

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный технический университет»

Кафедра «Организация и управление наукоемкими производствами»

**ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ**

Материалы Всероссийской научно-практической конференции
(Омск, 24–25 мая 2018 года)

Омск
Издательство ОмГТУ
2018

УДК 658+332
ББК 65.29+65.9(2Рос...)
О-64

Редакционная коллегия:

В. А. Цыганков, д.э.н., профессор (ответственный редактор);
Е. В. Слюсарева, к.э.н., доцент;
Л. С. Горскина, к.э.н., доцент;
В. В. Сидельцев, ст. преподаватель (ответственный секретарь)

О-64 **Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов** : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 24–25 мая 2018 г.) / Минобрнауки России, ОмГТУ ; [редкол.: В. А. Цыганков (отв. ред.) и др.]. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2018. – 144 с. : ил.

ISBN 978-5-8149-2722-4

Рассмотрены актуальные вопросы экономики, предпринимательства, управления трудом и производством, социальной сферы. Тематика материалов отражает сложность протекающих в настоящее время социально-экономических процессов. В представленных статьях отражены основные проблемы современной экономики и предложены возможные пути их решения.

Издание адресовано широкому кругу читателей – ученым, специалистам предприятий, аспирантам, магистрантам и студентам экономических специальностей высших учебных заведений, а также всем, кто интересуется проблемами российской экономики.

УДК 658+332
ББК 65.29+65.9(2Рос...)

**О ВЛИЯНИИ ВНЕДРЕНИЯ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ
НА ТРУДОВУЮ АКТИВНОСТЬ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Т. В. Богданчикова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: влияние научно-технического прогресса обусловило изменения в соотношении простого и сложного труда в пользу значительного увеличения доли сложного труда, создающего более высокую общественную стоимость. Реорганизация хозяйственного механизма в направлении повышения самостоятельности и ответственности производителей, усиления воздействия потребителя на производство, повышения качества продукции и конкуренции, создает условия для роста трудовой активности работающих на предприятии.

Изучая вопросы трудовой активности, необходимо не только рассматривать человека как главную производительную силу, но и учитывать влияние научно-технического прогресса на работника. Для этого необходимо рассмотреть направления влияния внедрения высокотехнологичного оборудования на трудовую активность работника в условиях динамичного развития предприятий. Материал подготовлен с применением метода сравнения. Исследование позволило определить направленность влияния внедрения высокотехнологичного оборудования, выделяя основы функционирования рынка труда предприятий.

Ключевые слова: трудовая деятельность, трудовая активность, развитие техники, высокопроизводительное рабочее место.

I. Введение

В современных условиях развитие трудовой активности приобретает новые черты. Трудовая активность работников как объект экономического исследования выдвигается на первый план в связи с радикальными изменениями в современных условиях хозяйствования. Сегодня на предприятиях внедряются гибкие автоматизированные производства, используются роботизированные комплексы, широко применяются новые материалы и биотехнология. В самых разных областях деятельности человека расширяется применение компьютерной техники. В целом современное производство отличается высокой гибкостью, маневренностью, постоянным обновлением номенклатуры. При быстрых темпах научно-технического прогресса необходимо учитывать возможность нарушения взаимосвязи между уровнем развития средств производства и рабочей силы. Следствием этого может стать недоиспользование как трудового так и производственного потенциала, причем, и в том и в другом случае снижается трудовая активность работников.

II. Теория

Одной из задач экономической политики государства, сформулированной Президентом РФ, является создание 25 млн. высокотехнологичных рабочих мест к 2020 г. [1]. Для решения этой задачи в Омской области сформирован кластер высокотехнологичных компонентов и систем. В соответствии со стратегией социально-экономического развития региона прогнозируется создать 15 тысяч высокопроизводительных рабочих мест [3].

Формирование высокопроизводительных рабочих мест предполагает их заполнение специалистами необходимого уровня. По мнению аналитиков, «... в России уже сейчас имеется, по меньшей мере, несколько сот тысяч высокооплачиваемых и требующих высокой квалификации вакансий, на которые работодатели не могут найти подходящих сотрудников» [5].

В Омской области вопрос обеспеченности предприятий трудовыми ресурсами требует внимания, так как на протяжении нескольких лет наблюдается дисбаланс между спросом и предложением на рынке труда: «...более 80 процентов из числа работодателей ищут сотрудников рабочих

специальностей, но процент людей, работающих в данной сфере, не превышает 45%» [6].

Характерной особенностью применения высокотехнологичного оборудования для оснащения рабочих мест является то, что оно позволит высвободить, уменьшить количество участников производственного процесса и это повлияет на снижение себестоимости продукции [2]. Возникает вопрос об использовании трудового потенциала высвободившегося персонала, уровень трудовой активности которого уже сформировался. Если предприятие не сможет использовать его с выгодой для себя, работники будут вынуждены покинуть предприятие, формировать прибыль и реализовывать трудовую активность на предприятиях конкурентов. При этом их трудовой потенциал и трудовая активность в новых условиях с одинаковой вероятностью могут развиваться или насыщаться. При условии, когда работник не сможет адаптироваться в новых условиях, его уровень трудовой активности будет низкий, трудовой потенциал не будет реализован.

При изменении стратегии деятельности предприятия может возникнуть потребность в утраченных специалистах, а следовательно, возобновятся затраты на формирование необходимого штата сотрудников. Таким образом, внедрение высокотехнологичного оборудования связано с вытеснением рабочей силы, что неоднозначно сказывается на ее трудовой активности.

Современная техника улучшает санитарно-гигиенические условия труда и его безопасность, уменьшает долю тяжелого ручного труда. Наряду с этим, появляется монотонность труда, увеличиваются психологические нагрузки на работников. Снижение затрат физической энергии приводит, с одной стороны, к снижению интенсивности труда, с другой – к резкому ее возрастанию за счет умственного и нервно-эмоционального напряжения, специфического ритма работы, продиктованного особенностью функционирования техники. В связи с этим, особое значение приобретают вопросы содержательности и творческой возможности труда, самостоятельности работника. Необходимо обратить внимание на уменьшение зависимости работника от автоматической системы машин и сохранения свободы работника для проявления своего трудового потенциала.

III. Результаты исследования

Следовательно, важными направлениями развития трудовой и творческой активности работающих являются как быстрое освоение новой техники, технологии производства, так и всестороннее развитие работников, позволяющее упростить процесс его адаптации к меняющимся условиям труда. При этом необходимо учитывать, что научно-технический прогресс, являясь фактором развития эффективности производства, не всегда может стать фактором развития трудовой и творческой активности работников. Для динамично развивающихся высокотехнологичных предприятий, с позиции уменьшения влияния негативных факторов на трудовую активность персонала, необходимо выделить основы функционирования их рынка труда, включающие меры по формированию устойчивого внутреннего рынка труда и меры по его развитию [4].

IV. Заключение

Таким образом, реакция работника на внедрение новой техники может быть как положительной и приведет к развитию их трудовой активности, так и отрицательной – будет носить сдерживающий характер, что повлияет на результативность труда работников и предприятия в целом.

Список литературы

1. 25 миллионов рабочих мест «на марше» // Портал «Общероссийский народный фронт», 24.05.2013.
2. 25 миллионов новых, высокотехнологичных, хорошо оплачиваемых рабочих мест для людей с высоким уровнем образования // Портал «Green.Opinion».
3. В Омской области приступили к реализации концепции развития кластера высокотехнологичных компонентов и систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.omsk.ru/news/v-omskoy-oblasti-pristupili-k-realizatsii-kontseptsii-razvitiya-klastera-vyisokotehnologichnyih-komponentov-i-sistem> – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 13.12.2017).
4. Потуданская, В. Ф., Богданчикова Т. В. Формирование устойчивого внутреннего рынка труда предприятий в рамках промышленного кластера // Экономика труда. – 2018. – Том 5. – № 1. – doi: 10.18334/et.5.1.38704

5. http://kapital-rus.ru/articles/article/doktrina_vysokotehnologichnyh_rabochih_mest_v_rossijskoj_ekonomike/

6. Банк вакансий // Интерактивный портал государственной службы занятости населения Омской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.omskzan.ru/> – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 13.12.2017).

УДК: 336.012.23

ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ЗНАЧИМОСТЬ ФАКТОРОВ И ИХ АНАЛИЗ

Т. Б. Бондарева¹, М. Ю. Маковецкий²

¹ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Омский филиал, г. Омск, Россия

² Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», г. Омск, Россия

Аннотация: В статье обосновывается важность изучения факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия (на примере ООО «Чермет-Актив-С»), так как банкротство предприятий в современных условиях отнюдь не редкое явление. Данные факторы следует своевременно изучать, обращать внимание на количественные отклонения или качественные изменения, проводить анализ возникающих проблем и находить эффективные способы их разрешения. Для этого были изучены труды современных зарубежных и российских авторов, проанализированы эмпирические данные, в результате чего выявлены взаимосвязи и факторы изменений в финансовом состоянии на предприятиях среднего и малого бизнеса. Результатами являются выводы по влиянию отдельных факторов, которые воздействуют на финансовое состояние предприятия.

Ключевые слова и словосочетания: финансовая устойчивость, финансовое состояние предприятия, финансовый анализ, внутренние факторы, внешние факторы, предупреждение несостоятельности, банкротство.

I. Введение

На сегодняшний день одним из наиболее актуальных вопросов остается проблема поддержания жизнеспособности компании при достижении наивысших показателей эффективности. Значимость этого подтверждает и факт существования большого количества методик оценивания устойчивости предприятий, анализа финансовой деятельности организаций для определения вероятности наступления банкротства. В то же время это многообразие методов показывает, что нет идеально функционирующей отлаженной системы, которая определит проблемные точки предприятия и предотвратит банкротство. Нет общего, определенного практикой, списка факторов, которые меняют «финансовый климат» для предприятий, подводят их к определенным условиям существования. Возникает необходимость детально изучить, как происходит оценка в условиях реальной жизни и что не позволяет отразить ситуацию на предприятиях в полной мере, т.е. выявить, какие факторы наиболее существенным образом влияют на финансовое состояние предприятия.

