабатывая инструментарий по технологии применения HR-брендинга, основываясь на интуиции, текущей ситуации и личном опыте. И только относительно недавно HR-брендинг стал предметом внимания академических исследований ученых. Среди зарубежных авторов, которые исследуют данную проблематику, можно отметить таких как Л. Хорсней, Л. Пин, С. Бэрроу, Т. Амблер, Л. Сартейн, Б. Минчингтон, Д. Аакер, Э. Йохимштайлер, Т. Питерс, Дж. Гуднайт, Р. Саттон, Ли Яккока. Среди российских исследователей – О. Балашова, О. Бруковская, Н. Осовицкая, Е. Грязнова, украинских – О. Сардак, А. Пасека и др.

Изложение основного материала исследования. Одним из основных условий дальнейшего движения общества по пути реформ является эффективная кадровая политика на всех уровнях управления.

В современном менеджменте человеческие ресурсы рассматриваются как один из основных источников конкурентных преимуществ организации, поэтому необходимо выстраивать и постоянно совершенствовать системы управления персоналом, согласовывая задачи и содержание кадровой политики с целями, стратегией и постоянно изменяющейся структурой организации.

Кадровая политика должна в полной мере отражать новые исторические условия развития общества. Одной из основных проблем формирования кадровой политики в условиях сегодняшней социально-экономической ситуации в нашей стране является дисбаланс между спросом и предложением на специалистов определенной квалификации и профессии. На современном рынке труда сложилась противоречивая ситуация: с одной стороны, все больше молодых людей получают высшее образование, заканчивая, в том числе престижные вузы, с другой – работодатели отмечают недостаток высококвалифицированной рабочей силы. Все организации с прогрессивной системой управления персоналом вступили в борьбу за таланты. Менеджеры по персоналу и руководители отмечают, что именно компетентный персонал способствует развитию организации и продвижению ее в конкурентной среде. Поэтому одной из приоритетных задач организации является привлечение и удержание таких специалистов. Один из богатейших людей мира, предприниматель, основатель и руководитель компании SAS, Дж. Гуднайт отмечает: «Каждый вечер 95% всех людских активов моей компании разъезжаются по домам. Моя задача – создать такие условия труда, чтобы на следующее утро у всех этих людей возникло желание вернуться обратно. Креативность, которую они приносят в компанию, создает конкурентное преимущество» [14].

Задача команды из руководителей и HR-менеджеров – сделать так, чтобы при выборе места работы соискатель даже не рассматривал другие варианты, а те сотрудники, которые уже работают в организации, считали ее самым престижным и лучшим местом работы, не задумываясь о смене работодателя.

Практики в области управления персоналом доказали, что одним из важных направлений в работе современных организаций является HR-брендинг. Это мощный стратегический инструмент, который помогает эффективному управлению персоналом в том числе нанимать высококвалифицированных специалистов, не тратя на процесс найма значительные средства и не оставляя вакантную должность свободной надолго, так как кандидаты сами придут в организацию, зная, что их будут ценить и создавать все условия для продуктивной работы. HR-бренд организации помогает задавать некий уровень требований и стандартов к профессиональным навыкам сотрудников организации и будущим кандидатам, позволяя до стадии собеседования отсеять неквалифицированных специалистов.

Все большее количество предприятий и организаций признают HR-брендинг необходимым инструментом, способным вывести организацию на новый уровень и открыть новые возможности для ее развития. Об этом свидетельствуют результаты исследования, проведенного Международным кадровым порталом HeadHunter в июле 2017 г. (база – 129 предприятий):

- 14% развивали HR-брендинг последние два года и продолжают развивать в 2017 г.;
- 13% развивали HR-брендинг в 2016 г. и продолжают развивать в 2017 г.;

- 42% не развивали HR-брендинг в 2016 г., но развивают в 2017 г.;
- 31% никогда не развивали HR-брендинг и пока не планируют развивать [12].

По статистическим данным Employer Brand Statistics (2016 г.): 72% опрошенных во всем мире компаний малого и среднего бизнеса согласились, что HR-брендинг оказывает существенное влияние при выборе работы соискателем; 39% компаний считают HR-брендинг длительной перспективой, на которой следует сосредоточиться в будущем; 55% респондентов имеют активную стратегию работодателя; 59% готовы инвестировать средства в разработку и продвижение HR-брендинга [11].

Из приведенной информации следует, что заинтересованность работодателей в формировании своего положительного имиджа возрастает с каждым днем.