Финансовая устойчивость – это одна из ключевых компонент экономической устойчивости предприятия, за счет которой оно способно обеспечивать маркетинговую и кадровую устойчивость, содействовать развитию производственной и технико-технологической сфер хозяйственной деятельности, повышать эффективность процесса управления. Финансовая устойчивость представляет собой составную часть общей устойчивости организации: она также охватывает сбалансированность финансовых потоков и наличие средств, позволяющих предприятию функционировать в течение определенного периода времени.

Для того чтобы обеспечить финансовую устойчивость, организация должна иметь не только гибкую структуру капитала: необходимым также является умение организовать движение капитала таким способом, чтобы

гарантировать непрерывное превышение доходов над расходами в целях обеспечения платежеспособности и условий для самофинансирования. Поэтому изучение факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия – важный аспект, на который стоит обращать внимание финансистам, экономистам и менеджерам как малых, так и крупных предприятий.

II. Постановка задачи

Основная задача: изучение трудов других авторов, которые рассматривали понятие финансовой устойчивости предприятий, что влияет на эту устойчивость, как меняется состояние организации при влиянии тех или иных событий как на уровне страны, так и на мировом уровне.

III. Теория

Финансовое состояние предприятия может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным. Если сохраняется способность полностью и в срок производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе, а также без серьезных потерь для предприятия переносить непредвиденные потрясения, то речь идет об устойчивом финансовом состоянии. Отсутствие перечисленных качеств с большой вероятностью говорит о неустойчивости финансового состояния предприятия.

Анализ финансовой устойчивости организации позволяет сформировать представление об её истинном финансовом положении и оценить финансовые риски, сопутствующие её деятельности. Стоит дополнить, что финансовая устойчивость – весьма неоднозначная характеристика деятельности организации. Также следует отметить, что финансовая устойчивость организации – способность не только поддерживать достигнутый уровень деловой активности и эффективности бизнеса, но и наращивать этот уровень активности и эффективности, гарантируя при этом платежеспособность, повышая инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Проблема устойчивости предприятия не является в полной мере осознанной и до конца проработанной. В современной научной литературе,

как зарубежной, так и отечественной, не существует общего мнения касательно сущности понятия устойчивости предприятия. Это может быть объяснено быстро изменяющейся средой данной категории, которая меняет как внешние, так и внутренние факторы, влияющие на деятельность предприятия.

Существует большое количество трактовок термина «финансовое состояние предприятия». М.И. Баканов и А.Д. Шеремет считают, что финансовое состояние главным образом описывает, как предприятие размещает и использует свои средства. Также финансовое состояние фирмы оправдывает степень выполнения финансового плана и процент увеличения собственных средств предприятия за счет прибыли и иных источников, скоростью оборота производственных фондов [1, с. 16].

По мнению А.Д. Шеремета и Е.В. Негашева, важнейшая характеристика финансового состояния предприятия – финансовая устойчивость. Они выделили четыре типа финансовой устойчивости [4, с. 159–160]:

- абсолютная устойчивость финансового состояния;
- нормальная устойчивость финансового состояния;
- неустойчивое финансовое состояние;
- кризисное финансовое состояние.

По мнению Ковалева В.В., финансовая устойчивость – способность предприятия поддерживать целевую структуру источников финансирования [3, с. 256].

Грачев А.В. отмечает, что финансовая устойчивость предприятия – платежеспособность предприятия во времени с соблюдением условия финансового равновесия между собственными и заемными финансовыми средствами [2, с. 64].

Выделяют определенные виды факторов, которые влияют на финансовую стабильность предприятия. Их классифицируют по ряду критериев:

- по времени действия (временные, постоянные);
- по структуре (сложные, простые);
- по важности результата (второстепенные, основные);
- по месту возникновения (внутренние, внешние).

Наиболее важным, на наш взгляд, является анализ внутренних факторов. К ним относятся следующие факторы: отраслевая независимость, состояние имущества, финансовые возможности, структура услуг, их доля в общем спросе, динамика расходов. Важнейшими во внутренних факторах выделяют оптимизацию состава и структуры активов компании и источников их финансов. При уменьшении производственных запасов и росте ликвидных активов предприятие может получать больший объем прибыли, увеличит потенциальные возможности предприятия.

Анализ внешних факторов проводят для дальнейшего прогнозирования состояния компании и обеспечения ее финансовой стабильности. К ним относятся:

- внешнеэкономические связи;
- уровень платежеспособного спроса;
- конкуренция на рынке;
- экономические условия;
- научно-технический прогресс;
- кредитно-финансовая, учетная, налоговая, инвестиционная политика.

Влияние внешних факторов особенно важно, когда экономика находится в кризисном периоде.

IV. Результаты экспериментов

Для того, чтобы изучить, какие факторы влияют на состояние предприятий в современных условиях, было проанализировано предприятие ООО «ЧерМетАктив-С», которое занимается приемом и переработкой лома черных металлов. После изучения деятельности организации можно отметить, что влияют как микрофакторы, так и макрофакторы. Одни взаимосвязаны с другими и их достаточно тяжело изучать отдельно.

Примером является следующая ситуация. В последний раз, когда администрация Трампа обнародовала тарифы на металл и импорт, американские производители металла и алюминия сплотились. На сегодняшний день не совсем ясно, как именно вести политику по переработке и реализации металла, так как ответ Китая на последние обязательства Америки повышают риск тотальной торговой войны (Китай – основной сырьевой

контрагент РФ). Колебания в цене более-менее остановились, когда министр торговли США Уилбур Росс сказал, что США открыты для переговоров с Китаем [6].

Тарифы на металл, которые были введены в марте 2018 году в соответствии с разделом 232 торгового акта 1962 года, стали объектом целенаправленного протекционизма для американских производителей стали и алюминия. Но это бы привело к тому, что металла, производимого американскими предприятиями, могло бы не хватить. Ведь его используют везде: от самолетов до огнеметов.

Главный аналитик Bloomberg Intelligence Эндрю Косгроув отмечает: «Торговая война не хороша для торговли: это плохо сказывается и на циклических процессах экономики, и на сырье. Люди просто рискуют: сначала они стреляют, а вопросы задают намного позже». Еще в августе 2014 года Дэниэл Макгроарти подметил, что корпорации Boeing и United Technologies наращивают резервы титана высокого качества (применяемого в авиакосмической промышленности), который они получают от своего ключевого поставщика в России. Учитывая, что, как сообщает Wall Street Journal, российская компания ВСМПО-АВИСМА, является филиалом корпорации «Ростех». Но больше всего о запасах российского титана у Boeing и United Technology говорит следующая статистическая величина: 79 % титана, которые США потребляют каждый год – это импорт [5].

Изложенные выше факты еще раз подтверждают то, что цена косвенно связана с ситуацией в мире в секторе металла. США в основном использует металл импортный. Когда санкции были наложены на Россию, металл стали закупать преимущественно у Китая. Китай в свою очередь также сотрудничает с РФ. Если где-то падает один столб в данной сфере, велика вероятность того, что обрушится весь дом.

Взаимосвязь в данном случае следующая: внутренние цены на американский металл растут, спрос велик. Тарифы, которые введет Америка на импортный металл, будут снижать поставки в данную страну. Акции Alcoa Corp несомненно растут. Но как долго будет держаться данная ситуация? Схожесть с 30-ми годами XX века прослеживается достаточно

явно. Изначально данная страна обрушила спрос на ввозимые в нее из Европы товары, а затем оказалась в кризисе сама. Если ситуация будет в данном ключе развиваться и дальше, цены на металл в России будут снижены, так как по сути закрыт основной рынок сбыта.

Также систематическим фактором для данного вида бизнеса является фактор сезонности, финансовые факторы, конкуренция на рынке, возможность применения инновационных технологий переработки металла.

При малом объеме привлеченных клиентов предприятие может не развиваться экстенсивным путем, при применении старейших технологий переработки – потеря средств на себестоимости.

V. Обсуждение результатов

Стоит отметить, что ООО «ЧерМетАктив-С» – дочерняя организация ПАО «Профит», которая в свою очередь входит в группу компаний ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ПАО «ММК»). Иначе говоря, ООО «ЧерМетАктив-С» сбывает переработанный металлолом ПАО «Профит», а оно, в свою очередь, ПАО «ММК». Казалось бы, можно повысить цены на закупку металла и привлечь клиентов выгодными условиями реализации, но затем даже не войти в точку безубыточности, так как ПАО «ММК» не выплатит за тонну ту же сумму, что платила дочерняя организация, ведь на крупное предприятие влияют мировые факторы.

Факторы, которые влияют на финансовое состояние предприятия, могут быть отражены в конечном итоге количественными показателями. Можно спроецировать некоторые ситуации, чтобы увидеть изменения выручки, а соответственно – чистой прибыли. Большой объем рынка может быть занят и при помощи улучшения качества, что является наиболее перспективным путем развития. Это значит, что должна быть снижена себестоимость затрат на переработку, в особенности следующими мероприятиями:

– повышением производительности труда: правильная организация производственных процессов, проработанная система мотиваций для сотрудников;

– применением новые способы переработки металла: не с помощью газа пропана, что образует огромные издержки для предприятия, а с помощью плазменной резки. При ней использование электричества и накопителей обходится в 2 раза дешевле для тех же объемов, а скорость резки выше в 1,5 раза;

– снижением кредиторской задолженности;

– заключением договора с компанией, которая будет поставлять машины (МАЗы, краны, тракторы и т.т.), предоставлять квалифицированных водителей – эти меры снизят издержки на содержание ОС, так как автопарк компании слишком устарел и вложения в ремонт этих машин может себя не оправдать (перевод данного подразделения на аутсорсинг);

– проведением ребрендинга: создание нового логотипа, разработка более интересного названия для предприятия – возможность уйти от предыдущих неудач (убытки предыдущих лет), изменить отношение потребителя к себе, показать внутренние перемены;

– созданием информативного сайта, ведение страниц о предприятии в социальных сетях с актуальными ценами и иными условиями на момент обращения.

Предложенные преобразования приведут к тому, что у предприятия будет увеличиваться выручка и, соответственно, чистая прибыль.

VI. Выводы и заключение

Стоит отметить, что факторы, перечисленные и рассмотренные выше, могут по-разному влиять на предприятия: на определенный вид бизнеса влияет своя группа факторов как внешних, так и внутренних. Например, если это ларек с мороженым, то мировые изменения почти не затронут данную сферу, так как предприятие слишком мало. Если же речь о средних и крупных предприятиях, то системные изменения влияют заметно и данные системные изменения невозможно обойти, возможно только снизить их влияние.

Каждое предприятие может рассмотреть факторы, наиболее важные и значимые для него, используя свою финансовую документацию, мнения

сотрудников, мониторинг конкурентной среды и пр. Стоит отметить, что полный анализ факторов может применяться при составлении бизнес-плана, тогда организация заранее будет знать, с какими неудачами может столкнуться в будущем.

Список литературы

1. Баканов, М. И. Теория экономического анализа: учебник / Баканов М. И., Мельник М. В., Шеремет А. Д. – Москва: Финансы и статистика, 2007.

2. Грачев, А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: от бухгалтерского учета к экономическому / Грачев А. В. – Москва: Финпресс, 2002.

3. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – Москва: Финансы и статистика, 2002.

4. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: учебник / Шеремет А. Д., Негашев Е. В. – Москва: ИНФРА-М, 2008.

5. Daniel McGroarty. How Long Can the U.S. Rely on Russian Titanium?: Электронный ресурс. URL: https://www.realclearworld.com/articles/2014/08/12/how_long_can_the_us_rely_on_russian_titanium.html. (Дата обращения: 09.04.2018).

6. Luzi-Ann Javier, Deaux Joe, Bochove Danielle. U.S. Metal Makers Stumble With Trade Spat Blunting Tariff Benefits: Электронный ресурс. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-04-04/u-s-metal-makers-stumble-as-trade-spat-blunts-tariff-benefits>. (Дата обращения: 09.04.2018).

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ: СУЩНОСТЬ, ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ

Н. В. Боровских, З. Ш. Ахметова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Статья имеет обзорно-теоретический характер и посвящена вопросу разработки и реализации банковских конкурентных стратегий. Стратегии поведения коммерческих банков на рынке банковских услуг в условиях всевозрастающей конкуренции, играют важную роль в достижении ими конкурентных преимуществ. Выбор банком конкурентной стратегии зависит от множества различных факторов. Кроме того, эффективность конкурентных стратегий влияет на конкурентоспособность банка в целом. Таким образом, изучение теории стратегического менеджмента в области разработки и реализации конкурентных стратегий банков второго уровня является, несомненно, актуальным.

Целью настоящего исследования является выявление сущности и содержания конкурентных стратегий коммерческих банков.

Задачи исследования:

- определение места конкурентной стратегии банка в системе стратегического менеджмента и роли в банковской деятельности;
- выявление факторов, влияющих на выбор конкурентной стратегии банка на рынке;
- проведение классификации банковских конкурентных стратегий и характеристике методов ее реализации.

В результате исследования сделан вывод о том, что несмотря на большое количество научных трудов посвященных конкурентным стратегиям, ни кем из исследователей не была предпринята попытка проведения классификации имеющихся стратегий.

Автором данной статьи была предпринята попытка их классификации, благодаря методу **сравнения**. А так же сделан вывод о том, что необходимо продолжить исследования в данном направлении.

Ключевые слова и словосочетания: конкурентоспособность, банковская конкуренция, конкурентные преимущества, конкурентная стратегия, сфера банковской конкуренции, стратегическое планирование, стратегии поведения банка на рынке.

I. Введение

В переводе с греческого «стратегия» – это искусство полководца, общий, недетализированный план военной деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели.

Но на сегодняшний день данный термин имеет достаточно широкое применение в различных областях человеческой деятельности. В Большом толковом словаре дается следующее определение стратегии – «искусство планирования какой-либо деятельности (экономической, научной и т.п.) на длительную перспективу» [1].

Любой хозяйствующий субъект, в том числе и коммерческий банк, планирует свою деятельность на соответствующем рынке. Так как осуществлять свою деятельность, не имея цели, и не определив конкретных методов ее достижения, в складывающейся на соответствующий момент конъюнктуры рынка, невозможно. Особенно целесообразно планирование деятельности для долгосрочного периода, которое получило название стратегического планирования.

Долгое время стратегическое планирование считалось прерогативой только крупных хозяйствующих субъектов международного масштаба. Но в недалеком прошлом, ситуация изменилась, и, как показывает опыт, на сегодняшний день практически все представители крупного и среднего бизнеса, независимо от сферы их деятельности, начали уделять большое внимание вопросам стратегического планирования.

Современный рынок, на котором банки ведут свою конкурентную борьбу – это такой же рынок товаров и услуг, как и любой другой рынок, на котором присутствуют как продавцы, в лице функционирующих

в стране банков второго уровня, так и покупатели, в лице физических и юридических лиц, являющихся клиентами или партнерами банков. И также как и другие хозяйствующие субъекты, коммерческие банки, на сегодняшний день осуществляют свою деятельность на банковском рынке в условиях ужесточающейся конкуренции. При этом сам банковский рынок, состоит из большого количества сегментов, в каждом из которых имеет место конкурентная борьба: рынок банковских товаров и услуг, рынок банковских кадров, рынок банковских IT-технологий, финансовые рынки (кредитный, валютный, рынок ценных бумаг) и другие. Данные рынки представляют собой сферу (область) банковской конкуренции, имеющую сложное образование и широкие границы, состоящую из множества элементов [2, 86 с.].

Поэтому, разработка стратегии поведения дает возможность акционерам и менеджерам банка определить направления и темпы развития банковского бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения необходимо произвести в банке, чтобы он стал конкурентоспособным, в чем его преимущество перед конкурентами и какие инструменты необходимо использовать для успешного развития.

II. Постановка задачи

На современном этапе развития экономики, когда потребности потребителей банковских услуг непрерывно растут и в качественном, и в количественном выражении, стремительно развиваются банковские IT-технологии и методы обслуживания клиентов, в условиях процесса глобализации банковского бизнеса актуальным становится исследование современных конкурентных стратегий банков второго уровня, позволяющих им вести конкурентную борьбу.

Банковская конкурентная стратегия – это ряд целенаправленных действий, ориентированных на достижение долговременных преимуществ коммерческого банка на рынке, целью которого является обеспечение банку лучших возможностей для реализации своих продуктов и услуг, и как результат, получения максимально возможной прибыли в складывающихся условиях.

Следовательно, успешное функционирование коммерческого банка на рынке во многом зависит от правильности выбора конкурентной стратегии и эффективности процесса ее реализации.

Таким образом, определив место и роль конкурентной стратегии в банковской деятельности, необходимо исследовать все возможные виды стратегии, которые банки могут использовать для ведения своей конкурентной борьбы на рынке банковских услуг.

III. Теория

В современных условиях именно эффективная конкурентная стратегия банка позволяет ему обеспечить конкурентное преимущество на целевых рынках, выступая главным инструментом конкурентной борьбы.

Конкурентная стратегия является важной составляющей стратегического управления коммерческим банком. Цель ее разработки состоит в определении выбора конкретным коммерческим банком общей концепции конкуренции, которую он будет реализовывать на соответствующем рынке, стратегических методов достижения поставленных целей, а также приоритетных методов конкурентной борьбы. Конкурентная стратегия неразрывно связана с системой банковского таргетирования («*target*» с англ. «цель»), т.е. установлением целевых ориентиров банковской деятельности на рынке. Современная система целевых ориентиров коммерческого банка включает в себя совокупность следующих показателей: прибыльность, ликвидность, минимизация риска и обеспечение конкурентоспособности.

Процесс разработки банковской стратегии включает в себя следующие этапы, последовательная реализация которых позволяет обеспечить конкурентоспособное функционирование банка на рынке:

1. Диагностика современного положения банка на рынке (ситуационный анализ).
2. Определение стратегического видения его деятельности.
3. Формулировка миссии банка и его стратегических целей.
4. Определение стратегического подхода и оценка альтернативных стратегий.
5. Анализ стратегического банковского выбора.

6. Утверждение и реализация банковской стратегии.

7. Оценка результатов внедрения стратегии и возможность корректировок стратегического плана [3, 189 с.].

Конкурентная стратегия банка является составной частью его общей стратегии и играет важную роль в системе стратегического управления банком, так как ее целям напрямую или косвенно подчинены все элементы управления финансовой деятельностью банка (банковского менеджмента).

Коммерческий банк, основываясь на результатах проведенного ситуационного анализа, может выбрать одну из уже известных конкурентных стратегий, а может разработать и внедрить собственную.

Проведем классификацию существующих видов конкурентных стратегий в банковском бизнесе.

1. В качестве первого классификационного признака конкурентной стратегии выделим «подход к получению или удержанию конкурентных преимуществ», так как каждая из конкурентных стратегий – это фундаментально особый подход к их формированию или удержанию в течение длительного периода времени.

С этой точки зрения, конкурентная стратегия представляет собой наступательные или оборонительные действия, которые предпринимаются банком в целях защиты его позиций на рынке от пяти конкурентных сил, выделенных М.Портером: угроза появления продуктов-заменителей, угроза появления новых игроков, рыночная власть поставщиков, рыночная власть потребителей, уровень конкурентной борьбы.

Таким образом, коммерческим банком, в данном случае, может быть применен один из следующих подходов:

1) позиционирование, при котором потенциал банка обеспечил бы ему наилучшую защиту от уже существующего набора конкурентных сил. Здесь банк приспособливает к структуре отрасли свои преимущества и слабости, а стратегия заключается в возведении обороны против конкурентных сил или в поиске таких позиций банка, при которых эти силы максимально слабы. Знание возможностей банка и источников его конкурентных сил позволяет выявить те сферы, где банк должен вступить в конкурентную борьбу, а где должен стараться избегать ее;

2) воздействие на баланс сил в целях улучшения относительной банковской позиции на рынке. Это наступательная банковская стратегия, состоящая во вмешательстве в причины действующих сил, а не просто приспособления к ним. Так узнаваемость бренда или иные способы помогут добиться дифференциации продукта, а крупные капиталовложения в развитие банковского бизнеса или в вертикальную интеграцию будут воздействовать на барьеры вхождения в отрасль. Т.е. баланс сил находится под влиянием как внешних, так и внутренних факторов. Таким образом, выявление в отрасли точек приложения стратегических усилий к балансу сил (ключевых факторов конкуренции), принесут наибольшую отдачу.