В табл. 1 представлены определения категории «HR-брендинг».

HR-брендинг – это комплексная работа организации по созданию конкурентных преимуществ по всем направлениям кадровой политики, с целью привлечения талантливых, нацеленных на развитие специалистов.

Таблица 1 – Анализ определений понятия «HR-брендинг» с позиции разных ученых

Автор	Определение
S. Lloyd [2]	Совокупность усилий компании по взаимодействию с существующими и потенциальными сотрудниками, которое делает её привлекательным местом работы
G. Martin, P. Beaumont [3]	Активное управление имиджем компании в глазах партнёров, потенциальных сотрудников
Р.Е. Мансуров [4]	Комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя с целью постоянного привлечения лучших специалистов в своей отрасли
С. Бэрроу (1990 г.) [6]	Предложил использование маркетинговых инструментов не только для решения кратковременных задач, например, набора персонала, но и для создания более устойчивой концепции компании как идеального рабочего места
Т.Амблер и С. Бэрроу (1996 г.) [1]	Набор функциональных, экономических и психологических преимуществ, предоставляемых работодателем и отождествляемых с ним
Л. Сартен и М. Шуманн [10]	То, как бизнес выстраивает и преподает свою индивидуальность, его происхождение и ценности, те, которые он обещает предоставить, чтобы объединить работников с компанией эмоционально.
Baruch (2004 г.) [5]	Новая форму психологического контракта, в которой работодатели обеспечивают работников необходимыми навыками и профессиональным развитием в обмен на старание и гибкость. HR-брендинг используется для рекламы преимуществ, которые предлагает работодатель, включающие обучение, карьерные возможности, личностный рост и развитие.
Н. Осовицкая [8]	Образ вашей компании как хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц (нынешние и бывшие сотрудники, кандидаты, клиенты, акционеры и др.);

Автор	Определение
	набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к вашей компании; способ, которым вы формируете идентичность вашего бизнеса, начиная с базовых основ и ценностей и заканчивая тем, как вы доносите ее до всех заинтересованных лиц
О. Бруковская, Н. Осовицкая [7]	Совокупность содержательных и коммуникативных характеристик, направленных на достижение долгосрочного преимущества в области привлечения, использования и удержания квалифицированного персонала
Б. Минчингтон [9]	Образ организации как замечательного места для работы с точки зрения сотрудников, клиентов, и потенциальных кандидатов на рынке труда

Работу по HR-брендингу должны осуществлять не только сотрудники отдела по работе с персоналом, но и подразделения маркетинга, связей с общественностью, директор организации и все руководители. Работа по созданию HR-бренда требует знаний в области маркетинга и PR, так как HR-бренд надо не только создать, но и грамотно преподнести, внедрять и продвигать на протяжении всего срока существования организации не только во внутренней, но также и во внешней среде.

Преимущества наличия практики HR-брендинга в организации по направлениям кадровой политики сформулированы в табл. 2.

Таким образом, HR-брендинг – это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию имиджа предприятия как привлекательного работодателя, а также набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к компании. Важной деталью HR-брендинга является наличие внутренней и внешней составляющих. Внутреннюю составляющую HR-брендинга формируют HR-процессы, их эффективность и результативность. Внешнюю составляющую формирует информация на рынке труда о предприятии.

Модель HR-брендинга предусматривает создание бренда организации как работодателя, основываясь на самых сильных сторонах предприятия и ценностях сотрудников, а также дальнейшее проникновение бренда во все уровни организации. Сущность же его заключается в том, что сотрудники становятся наиболее эффективным способом донесения позитивной информации о предприятии до конечных потребителей. В связи с этим важно понимать, что HR-бренд непосредственно влияет на репутацию работодателя, отражаясь на каждом этапе управления персоналом.

Таблица 2 – Преимущества наличия практики HR-брендинга в организации

Направление кадровой политики	Преимущества кадровой политики при наличии HR-брендинга
Подбор персонала	Сокращение финансовых и временных издержек на привлечение потенциальных сотрудников, увеличение количества претендентов на одно вакантное место, кандидатов с необходимыми для организации качественными характеристиками и уменьшение количества неподходящих организации кандидатов
Адаптация	Снижение уровня социально-психологического напряжения в процессе адаптации нового сотрудника, что способствует снижению вероятности его ухода в период испытательного срока или после него, а также уменьшению периода адаптации
Мотивация	Возможность снизить денежные затраты на материальное вознаграждение, а также не удерживать персонал только за счет высокого уровня заработной платы; повышение уровня мотивации персонала; повышение уровня лояльности персонала
Оценка	Процесс оценки принимается сотрудниками без сопротивления; процент сотрудников, получивших нежелательные результаты, снижается до минимума, негативные результаты оценки воспринимаются как проблемные зоны, над которыми надо работать, и организация в этом поможет
Обучение	Процесс обучения воспринимается не как обязанность, а как возможность развиваться; обучение становится прозрачным и открытым, а обратная связь после обучения – более продуктивной
Кадровый резерв	Формирование кадрового резерва, быстрое закрытие вакантной должности квалифицированным специалистом

Исследуя HR-бренд в системе кадрового управления и рассматривая человеческий ресурс как главный актив любого предприятия, следует исходить из того, что эта система может наращивать свою стоимость и качество, а соответственно влиять на стоимость других активов предприятия, формировать своими действиями общий имидж организации во внешней среде. Поэтому HR-бренд следует рассматривать как комплексную систему, которая оказывает влияние на все составляющие кадрового управления в рамках осуществления эффективной кадровой политики (см. рисунок) [13].

В зависимости от преследуемых целей предприятия, в рамках формирования HR-брендинга, в качестве одного из его направлений предлагается использование таких новых технологий, как аутстаффинг и краудстаффинг.

Аутстаффинг представляет собой комплекс мер, направленных на использование персонала вне штата, т.е. возможность использования рабочей силы другого предприятия. Аутстаффинг, в первую очередь, направлен на оптимизацию деятельности предприятия и снижение издержек. К основным преимуществам относятся: снижение объема работ кадровой службы, уменьшение затрат на заработную плату и связанных с ней выплат, повышение гибкости управления персоналом, разделение ответственности.