3) использование изменений – это выявление и реагирование на изменение основных факторов конкурентных сил и разработка на этой основе стратегии, которая бы соответствовала новому конкурентному балансу сил, до того, как их обнаружат конкуренты [4, С. 67–68].

2. По основной цели конкурентной стратегии.

На первоначальном этапе основная цель разработки стратегии состояла в эффективном использовании имеющихся ограниченных ресурсов банка с целью производства максимально возможного количества банковских продуктов и услуг. Такая конкурентная стратегия получила название производственной концепции.

Следующей ступенью в развитии конкурентных стратегий стала разработка товарной концепции, основной целью которой являлось качество производимых банковских продуктов и услуг, а не его количество.

Впоследствии, еще одним витком эволюции конкурентной стратегии явилась сбытовая концепция, в которой на первый план была выдвинута проблема продвижения банковских продуктов.

3. По темпам и масштабам преобразований конкурентные стратегии банка подразделяются на:

1) Инновационную стратегию, заключающуюся в освоение новых продуктов и способов ведения бизнеса;

2) Эволюционную стратегию, заключающуюся в локальных изменениях, таких как, повышение качества на уже освоенных сегментах.

4. Если рассматривать конкурентную стратегию с позиции поведения банка на рынке относительно своих конкурентов на банковском рынке, то здесь можно выделить 3 основных вида конкурентной стратегии:

1) Стратегия развития – это агрессивная стратегия, которая заключается в активном вытеснении конкурентов с определенного рынка или его сегмента за счет осуществления инновационной деятельности, реализации крупных проектов, обеспечивающих рост банка в перспективе;

2) Стратегия устойчивого состояния является наступательной по своему характеру и заключается в постепенном совершенствовании существующего бизнеса, предполагающее быструю отдачу, за счет чего постепенно расширяется обслуживаемый рыночный сегмент, но без активного давления на конкурентов;

3) Стратегия «сбора урожая» является пассивной стратегией, цель которой – последовательное сокращение обслуживаемой доли рынка, т.е. постепенный уход с него, но в тоже время, сохранение уровня конкурентности соответствующего банковского продукта.

5. В зависимости от типа конкурентного преимущества продукта или услуги М. Портером были выделены 4 вида базовых конкурентных стратегий в отрасли:

1) Конкурентная стратегия лидерства в издержках или ценовое лидерство, суть которой состоит в возможности компании достигать самого низкого уровня затрат;

2) Конкурентная стратегия лидерства дифференциации, заключается в создании уникального товара или услуги в отрасли: по престижу бренда, по технологии, функциональным возможностям, обслуживанию клиентов;

3) Конкурентная стратегия фокусирования или лидерство в нише означает сосредоточение всех усилий компании на определенной узкой группе потребителей, географического сегмента, определенных услуг.

6. По «звеньям стоимостной цепочки»:

1) Стратегия лидерства продукта – требует постоянной разработки новых товаров и услуг;

2) Стратегия доверительных отношений с клиентами – постоянное изучение спроса, адаптация под существующие потребности;

3) Стратегия операционного совершенствования – уделяется особое внимание таким показателям как затраты, качество, время.

IV. Результаты экспериментов

Таким образом, можно сделать вывод о том, что конкурентные стратегии банка могут быть разнообразными и выбор конкретной стратегии зависит от различных внешних и внутренних факторов.

Так, в качестве внешних факторов, влияющих на выбор конкретного подхода, при формировании конкурентной стратегии банка учитывают: денежно-кредитную политику Центрального банка страны, налоговую политику государства, а также конъюнктуру рынка (отраслевую и региональную).

К внутренним факторам, которые определяются условиями самого банка и влияют на выбор его конкурентной стратегии относятся: имидж банка, его финансовые возможности, занимаемая им доля банковского рынка, степень амбициозности стратегии банковского развития, квалификация банковского персонала, применяемые технологии банковского обслуживания клиентов, развитость филиальной сети, количество банков-корреспондентов, отношения банка с потенциальными конкурентами, соотношение постоянных и случайных клиентов и другие факторы.

V. Обсуждение результатов

Как уже было сказано выше, важным моментом в ведении конкурентной борьбы, определяющим ее эффективность, являются методы реализации конкурентной стратегии, а они могут быть добросовестными или нет.

Добросовестные методы реализации конкурентной стратегии могут быть маркетингового, финансового и организационного характера.

Маркетинговые методы включают: открытое или скрытое (за счет повышения качества) изменений цен, расширение перечня предоставления традиционных и нетрадиционных (инновационных) банковских услуг, повышение скорости и культуры обслуживания, а также активизацию рекламной деятельности.

Методы финансового характера состоят в снижении затрат либо на производство, либо на реализацию банковских продуктов и услуг в сравнении с аналогичными затратами у конкурентов.

К методам организационного характера относятся: развитие филиальной банковской сети, внедрение более эффективной организационной структуры управления, разработка и внедрение новых организационных форм взаимодействия с клиентами и партнерами.

К недобросовестным методам реализации конкурентной стратегии банка относятся: использование скрытой поддержки со стороны государственных органов, использование своего монопольного положения на рынке, использование средств массовой информации для дискредитации конкурентов и криминальные методы.

VI. Выводы и заключение

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день, существует большое количество банковских конкурентных стратегий. Однако, в существующих исследовательских трудах ученых, посвященных различным вопросам конкурентных стратегий, как в банковской сфере, так и нет, нет единой классификации стратегий. Предложенная классификация является авторской. А также, мы считаем, что исследованное направление является только маленькой частицей проблемы, в связи с чем, существует необходимость продолжить исследование в данном направлении.

Список литературы

1. Большой толковый словарь – Электронный ресурс. – <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F&all=x>.
2. Мазняк, В. М. Управление банковским продуктом. – Ростов-на-Дону, 2009. – 86 с.
3. Кириченко, О. А., Гиленко И. В., Роголь, С. Сиротян С. В., Немой О. Банковский менеджмент : учебное пособие. – К.: Знания – Пресс, 2002. – 438 с.
4. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ НА ЛИЧНОСТНОМ УРОВНЕ

Т. И. Гордиевич

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: В статье рассматривается личностный уровень организационного поведения, факторы, воздействующие на индивидуальное поведение. Управление организационным поведением на личностном уровне включает управление личностными качествами сотрудника, лидерством, мотивацией. На индивидуальном уровне для менеджера очень важно найти каждому сотруднику работу по интересам, способностям и типу темперамента. Человек должен обладать определенными качествами, отвечающими тем требованиям, которые предъявляет та или иная профессия к личности работающего. Предложены рекомендации по управлению организационным поведением на предприятии с учётом различных типов работников и групп профессий с использованием методов материального и морального плана.

Ключевые слова и словосочетания: организационное поведение, индивидуальный, групповой, организационный уровни, лидерство, мотивация.

1. Введение

Поведение – совокупность взаимосвязанных действий, осуществляемых для достижения поставленных целей или в ответ на действия других. Организационное поведение представляет собой знания эффективного управления действиями отдельных людей, групп и организаций в целом.

Организационное поведение включает три уровня: индивидуальный, групповой и организационный[1]. Организационное поведение на первом

уровне – это совокупность методов, позволяющих менеджерам изучать поведение других людей, изменяя типы поведения сотрудников с расчетом достижения целей организации [2].

II. Постановка задачи

Предметом данной работы является рассмотрение управления организационным поведением на личностном уровне – управление личностными качествами сотрудника, лидерством и мотивацией.

Управление личностью в рамках организационного поведения предполагает исследование темперамента своих работников, характеров, познавательных процессов. Для эффективной работы требуется составление компетентных портретов своих сотрудников. К примеру, характеристика секретаря включает разнообразные положительные качества: навыки взаимодействия с клиентами, делового общения, грамотность, умение вести переговоры и деловую переписку, способность заниматься несколькими делами одновременно. [2].

III. Теория

На индивидуальном уровне для менеджера очень важно найти каждому сотруднику работу по интересам, способностям и типу темперамента. Человек должен обладать определенными качествами, отвечающими тем требованиям, которые предъявляет та или иная профессия к личности работающего. Необходимо учитывать различные формы отношения человека к окружению: расположение, верование, ценности, принципы, позиция, уровень притязаний. К примеру, позиция – совокупность принципов, применяемых в каждой конкретной ситуации, постоянное внутреннее отношение к одним и тем же людям и ситуациям. В позиции личность выражает себя, позиция служит человеку защитой и опорой. Принципиальные люди ни при каких обстоятельствах не отступят от позиции, которую они считают правильной, поэтому позицию всеми силами защищают и укрепляют.

Управление индивидуальным уровнем организационного поведения предполагает изучение социальных факторов, воздействующих на личность: сфера общения, социальная роль, статус. Статус позволяет определить нормы права, положение субъектов, совокупность их прав и обязан-

ностей. Различают формальный и неформальный статусы. Первый обусловлен должностью, привилегиями, заработком, значимостью решаемых задач. Второй – обусловлен авторитетом. Авторитет связан с властью, и может также быть обусловлен возрастом, знаниями, опытом, культурой, моральными качествами.

IV. Обсуждаемые результаты

В системе менеджмента было выяснено, что существует три типа поведения людей на работе:

1) свободный – выражается в стремлении подчинить других своей воле, утвердить и навязать собственное мнение, быть всегда и везде первыми, что присуще лидерам. Такое поведение приводит к достижению целей, но может быть агрессивно, создавая конфликтные состояния.

2) нейтральный – это крайний вариант поведения, когда люди не желают подчиняться и подчинять себе других.

3) подвластный – это безвластные люди либо ленивые, либо являются конформистами, предпочитая подчиняться.

В таблице представлены требования, предъявляемые для каждого типа сотрудников (табл. 1). Для каждого типа составляется система признаков, перечень норм и требований, предъявляемых этой профессией или специальностью к работнику.