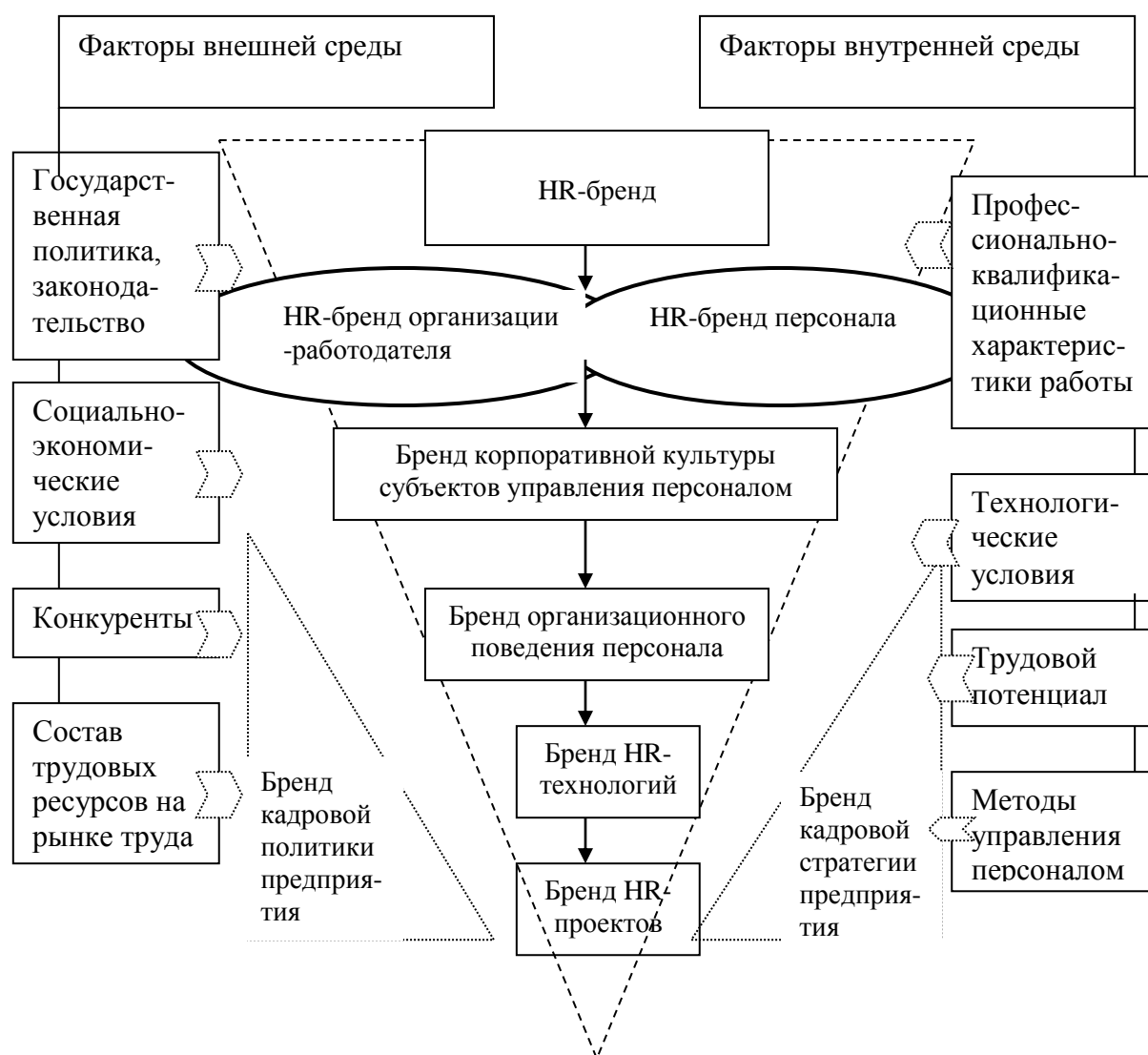


Рисунок 1 – Комплексный подход к системе HR-брендинга на предприятии

Краудстаффинг – это технология по привлечению к работе в компании людей, которые проявляют высокую лояльность к бренду. Очень часто они работают не за заработную плату, а за другие привилегии: присвоение статуса VIP-клиента, возможность принимать участие в потребительских исследованиях и тестировании новых продуктов, получение скидок и бонусов, которые недоступны обычным потребителям. Краудстаффинг может быть полезен предприятию по двум причинам:

первая – экономия на затратах на персонал – выплачивать заработную плату таким людям не нужно, а предоставление скидок и бонусов на свою же продукцию в любом случае выйдет компании дешевле;

вторая причина гораздо глубже и серьезней – сотрудники, которые работают по принципу краудстаффинга, исполняют роль евангелистов бренда.

Маркетинговый евангелизм – это настолько сильная преданность бренду, что клиент не просто советует другим использовать определенный продукт, а делает это очень убедительно и практически от лица компании. У каждого

известного бренда есть такие клиенты, и любой компании выгодно направлять их преданность продукту в нужное для бизнеса русло.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Для сохранения своего имиджа и конкурентоспособности руководство предприятий и организаций стремится повышать требования к уровню профессионализма будущих кандидатов на должности, чем оказывает влияние на развитие кадрового потенциала предприятия и задает направление вектора кадровой политики.

Кадровая политика организации определяет цели, связанные с отношением этой организации к внешнему окружению (рынок труда, взаимоотношения с государственными органами и неправительственными организациями), а также цели, связанные с отношением организации к своему персоналу (участие в управлении, стиль руководства, совершенствование системы профессионального обучения, мотивация, социальные вопросы и т.д).

С каждым днем в среде менеджмента растет понимание необходимости применения инновационных технологий в бизнесе не только для того, чтобы нарастить промышленный потенциал и увеличить прибыльность предприятий, но и для повышения своей репутации в общественной среде. Это означает, что бренд работодателя сегодня ориентирован и на работу с репутацией компании как работодателя, и на формирование реальной рабочей силы, а не просто представлений о ней.

Кадровая политика сегодня должна «уметь» удерживать ценного работника не только финансовыми стимулами, но и создавая условия, от которых он будет получать эмоциональное удовлетворение. Поэтому необходима технология, которая была бы связана с созданием позитивного имиджа организации как работодателя для привлечения, использования, развития и удержания эффективно работающих кадров. На предприятиях важно формировать систему, которая поможет создать образ компании – хорошего работодателя с престижными рабочими местами. Именно такой является технология HR-брендинга, удовлетворяющая профессиональным и психологическим требованиям и являющаяся актуальной сегодня.

Список литературы

1. Ambler T., Barrow S. The employer brand / The Journal of Brand Management. 1996. Vol. 4. P. 185—206.
2. Lloyd S. Branding from the inside out (англ.) // Business Review Weekly : журнал. — 2002. — Vol. 24, no. 10. — P. 64—66.
3. Martin G., Beaumont P. Branding and People Management : what's in a name? — London: Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), 2003. — P. 38. — (CIPD Research Report).
4. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала // Изд-во «БХВ-Петербург», СПб.: 2011г.
5. Baruch, Y., Managing Careers: Theory and Practice / Prentice-Hall, Harlow, 2004.