Профессиограммы позволяют выделить 5 типов профессий:

- «технический человек»;
- «социальный человек»;
- «биологический человек»;
- «информационный человек»;
- «творческий человек».

На индивидуальном уровне организации возможно выдвижение лидерства. Власть личности основана на её авторитете и взаимном признании. В основе авторитета находится настройка качеств человека на решаемые им задачи и характеристика соответствующей ситуации, а также признание этих качеств другими людьми, которые причастны к решаемым задачам.

Требования к различным профессиям [3]

| Типы профессий | Примеры профессий | Требования к профессии |
|---------------------------------|--|---|
| «технический человек» | Инженер-технолог, электрик, слесарь, монтажник, столяр-плотник, электросварщик, швея, водитель автомобиля, машинист бульдозера, штукатур-маляр | Требуется точность, определённость действий, высокая исполнительская дисциплина, аккуратность, ответственность, практическое мышление, техническая фантазии. Высокие требования предъявляются к зрению, слуху, мышечной чувствительности, вниманию, к самым разнообразным видам памяти. |
| «социальный человек» | Тренер, адвокат, психолог, рекламный агент, преподаватель, продавец, мед. сестра, официант, менеджер, социальный работник, консультант. | Необходима специальная подготовка для работы в конкретной области производства, науки, техники, искусства. Важны личные качества: устойчивое, хорошее настроение в процессе работы с людьми; потребность в общении, способность мысленно ставить себя на место другого человека, быстро понимать намерения, помыслы, настроения людей; умение разбираться в человеческих взаимоотношениях, хорошая память; умение находить общий язык с разными людьми, терпение. |
| «биологический человек» | Агроном, зоотехник, ветеринарный врач, эколог, геолог, кинолог, озеленитель, метеоролог, учитель химии, биологии, географии. | Важным качеством является любовь к природе, связанная с познанием законов природы и применением их. Необходимо обладать дальновидностью, быть готовым к непредвиденным событиям, очень много сведений приходится держать в уме. Важны инициатива и самостоятельность в решении конкретных трудовых задач. Изменчивые условия труда требуют от работника творческого мышления. |
| «информационный человек» | Корректор, переводчик, программист, диспетчер, библиотекарь, бухгалтер, экономист, юрист, архитектор, архивариус, банковский служащий | Специалисту, с одной стороны, важно отвлекаться от реальных свойств предметов, обозначенных знаками, а с другой –представлять и воспринимать характеристики, стоящие за знаками. Также необходимы такие качества как сосредоточенность, устойчивое внимание, усидчивость. |
| «творческий человек» | Актёр, художник-оформитель, визажист, писатель, композитор, фотограф, руководитель художественного коллектива, парикмахер, дизайнер. | Требуется наличие способностей к искусствам и творческое воображение, образное мышление и трудолюбие. Работники искусства должны быть целеустремлёнными, иметь реалистичный уровень притязаний на общественное признание (не претендовать на большее, чем заслуживаешь), чтобы получить удовлетворение от своего труда. |

Управление лидерством представляет собой определение сотрудников с харизматическими качествами. Если работник обладает руководящими качествами, его привлекают к руководящим постам. Развитие лидерства – это концентрация внимания на лидерском потенциале, делеги-

рование полномочий на всех уровнях, развитие у менеджеров лидерских навыков. Стил ь и манера поведения в компании копируется работниками. Соответственно на них менеджеры должны особо обратить внимание. Кульминационная точка управления лидерством состоит в сочетании в деятельности руководителя формального и неформального лидерства.

Наряду с организационной интеграцией лидеров, необходимо обеспечение конструктивной направленности их деятельности и устранение деструктивного лидерства.

Мотивация в современных условиях выступает одной из важнейших функций управления персоналом и представляет собой процесс побуждения работников к активной трудовой деятельности для удовлетворения их собственных потребностей и интересов в сочетании с достижением целей организации. Мотивация может быть представлена как рейтинговая система оплаты труда, учитывающая индивидуальные достижения сотрудников.

Управление мотивацией – это создание мотивации, поддержание мотивации и удержание ее на нужном, оптимальном уровне. В управлении мотивацией необходимо учитывать и личностные особенности. По мотивационной ориентированности определяются типы сотрудников (табл. 2).

Таблица 2

Типы сотрудников по мотивационной ориентированности

| Типы сотрудников | Мотивационная ориентированность |
|------------------|---|
| Инструментальный | В случае, если сотрудник мотивирован этой схемой, работа для него – всего лишь источник заработка и тех ценностей, которые он может приобрести на этот заработок. Человек ориентирован на размер зарплаты, поэтому для него характерна максимальная отдача на работе в том случае, если его деятельность будет достойно оплачена. |
| Профессиональный | Сотрудник этого плана работает ради успеха, для того, чтобы проявить себя. |
| Патриотический | Человек старается ради общего дела. Является убеждённым в том, что он необходим компании, берёт на себя любую ответственность, лишь бы это помогло окружающим. В ответ ожидает общественного признания в коллективе. |
| Хозяйский | Такие люди считают, что результаты компании зависят только от них. Они берут на себя всю ответственность за свою работу и готовы трудиться вне зависимости от того, интересно им это или нет. Главное – результат. |
| Избегательный | Люди такого типа не хотят брать ответственность и стараются минимизировать свои усилия на работе. Берутся за мелкие низкооплачиваемые задачи, не требующие от них особых трудовых ресурсов. |

Управление мотивацией предполагает выстраивание своей системы мотивации, учитывающей специфику данной организации. Начать можно с деления методов мотивации на прямые и непрямые.

Могут применяться моральные способы мотивации сотрудников. Они делятся на прямые, непрямые и индивидуальные. К прямым методам относят бонусы, премии. К непрямым методам – медицинское страхование, служебный автомобиль, питание и т.д. В последнее время появились такие методы материального стимулирования как личный график работы, предоставление дополнительных полномочий, повышений условий труда, обучение, оценка профессиональных достижений сотрудника. Это индивидуальные методы стимулирования.

V. Заключение

Приоритетной задачей руководящего состава является разработать собственные виды мотивации сотрудников. Личность, лидерство и мотивация представлены в одной связке, представляя собой сложную структуру. Выделяются такие элементы структуры управления личностью, лидерством и мотивацией как: анализ специальностей, анализ работы и рабочих мест; оценка успешности выполнения; подбор, оценка и расстановка кадров; обучение и развитие персонала; выдвижение лидеров; мотивирование сотрудников в соответствии с их способностями.

Список литературы

1. Гордиевич, Т. И., Рузанов П. В. Структуризация показателей эффективности организационного поведения // Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 30 апр. 2017 г.). – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2017.

2. Одегов, Ю. Г., Козлов В. В., Сидорова В. Н. Организационное поведение в структурно-логических схемах: учебное пособие / Одегов Ю. Г., Козлов В. В., Сидорова В. Н., 2007. – ООО Издательство «АЛЬФА-ПРЕСС», 2007.

3. Профессиональные качества для разных типов профессий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cezan.ru> (Дата обращения 15 марта 2018 г.).

4. Трегубова, Р. Д. Мотивация и стимулирование труда как метод управления поведением внутри организации // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2012. – 89–91.

УДК 331.55 : 331.108

ФОРМИРОВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КАПИТАЛА В РАМКАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАБИЛИЗИРУЮЩЕЙ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

И. Н. Горелова, Л. В. Чегаева

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Данная статья представляет собой исследование критериев формирования эмоционального капитала в рамках рассматриваемой авторами стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов. Теоретические изыскания подтверждаются статистически обработанным эмпирическим материалом, собранным на 50 предприятиях малого бизнеса, рассматриваемым в выпускных квалификационных работах студентов ФЭУ ОмГТУ в 2016–2018 годах. По итогам анализа дана оценка влияния эмоционального капитала как элемента совокупного человеческого капитала предприятия на эффективность труда работников предприятия.

Ключевые слова: трудовые ресурсы предприятия, стабилизирующая модель формирования трудовых ресурсов предприятия, стабильный коллектив, эмоциональный капитал предприятия, развитие трудовых ресурсов предприятия, малый бизнес, корпоративная культура, тренинги.

I. Введение

В современной экономике важнейшим фактором успешности предприятия все чаще становятся умение работать с трудовыми ресурсами, сохраняя и преумножая количественные и качественные показатели. Целостный подход к решению данных вопросов, который можно обозначить как модель формирования трудовых ресурсов предприятия, обеспечивает организации комплексное решение вопросов набора, обучения, трудовой мобильности, адаптации и мотивации, наращивания совокупного человеческого капитала предприятия, в том числе такой важной для сферы услуг и инновационной деятельности составляющей совокупного человеческого капитала предприятия как эмоциональный капитал, обуславливающий заметную долю эффективности работы в современных условиях [1]. Для исследователей представляет интерес изучение формирования эмоционального капитала в коллективе, который можно считать стабильным или стремящимся к стабильности.

II. Постановка задачи

Под стабильным коллективом мы понимаем коллектив с устойчивыми количественными и качественными параметрами, сохраняющимися достаточно долгое время [3, с. 27]. Показатели стабильность определяются по двух направлениям [3]:

1. Стабильность кадрового состава. Важнейший показатель – коэффициент стабильности – доля работников со стажем не менее 5 лет (для сферы услуг возможно использование критерия – не менее 3 лет [3]) в численности работников предприятия.

2. Стабильность отношений в коллективе. Показатель – наличие или отсутствие ярковыраженных конфликтов. Оценивается по социометрическим исследованиям.

Во многом стабильность коллектива обеспечивается используемой предприятием моделью формирования трудовых ресурсов, которая включает в себя набор схем количественного и качественного формирования трудовых ресурсов. В рамках предлагаемой предприятием модели формирования трудовых ресурсов работник принимает решение о формировании собственного человеческого капитала.