6. Barrow S. Turning recruitment advertising into a competitive weapon : paper delivered at the CIPD Annual Conference. — Harrogate: Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), 1990.
7. Бруковская О., Осовицкая Н. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании – СПб.: Питер, 2011
8. Бруковская О., Осовицкая Н. Как построить HR-бренд вашей компании. 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя . — СПб .: Питер, 2010
9. Bratt Minchington. Your Employer Brand: Attract, Engage, Retain - CLA, Collective Learning Australia, 2006 -232p.
10. Sartain, L. and Schumann M., Brand From the Inside: Eight Essentials to Emotionally Connect Your Employees to Your Business. - San Francisco: John Wiley & Sons, 2006. — 272 p.
11. Интернет ресурс// Код доступа: https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
12. Интернет ресурс// Код доступа:<https://hhcdn.ru/file/16480569.pdf>
13. Электронный ресурс: Чернишова Л.І. , Ілінчук М.В. Комплексність питання успішності hr-брендінгу в кадровому управлінні на підприємствах// III Міжнародна науково-практична конференція «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств»// Код дуступа: https://economics.opu.ua/files/science/form_ek_rozv/2017/98.pdf
14. Электронный ресурс: Разработчик самого первого модуля программного обеспечения SAS // Код доступа: http://www.peoples.ru/undertake/soft/james_goodnight/.

УДК 330.342

СЛОЖНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ: МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

М.В. Фомина,
д-р экон. наук, профессор,
Е.В. Стельмашенко,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: miss.profess@mail.ru

COMPLICATED ECONOMIC SYSTEMS: METHODOLOGY OF RESEARCHING AND MANAGEMENT

M.V. Fomina,
Doctor of Economics, Professor
E.V. Stelmashenco,
Candidate of Economics,
Associate Professor

CO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after
Mykhayilo Tugan-Baranovsky», Donetsk,
DPR, e-mail: miss.profess@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является исследование вопросов усовершенствования методологии экономической науки для обоснования

возможных путей и принципов данного усовершенствования на основе элементов теории хаоса и когнитивного концептуального подхода.

Методика. В исследовании использован системный метод научного познания, в соответствии с которым все экономические процессы и явления проанализированы во взаимосвязи, взаимозависимости, развитии. Кроме того, применены методы анализа и синтеза, системно-исторического анализа, системно-синергетического и когнитивный подходы.

Результаты. Тектонические изменения в экономической сфере жизнедеятельности человека не просто не вписываются в традиционные теоретические модели и представления, а по сути разрушают их. В связи с этим возникает потребность в глубоком переосмыслении устоявшихся взглядов на результаты социально-экономического развития общества, места и роли человека в новой реальности. Исходя из вышеизложенного, проблемы жизнедеятельности человека в условиях перехода от традиционных форм к новым, зарождающимся в рамках так называемой постиндустриальной или информационной экономики требуют дополнительного исследования и изучения.

Дополнительные возможности для исследования особенностей функционирования сложных экономических систем видится в применении теории хаоса и когнитивного концептуального подхода. Детальный их анализ позволил выделить и обосновать методологические принципы, которые позволяют глубоко изучить эволюционно-трансформационные процессы в сложных экономических системах и выделить главные закономерности их развития.

Научная новизна. Анализ современных тенденций развития сложных социально-экономических систем позволил выявить направления усовершенствования методологии их исследования и подходов к управлению. В работе предложена система методологических принципов исследования и управления сложными экономическими системами, разработанная на основе отдельных элементов теории хаоса и когнитивного концептуального подхода.

Практическая значимость. Предложенные в статье положения, обобщения, выводы имеют теоретическое и прикладное значение. Комплексное исследование эволюции социально-экономических систем и трансформации методологических принципов их исследования могут стать базисом для формирования механизма эффективного управления общественно-экономическим развитием.