Как показывает опыт, подавляющая часть сотрудников соглашается формировать собственный человеческий капитал в предлагаемой предприятием модели формирования и развития трудовых ресурсов, поскольку это значительно экономит собственные средства, поощряется предприятием через рост заработной платы и движение по карьерной лестнице. Также в случае совпадения стратегии собственного развития и модели предприятия работник получает гарантии будущей занятости. Чаще всего такая ситуация обеспечивает более высокий уровень самореализации. Таким образом, модель формирования трудовых ресурсов позволяет человеку сформировать индивидуальный человеческий капитал внутри общего человеческого капитала предприятия. Основной акцент при этом делается на образование, опыт и мотивацию.

Отметим, что до сих пор моделирование процессов формирования трудовых ресурсов изучалось преимущественно на региональном и государственном уровне, мы же хотим рассмотреть, как можно использовать метод моделирования в небольших объектах – в рамках одного предприятия, тем более малого и посмотреть, что может стать результатом использования стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов.

III. Теория

Проанализировав модели формирования трудовых ресурсов, используемые предприятиями, можно прийти к выводу, что они склоняются к двум основным позициям:

1. Модель, ориентированная на количественное обновление персонала, ее можно назвать активной, как правило, она реализуется в случае расширения предприятия, создании новых производств, то есть резкое обновление; как правило, при реализации данной модели значительно разрушается общий человеческий капитал предприятия, состоящий, в том числе из социальных отношений, корпоративной культуры, эмоционального капитала;

2. Модель, ориентированная на сохранение количественных характеристик, но увеличение качественных параметров персонала, характерная для поступательного развития предприятия, при этом коллектив характеризуется стабильностью, устоявшимися отношениями; эту модель можно

назвать пассивной или стабилизирующей, именно в ней происходит наращивание социальных и эмоциональных структур между работниками, развивается корпоративная культура.

Остановимся подробнее на второй модели. Она реализуется намного чаще, потому что большинство предприятий находятся именно в фазе сохранения достигнутых позиций.

Мы предлагаем под стабилизирующей (пассивной) моделью формирования трудовых ресурсов считать комбинацию следующих принципов, используемых при наборе, отборе персонала, а также организации его обучения и карьерного продвижения:

1. Минимальные кадровые перестановки, они производятся только в случае крайней необходимости (увольнение, болезнь, невозможность выполнять свои функции). Организационная стабильность обеспечивается максимальной сосредоточенностью на выполнение должностных обязанностей.

2. Максимальное внимание направлено на вопросы обучения и развития персонала, причем данная позиция подкрепляется материальным поощрением.

3. Активно формируется и развивается внутренний рынок труда, большая часть потребности в персонале удовлетворяется из внутренних источников, есть «карьерограмма» для каждой должности.

4. В условиях стабильности и предсказуемости карьерного роста наблюдается снижение конкуренции работников между собой, идет активное формирование корпоративной культуры, социального и эмоционального капитала.

Результатом реализации данных принципов будет формирование стабильных отношений в коллективе, наработанных схем решения вопросов, в том числе конфликтных. Это позволяет минимизировать время на выполнение управленческих и производственных функций, а также решение организационных вопросов, что и будет ключевым преимуществом стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов.

Недостатками данной модели можно назвать то, что в выполнении функций накапливается инертность, нарастает сопротивление инновациям, формируются консервативное отношение к технологическим процессам.

В итоге при длительном периоде использования стабилизирующей модели данные недостатки снижают совокупную инновационную активность предприятия, уровень его конкурентоспособности, работники решают вопросы собственного развития, игнорируя интересы предприятия.

Для нас особый интерес представляет изучение влияния стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов на эффективность работы небольших коллективов, что характерно для предприятий малого бизнеса. В этом случае организационные факторы, влияющие на эффективность труда в условиях развития малого бизнеса [4] преломляются через фактор личных взаимоотношений. Отметим, что не в последнюю очередь благодаря этому отношение среднего оборота на один рубль заработной платы на предприятиях малого бизнеса составлял в 2008–2009 6,92 руб/руб., что было на 26% выше, чем в среднем по экономике [5]. В 2017 году данные цифры соответственно составляли 11,23 руб. на руб. [6] и 8,46 руб. на руб., что дает превышение на 32,7%.

Организационная стабильность предприятий малого бизнеса приводит к невозможности использовать инструментарий мотиваций крупной компании (карьерный рост, растущая заработная плата) и формированию в этих условиях особого элемента совокупного человеческого капитала предприятия – эмоционального капитала, который и обеспечивает рост эффективности. В небольших компаниях это может привести к эффекту «Сопредпринимательство», когда работник предприятия в значительной мере идентифицирует свои интересы и интересы компании [7].

IV. Результаты исследований

Нами были рассмотрены признаки формирования эмоционального капитала на 50 малых предприятиях, которые можно сгруппировать по видам осуществляемой деятельности: производство, торговля и сервис (сфера услуг), сельское хозяйство и прочие направления. Структурно совокупность исследуемых предприятий в основных позициях повторяет соотношение предприятий малого бизнеса разных видов деятельности по данным Росстата (табл. 1).

Структура предприятий малого бизнеса по сферам деятельности

| Сфера деятельности | Количество исследуемых предприятий | Доля предприятий малого бизнеса соответствующей сферы деятельности в исследовании | Доля предприятий малого бизнеса соответствующей сферы деятельности по статистике Росстата [6] |
|-----------------------------|------------------------------------|---|---|
| Торговля | 20 | 0,4 | 0,33 |
| Сфера услуг | 18 | 0,36 | 0,32 |
| Обрабатывающее производство | 6 | 0,12 | 0,082 |
| Прочие направления | 6 | 0,12 | 0,268 |
| Итого | 50 | 1 | 1 |

В нашем случае на предприятиях малого бизнеса, не имеющих возможность использовать эффект масштаба производства, очень часто искренние убеждения и переживания работника по отношению к своей работе и работодателю формируют лояльность клиента (заказчика, покупателя) к организации, поскольку в современном мире мы все чаще продаем не товар, а возможность удовлетворить потребность, оказываем не услугу, а повышаем уровень и качество жизни и т.д.

Признаки формирования эмоционального капитала, которые мы предлагаем использовать:

1. заметная доля (по нашим предположения – от 10–15%) сотрудников, нанятых по знакомству, приглашенных друзей и родственников;

2. формирование и трансляция представления о рабочем коллективе как о семье (уделение вниманию семейным обстоятельствам, взаимопомощь в обычной жизни, выявляется через знание имен родственников, семейных проблем сотрудников, совместные выезды на природу и т.д.), ощущение должно разделяться половиной работников;

3. создание и поддерживание различных традиций, совместных празднований;

4. факт проведения тренингов, поскольку они важны не только для формирования навыков, но для трансляции ценностных установок [8];

5. гендерные характеристики директора (принадлежность к женскому полу).

Попробуем структурировать эмпирический материал, собранный студентами ОмГТУ во время выполнения квалификационных работ (табл. 2).

Таблица 2

**Признаки формирования эмоционального капитала
в стабильных коллективах предприятий малого бизнеса**

| Сфера деятельности | Торговля (24 пред- приятия) | Сфера услуг (18 пред- приятий) | Обрабатывающее производство (8 предприятий) | Сельское хозяйство и прочие направления (4 предприятия) |
|---|-----------------------------------|---|---|---|
| Средний коэффициент стабильности персонала предприятия (доля работников со стажем работы более 3-х лет) | 0,83 | 0,74 | 0,61 | 0,6 |
| Диапазон наиболее часто встречаемых значений коэффициента стабильности | 0,75– 0,85 | 0,6–0,7 | 0,5–0,65 | 0,4–0,7 |
| Доля предприятий малого бизнеса, в котором реализуется критерий количество людей, набранных «по знакомству» и рекомендациям | 0,79 | 0,5 | 0,2 | 0,75 |
| Доля предприятий малого бизнеса, в котором реализуется критерий «Возникновение чувства семьи» | 0,5 | 0,2 | 0,13 | 0,75 |
| Доля предприятий малого бизнеса, в котором реализуется критерий «Наличие традиций» | 0,46 | 0,6 | 0,25 | 0,75 |

| Сфера деятельности | Торговля (24 предприятия) | Сфера услуг (18 предприятий) | Обрабатывающее производство (8 предприятий) | Сельское хозяйство и прочие направления (4 предприятия) |
|---|------------------------------|------------------------------------|---|---|
| Доля предприятий малого бизнеса, в котором реализуется критерий «Проведение тренингов» | 1 | 0,9 | 0,375 | 0,25 |
| Доля предприятий малого бизнеса, в котором реализуется критерий «директор женщина» | 0,65 | 0,73 | 0,375 | 0,15 |
| Доля предприятий с полным набором признаков сформированного эмоционального капитала | 0,21 | 0,2 | 0,25 | 0,25 |
| Доля предприятий с частичным набором признаков сформированного эмоционального капитала | 0,46 | 0,33 | 0,25 | 0,25 |
| Наиболее часто встречающееся значение уровня рентабельности продукции (для торговли – рентабельности продаж), % | 15–25 | 15–40 | 10–20 | 10–20 |

Как свидетельствуют результаты выборочного обследования предприятий малого бизнеса, рассматриваемых в работах дипломников 2014–2018 гг. выпуска ФЭУ ОмГТУ, формирование эмоционального капитала можно отследить примерно в 30–40% случаев.

Больше шансов сформировать эмоциональный капитал имеют предприятия торговли и сферы услуг, полный набор признаков реализуется в 20% компаний, частичные признаки реализуются в 30–50% случаев.

Мы считаем, что немаловажное значение для формирования эмоционального капитала имеют разные формы общения и взаимодействия, особенно – тренинги (коэффициент корреляции 0,89). Также прослеживается тесная связь с критерием «директор-женщина» (коэффициент корреляции 0,72), по нашему предположению, это связано с часто встречающимся социально-ориентированным поведением женщин. Отметим, что по предприятиям с заметным уровнем социального капитала ощутимо выше уровень рентабельности. В нашем исследовании основано на небольшой выборке из предприятий малого бизнеса (0,13% от общего числа предприятий малого бизнеса Омской области), чтобы можно было сделать выводы о прямой зависимости, однако, мы можем утверждать наличие влияния.

Формирование эмоционального капитала в рамках стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов приводит к заметному увеличению эффективности схожих предприятий (это заметно по торговым предприятиям со схожим ассортиментом, например, ИП Бояркин и ООО «Мечта», мини-пекарням ООО «Кообхлеб» и ИП Зубов К.С.). При прочих равных условиях эмоциональный капитал обеспечивает более низкие показатели текучести, увеличивает эффективность труда работников как минимум на 5–10%, создает более высокий уровень удовлетворенности трудом, ускоряет формирование корпоративной культуры и мотивации работника. Все перечисленное влияет на увеличение эффективности предприятия в целом и находит отражение в показателях рентабельности.

V. Обсуждение результатов, выводы и заключение

В ситуации организационной стабильности, обеспеченной стабилизирующей моделью формирования трудовых ресурсов предприятия, заметное развитие трудовых ресурсов, увеличение человеческого капитала работников и предприятия возможно только через системы обучения и мотивации.

Поскольку возможности организации обучения на небольшом предприятии довольно ограничены (как правило, используются малобюджетные варианты – тренинги, наставничество, обмен опытом, ротация), мы считаем, что рост эффективности будет во многом определяться моти-

вацией работников, в том числе сформировавшимся эмоциональным капиталом.

Результатом использования стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов в ситуации формирования эмоционального капитала на предприятиях малого бизнеса является высокий уровень удовлетворенности трудом, возросший уровень обмена опытом, и как следствие, рост производства и продаж, поскольку перечисленные качества влияют на отношения с заказчиками, клиентами, покупателями.

В ситуации несформированного эмоционального капитала стабилизирующая модель формирования трудовых ресурсов на предприятии малого бизнеса позволяет заложить основы для корпоративной культуры, минимизировать конфликтность и в целом упростить схему управления предприятием.

В любом случае это приводит к росту эффективности. Безусловно, данные выводы требуют дальнейших исследований, однако уже сейчас мы можем отметить несомненное влияние эмоционального капитала, формирующегося в стабильных коллективах, на эффективность работы, как работников, так и предприятия в целом.

Список литературы

1. Колпакова, О. Н. Управление человеческим и эмоциональным капиталами / О. Н. Колпакова // Инновации. – 2010. – №3. – С. 105–109.

2. Вайсбург, В. А. Текучесть кадров в промышленности и пути ее сокращения: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. / В. А. Вайсбург. – Куйбышев: Куйбыш. гос. ун-т, 1983. – 97 с.

3. Тихонова, Е. Стабильность трудового коллектива / Е. Тихонова // Кадровик. Кадровый менеджмент (управление персоналом). – 2012. – № 6. – С. 20–24.

4. Потуданская, В. Ф. Влияние организационных факторов на эффективность труда в условиях развития малого бизнеса / В. Ф. Потуданская, И. С. Овод // Омский научный вестник. – 2013. № 3 (119). – С. 53–55.

5. Пиньковецкая, Ю. С. Численность предприятий малого бизнеса в Российской Федерации: результаты анализа / Ю.С. Пиньковецкая // Экономика региона. – 2009. – № 2. – С. 224–229.

6. Основные показатели деятельности малых предприятий (включая микропредприятия) за 2017 год // Официальный сайт Государственного комитета статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/tab-mal_pr_m.htm. Дата обращения: 21.03.2018.

7. Бодункова, А. Г. Социальный капитал как индикатор уровня развития предпринимательской культуры организации / А. Г. Бодункова, И. П. Чёрная // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2012. – Вып. 6. – № 4. – С. 68–76.

8. Горелова, И. Н. Корпоративное обучение как элемент формирования и развития трудовых ресурсов в инновационной экономике / И. Н. Горелова // Мир экономики и управления. – 2016. – Т. 16. – № 3. – С. 57–67.

УДК 005.521:338.45

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В ОМСКЕ

Л. С. Горскина, О. В. Пропп

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы, выявленные в результате проведенного анализа состояния промышленного производства в г. Омске. Исследования основаны на статистических данных, характеризующих ситуацию на промышленных предприятиях Омской области. Представлен рейтинг предприятий, занимающих лидирующие позиции в г. Омске по таким показателям, как объем выпуска продукции, численность персонала, средняя заработная плата, объем инвестиций, прибыль. Раскрыты клю-

чевые проблемы, присущие многим промышленным предприятиям города Омска (низкая заработная плата, плохие условия труда, высокая текучесть кадров, слабая материально-техническая база и др.).

Ключевые слова: промышленность, промышленное производство, предприятия, рейтинг, проблемы, развитие, заработная плата, условия труда, основные фонды.

I. Введение

На современном этапе развитие инновационной экономики и эффективного промышленного сектора приобретает первостепенное значение.

Одно из ведущих мест в экономике Омского региона занимает промышленность. Промышленность – это совокупность предприятий, занятых производством орудий труда, добычей сырья, материалов, производством энергии и дальнейшей обработкой продуктов, полученных в промышленности или произведённых в сельском хозяйстве – производством потребительских товаров [1].

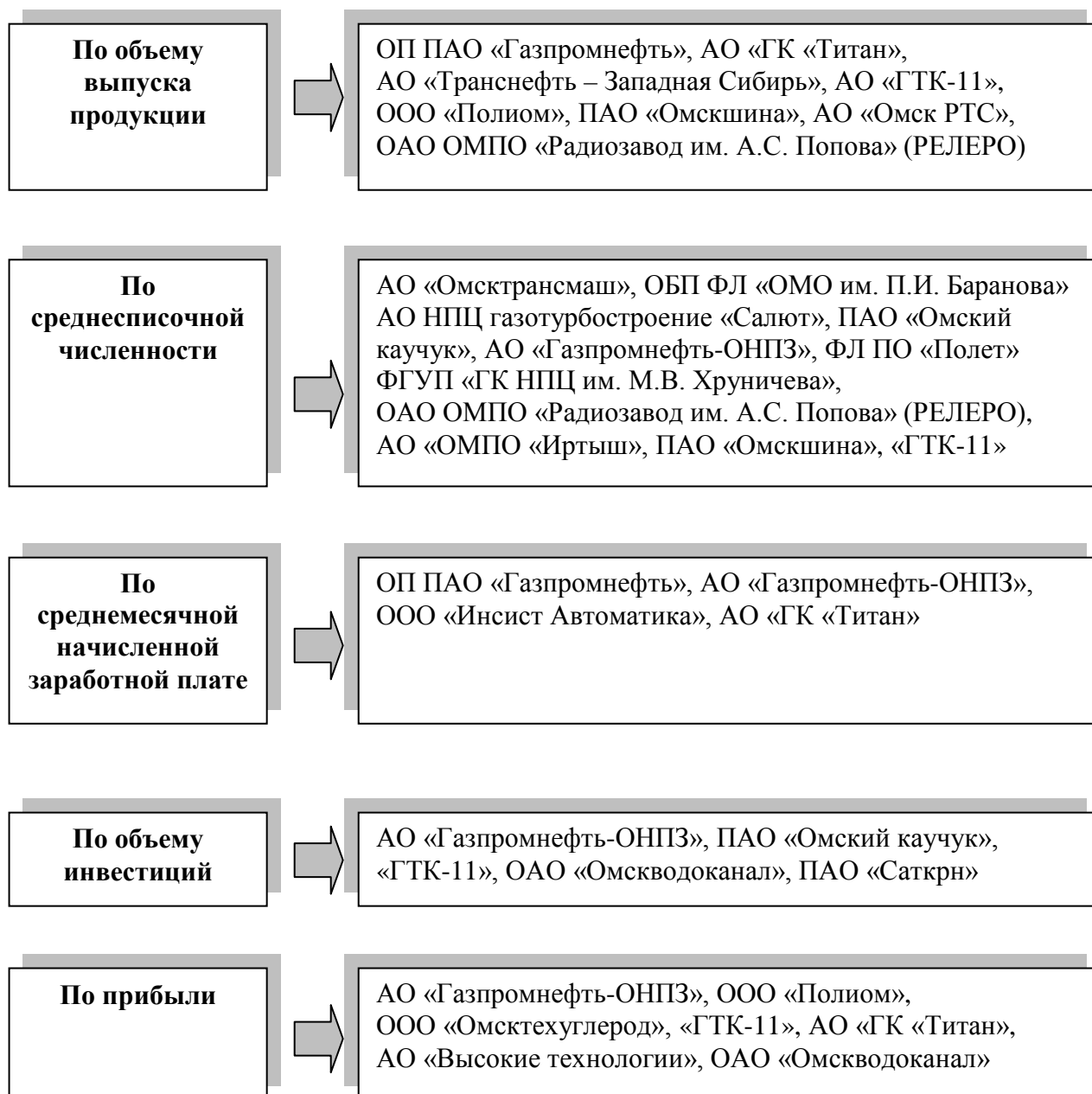
Индекс промышленного производства в Омской области в 2015 году по сравнению с 2014 годом составлял 100,2% (по Российской Федерации – 99,2%), в 2016 году к 2015 году – 97,1% (по РФ 101,3%), в 2017 году к 2016 году – 104% (в РФ 101%). Омская область по индексу промышленного производства занимала в 2015 г. 7 место, в 2016 г. – 11 место, в 2017 г. – 4 место. Индекс промышленного производства в 2015 году по сравнению с 2014 годом составлял 100,2% (по Российской Федерации – 99,2%), в 2016 году к 2015 году – 97,1% (по РФ 101,3%), в 2017 году к 2016 году – 104% (в РФ 101%). Омская область по индексу промышленного производства занимала в 2015 г. 7 место, в 2016 г. – 11 место, в 2017 г. – 4 место [2]. В экономике Омска промышленный сектор на протяжении многих лет преобладает над непромышленным.

II. Результаты исследования

Развитие промышленного производства Омской области является одним из важнейших условий экономического потенциала региона. В 2017 в данном секторе экономики отмечалось [2]:

- валового регионального продукта – 39%;
- оборота организаций – 50% (более 860 млрд. руб. – 108,3 % к 2016 году);
- инвестиций в основной капитал – 20% (около 42 млрд. руб. – 132,2 % к 2016 году);
- прибыли – 65% (24 млрд. руб. – 117,1 % к 2016 году);
- основных фондов – 30%;
- численности работников – 20% (110 тыс. чел. – 97,7 % к 2016 году).