Ключевые слова: сложная социально-экономическая система, методология исследования, методологические принципы, теория хаоса, когнитивный концептуальный подход.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Развитие современных социально-экономических систем происходит стремительными темпами. Все мы являемся свидетелями и участниками тектонических изменений в экономической сфере

жизнедеятельности человека, которые не просто не вписываются в традиционные теоретические модели и представления, а по сути разрушают их. Можно привести несколько примеров в подтверждение данного тезиса. Во-первых, «студенческие забавы» в кратчайшее время превращаются в ведущие транснациональные корпорации, а их участники – в мультимиллиардеров (твиттер, фейсбук). Во-вторых, в ряде стран (Япония, Южная Корея) распространяется практика кредитно-депозитных операций с отрицательным процентом. В-третьих, некоторые страны проводят эксперимент по внедрению безусловного базового дохода (Финляндия, Норвегия, Канада, Нидерланды, Индия). А Швейцария даже провела по этому поводу референдум, результаты которого озадачили – люди проголосовали против, т.е. они не хотят «бесплатного сыра». В-четвертых, реальная экономика все больше уходит в тень, а доминирующее положение занимает виртуально-спекулятивный сектор, оперирующий симулякрами, иллюзорными величинами. В-пятых, все большее распространение в сфере денежного обращения получают разнообразные криптовалюты. Япония уже признала их официальными платежными средствами, некоторые другие страны на пути к этому. В России заявляют о разработке крипторубля. Но ведь по сути это анти-деньги. Что будет с современной денежной системой и рыночной экономикой в будущем – вопрос открытый.

Можно привести еще ряд примеров, которые еще четверть века назад показались бы фантастическими, а сегодня – это реальность, довольно быстро привносимая в нашу жизнь и требующая научного осмысления.

Несмотря на видимую разрозненность приведенных примеров, все они звенья одной цепи и результат перехода к так называемой постиндустриальной, инновационной, информационной фазе экономического развития.

Таким образом, сформирована потребность в глубоком переосмыслении устоявшихся взглядов на результаты социально-экономического развития общества, места и роли человека в новой реальности. Исходя из вышеизложенного, проблемы жизнедеятельности человека в условиях перехода от традиционных форм к новым, зарождающимся в рамках так называемой постиндустриальной или информационной экономики требуют дополнительного исследования и изучения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы усовершенствования методологии экономической теории в той или иной степени рассматривали ученые с мировыми именами: В. Леонтьев, Э. Тоффлер, Дж. Робинсон, Ж. Рюс, Д. Канеман, А. Тверски, Г. Саймон, Н. Хомский и др. Все исследователи, несмотря на различие в подходах, придерживались точки зрения относительно того, что кризисные явления прогрессируют и речь идет не об отдельных парадигмах экономической теории, а о глубоких системных противоречиях на методологическом уровне – уровне философии экономической науки. То есть самого процесса обоснования базовых фундаментальных гипотез, определяющих логику современных общественных трансформаций, наличие которых является основой результативной функции

науки [3, с. 21]. Речь идет о том, что историческое развитие нуждается в усовершенствовании механизмов познавательного процесса, которые со временем устаревают и не дают возможности исследовать современные преобразования.

Экономическая наука, а точнее ее методологические принципы, существуют около трех столетий. Исторически ее зарождением считается классическая по своему смыслу работа А. Смита [1, с. 79], посвященная исследованию «природы и причин богатства народов», хотя и к ее обнародованию существовало немалое количество экономических теорий и трудов. По мнению ведущих ученых, своего апогея экономическая теория достигла в 60-е годы XX в., а в 70-е годы начались бурные дискуссии относительно ее кризиса и необходимости методологического обновления.

Изложение основного материала исследования. Радикальные изменения, происходящие в конце XX в., связаны с трансформацией индустриального общества в постиндустриальное, фактически с переходом к очередному долгосрочному структурному циклу [2; 3]. Логичным является возникновение двух фундаментальных вопросов: какие тенденции структурной динамики имеют место сейчас и какие ожидаются в будущем столетии. Актуальность их обусловлена тем, что период перехода к постиндустриальному обществу по отдельным подсчетам будет длиться приблизительно полстолетия, а период его глобального распространения и упрочения, вероятно, будет равняться еще одному долгосрочному циклу, согласно теории Н.Д. Кондратьева [4]. В науке, как и в реальной жизни, очень сложно отказаться от общепринятых истин. Но общественно-экономические трансформации нуждаются в научном обосновании, которое, в свою очередь, возможно лишь при условии обновления концептуальных подходов. В контексте перестройки методологии системных трансформаций отправным пунктом должна быть система причинных связей [5, с. 223-224; 6, с. 51]. Одними из направлений усовершенствования методологии экономической теории являются применение теории хаоса и попытка адаптации ее теоретико-методологических основ к исследованию процесса экономического развития.

Базовые экономические теории считают причинно-следственные связи зафиксированными, то есть одинаковые причины будут иметь одинаковые следствия независимо от времени. Этот постулат не выдерживает критики с точки зрения теории хаоса, которая воспринимает экономическую систему как многовекторную и вероятностную. Адекватность такого подхода подтверждается следующим примером: первоначальное накопление капитала в Англии в XVI в. имело свои формы и последствия. Проводить аналогию с этим же процессом в любой современной развивающейся или трансформационной экономике не имеет смысла, так как процесс накопления капитала в XX в. имеет следствием не индустриально-технологическое преобразование, а обогащение отдельных групп населения и формирование класса нищих, т.е. социальную несправедливость и расслоение общества. Авторы полностью разделяют мнение классиков относительно того, что современное развитие не

может оцениваться и прогнозироваться на основе классической методологии – она нуждается в усовершенствовании [7, с. 415]. Таким образом, возникает необходимость в обосновании методологических принципов исследования трансформационных преобразований сложных экономических систем. Они должны включать общность и целостность, как и сам предмет исследования, который базируется не на одном, а на многих взаимообусловленных процессах. Необходимо отметить, что в экономической литературе, посвященной структурной перестройке экономики и ее стабилизации, уже были сделаны попытки формирования методологических принципов исследования этих процессов, но, в своем большинстве, они имеют вид системы принципов по каждому отдельному процессу, который происходит в пределах сложной экономической системы и не отображают общих для нее тенденций.

Среди направлений усовершенствования экономической науки предлагается обратить внимание на следующие методологические принципы:

системности – причинность следует исследовать с позиции сложной системы взаимодействия разнокачественных по своей природе сил;

взаимозависимости – необходимость исследования не только прямых, но и обратных связей;

вероятности – явления и процессы должны объясняться с помощью комбинации возможного и необходимого;

динамичности – оценка процессов и явлений должна основываться на посылке относительно их самовозбуждаемости.

В качестве следующего направления усовершенствования методологии экономической науки следует выделить применение когнитивного концептуального подхода к исследованию сложных экономических систем.

Для понимания внутренней логики любого экономического исследования, его местоположения в запутанной системе координат экономической теории, а также верификации ее научной новизны всегда стремятся идентифицировать его по теоретико-методологическим подходам в рамках отдельных концептуальных направлений в экономической науке. Значительное развитие в последнее время получила поведенческая экономическая теория, т.е. исследование, предметом которого является описание процесса принятия решения под влиянием интересов, потребностей, мотивов, стимулов и т.д. Вполне обоснованно экономическая теория попадает «под колпак» психологии. В 2017 г. году исполняется 25 лет с момента прорыва психологии в экономическую науку в виде теории перспектив и 15 лет со дня присуждения за нее Нобелевской премии Д. Канеману и А. Тверски.

Серьезные социально-экономические и технологические изменения влияют на методологию управления экономикой. В период постиндустриальных трансформаций приоритеты развития смещаются из сферы материального производства в сферу инноваций (информация и знания). Это приводит к популяризации именно психологических подходов в экономической теории. Наиболее оптимальным является когнитивный подход.

Обоснованность его применения связана с проблематичностью исследования сложных экономических систем в условиях неопределенности.

Предпосылками к развитию когнитивного подхода в экономической науке стали прежде всего неудачи бихевиоризма в объяснении поведения человека, появление теории связи (в том числе теории информации и кибернетики), развитие лингвистики, теории памяти и большие успехи в создании искусственного интеллекта (компьютерные технологии). Это спровоцировало так называемую когнитивную революцию (50-60-е годы XX в.), которая фактически признала психологию частью естественных наук [8]. Вторая когнитивная революция (70-80 годы XX в.) связана с исследованиями психологов Д. Каннемана и А. Тверски [9, с. 263-291]. Они отстаивали точку зрения, согласно которой в условиях неопределенности применяются упрощенные стратегии решения сложных задач. Последние основываются на доступности решения, прецеденте, имеющемся своем или чужом опыте, закреплении и приспособлении, т.е. применении последовательного подхода к реализации задуманного, даже если среда демонстрирует изменение прошлых тенденций. Следовательно, в условиях сложной экономической системы индивиды склонны вести себя иррационально, пользоваться интуицией, проявлять эмоции, непоследовательность и т.п.

Дальнейшее развитие когнитивного подхода связано с исследованиями нобелевского лауреата Г. Саймона [10, с. 25-34]. Он впервые предложил концепцию ограниченной рациональности, объясняющую поведение экономического человека в условиях невозможности получения полной информации о рынке и ограниченности способностей индивида. При этом главным принципом рациональности признается критерий удовлетворительности, определяющий выбор решения в противовес принципу максимизации.

Третьей революцией (начало XXI в.) можно считать возникновение когнитивной науки (*cognitive science*) – науки, изучающей процессы восприятия, познания, понимания, представления, мышления, рефлексии и обучения, моделирующей принципы организации и работы естественных и искусственных интеллектуальных систем на основе как аналитического, так и синтетического подхода [11].

Использование когнитивного подхода в управлении позволит прежде всего организовать процесс генерации накопленных знаний, их классификации и упорядочения, что в итоге обеспечит адаптацию накопленного опыта к использованию в сложных экономических системах.

Методология управления на основе когнитивного подхода предполагает системное управление процессами, посредством которых знание идентифицируется, накапливается, распределяется и применяется в сложной экономической системе для повышения эффективности ее функционирования.

Реализация когнитивного подхода в управлении должна базироваться на следующих методологических принципах:

непрерывности – знания зарождаются, развиваются и передаются только индивидами (умственные способности);

коллективности – совместное использование знаний и накопленного опыта более результативно;

динамичности – инновационные технологии порождают новые формы психологии, поведения, отношений;

общности – совместное использование знаний более эффективно, потому оно должно поддерживаться, стимулироваться и вознаграждаться;

ценности – накопленные знания необходимо оценивать с помощью качественных и количественных показателей;

целеустремленности – знание – это творческий продукт, поэтому для его полноценного воспроизводства и инновационного развития необходимы стимулирование и поощрение.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате исследования сделаны следующие выводы:

методология исследования экономической науки нуждается в постоянном обновлении;

классическая методология экономической науки теряет признаки универсальности и не может использоваться для исследования глобальных трансформаций, это несоответствие отражает противоречия современного мирового развития;

по результатам анализа современных тенденций развития сложных социально-экономических систем выявлены направления усовершенствования методологии их исследования и подходов к управлению, а именно предложена система методологических принципов исследования и управления сложными экономическими системами;

с целью усовершенствования методологии экономической науки на основе теории хаоса предлагается использовать принципы системности, взаимозависимости, вероятности, динамичности;

реализация когнитивного концептуального подхода в исследовании и управлении должна базироваться на методологических принципах непрерывности, коллективности, динамичности, общности, ценности, целеустремленности.

Перспективой дальнейших исследований в области усовершенствования методологии экономической науки является более детальное изучение эволюционно-трансформационных процессов в сложных экономических системах и обоснование главных закономерностей их развития.

Список литературы

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо // Антология экономической классики / сост. И. А. Столяров. - М., 1993. – Т. 2. - С. 79-396.
2. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 120 с.
3. Вернадский В. И. Биосфера / В. И. Вернадский. – Л. : Науч. хим.-технол. изд-во, 1926. – 146 с.

4. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев ; редкол.: Л. И. Абалкин (отв.ред) [и др.]. – М. : Экономика, 1989. – 526 с.
5. Вильямс Б. Новые измерения в биржевой торговле / Бил Вильямс ; пер. с англ. Василевская Е. – М. : Аналитика, 2000. – 288 с.
6. Гавриш В. А. Практическое пособие по защите коммерческой тайны / В. А. Гавриш. – Симферополь : [б. и.], 1994. – 153 с.
7. Гальчинский А. Экономическая наука: проблемы методологического обновления / А. Гальчинский // Экономика Украины. - 2007. – № 3. - С. 4-13.
8. Фирсанова О.В. Взаимодействие субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента: методологические принципы исследования / О.В. Фирсанова – СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – С. 54-92.
9. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: an analysis of decision under risk / Econometrica. 1979. Vol. 47. N2. P.263-291.
10. Саймон Г. Рациональное принятие решений в деловых организациях (Нобелевская мемориальная лекция, прочитанная 8 декабря 1977 г.) / Психологический журнал. - 2001. - №6. – С.25-34
11. Абдикеев Н.М. Когнитивная бизнес-аналитика / Н.М. Абдикеев, А.Н. Аверкин, Л.П. Дьяконова и др. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 511 с.