Согласно рейтингу лидирующие позиции в г. Омске занимают следующие предприятия:



Несмотря на то, что ряд промышленных предприятий г. Омска интегрированы как в российскую, так и мировую экономику, выпускают конкурентную продукцию и обеспечивают ее поступление в страны СНГ и Дальнего Зарубежья, внедряют современное оборудование и технологии производства, соответствующие мировым стандартам, более 60% предприятий до сих пор не могут решить ряд проблем, таких как: плохие условия труда, текучесть кадров, низкая заработная плата, значительный износ оборудования, высокий возраст большинства работников, отсутствие профессиональных навыков у работников, опыта работы, низкий уровень стимулирования как материального так и морального поощрения, высокая стоимость нововведений и низкий уровень инвестиций и др.

Проблема высокой текучести кадров за последние пять лет еще больше обострилась. Прием и выбытие работников промышленных предприятий Омской области представлено на рисунке 2.

Численность выбывших работников по собственному желанию с 2013г. по 2015г. остается на одном уровне. В 2016 году численность работников уволенных по собственному желанию снизилась. Это связано с тем, что работники не видят другой альтернативы для смены работы.

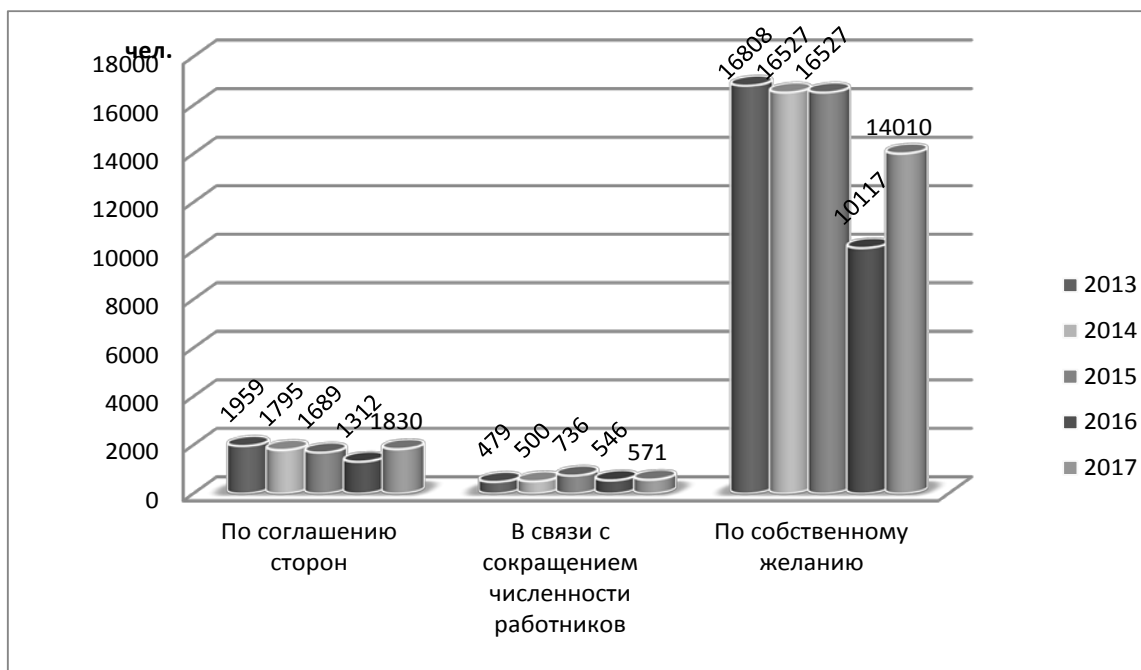


Рис. 1. Выбытие работников промышленных предприятий Омской области в течение года (человек) [2]

Однако в 2017 году опять наблюдается рост данного показателя. Это связано с тем, что молодые квалифицированные кадры мигрируют в другие регионы РФ с более высоким уровнем качества жизни (Москва, Санкт-Петербург, Красноярск, Новосибирск, Тюмень). По данным Росстата в 2017 году Омская область заняла второе место по миграционной убыли по России и первое в СФО. Горожане продолжают покидать г. Омск. Так в январе 2018 года Омскую область покинули 4078 человек, что в 2,5 раза больше по сравнению с январем 2017 года, в другой регион переехали 41,1% омичей, за границу – 11,7%, внутриобластная миграция составила 46,9%, в феврале миграционная убыль составила 625 человек.

Самой распространенной причиной увольнения по собственному желанию в г. Омске является низкая заработная плата (табл. 1).

Таблица 1

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности (рублей) [2]

| | 2000 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Всего в экономике | 1466,1 | 16708,2 | 19087,8 | 21931,2 | 24847,9 | 26204,5 | 27233,7 | 31816,4 |
| в т.ч. обрабатывающие производства | 1599,9 | 16379,0 | 18909,5 | 20749,9 | 23856,4 | 26181,0 | 28736,5 | 32874,0 |

С 2010 года ежегодное увеличение среднемесячной заработной платы работников, занятых в промышленном производстве, составляет в среднем от 10 до 14 %. В 2016 году заработная плата увеличилась на 14,3% по сравнению с 2015 годом. Однако рост потребительских цен превышает увеличение заработной платы на 1%–1,5%. Не секрет, что при трудоустройстве главную роль играет уровень заработной платы, поэтому большинство омичей меняют место работы, только при уверенности в достойной оплате труда. Повышая размер заработной платы, руководство может решить проблему текучести кадров, которая является фактором, затрудняющим поддержание высокого уровня организации производства. При постоянном уровне текучести образуется нестабильный коллектив,

которым управлять значительно сложнее. Высокие показатели сменяемости кадрового состава работников и текучести кадров могут рассматриваться как индикатор производственных и социальных затруднений, с которыми сталкиваются предприятия.

Особой проблемой является плохие условия труда. А.Я. Кибанов определяет условия труда как «совокупность психофизиологических, санитарно-гигиенических, эстетических и социально-психологических состояний производственной среды, оказывающих влияние на функционирование организма работника, его здоровье и продолжительность жизни, работоспособность, удовлетворенность трудом, воспроизводство рабочей силы и эффективности труда» [3, с. 169].

Согласно Трудовому кодексу РФ «работник имеет право на рабочее место, соответствующее государственным нормативным требованиям охраны труда (статья 21) и рабочее место, соответствующее требованиям охраны труда (статья 219)». Кроме того, в соответствии со статьей 212 ТК РФ «работодатель обязан обеспечить соответствующие требованиям охраны труда условия труда на каждом рабочем месте...» [4].

Министерством здравоохранения и социального развития России разработана и осуществляется программа по улучшению условий и охраны труда «Безопасный труд» до 2025 г., которая, в основном, носит организационный и методологический характер. Приказом Министерства здравоохранения и социального развития России № 181н от 1 марта 2012 г. утвержден Типовой перечень ежегодно реализуемых работодателем мероприятий по улучшению условий и охраны труда и снижению уровней профессиональных рисков, охватывающий 31 мероприятие. Круг конкретных мероприятий определяется работодателем исходя из особенностей деятельности предприятия [5, с. 42].

Несмотря на это, проблема обеспечения безопасных условий труда для Омского региона остается очень актуальной. Уровень производственного травматизма выше среднероссийского показателя, а численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с тяжелым исходом за последние пять лет практически не меняется (табл. 2).

Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве по видам экономической деятельности (человек) [6]

| | Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве | | | | | | | | | |
|----------------------------------|---|------|------|------|------|-------------------------------|------|------|------|------|
| | всего | | | | | из них со смертельным исходом | | | | |
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Всего по Омской области, из них: | 643 | 636 | 639 | 593 | 473 | 16 | 23 | 16 | 27 | 18 |
| обрабатывающие производства | 251 | 224 | 242 | 222 | 178 | 2 | 6 | 6 | 1 | 5 |

Проведя анализ причин производственного травматизма, можно сделать вывод, что в 70% случаев их можно было предотвратить при использовании более прогрессивных технологий, тщательной оценке рисков и своевременном обучении персонала, задействованных на производственных предприятиях.

Обращает на себя внимание доля работников промышленных предприятий Омской области, которые заняты в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормативам условий труда (в 2016 году по сравнению с 2012 годом прирост составил 13,1 %), а доля работников, занятых тяжелым физическим трудом в 2016 году составила 15,9 %, что на 7,1 % больше, чем в 2012 году (табл. 3).

В последнее время среди вредных факторов, влияющих на организм работника, выделяется повышенный уровень шума и вибрации. Такие условия труда приводят к снижению трудоспособности и к профессиональным заболеваниям, что влечет за собой дополнительные затраты предприятия: предоставление дополнительного отпуска, бесплатное питание и профилактическое лечение, повышение доплат и др. Трудовой потенциал сложно реализовать в полной мере, если санитарно-гигиенические и физические условия деятельности неудовлетворительны и работник переживает о своем здоровье и безопасности.

**Численность работников промышленных предприятий Омской области,
занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам условий труда
(в % к списочной численности работников, на конец года) [6]**

| Показатели | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|------|------|------|------|------|
| Численность работников, занятых в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормативам условий труда, из них работающих под воздействием: | 27,6 | 30,6 | 37,4 | 39,5 | 40,7 |
| <i>Под воздействием факторов производственной среды:</i> | | | | | |
| повышенного уровня шума, инфра и ультразвука, | 14,5 | 15,6 | 19,2 | 18,8 | 20,0 |
| повышенного уровня вибрации | 1,4 | 1,9 | 4,7 | 3,6 | 3,6 |
| повышенной запыленности воздуха рабочей зоны | 2,2 | 2,2 | 3,2 | 2,7 | н/д |
| повышенной загазованности воздуха рабочей зоны | 2,9 | 3 | 5,8 | 7,9 | н/д |
| <i>Под воздействием факторов трудового процесса:</i> | | | | | |
| тяжести | 8,8 | 9,4 | 12,2 | 13,4 | 15,9 |
| напряженности | 6,9 | 6,1 | 6,9 | 4,9 | 4,6 |

Обеспечение безопасности труда, улучшение условий труда приводят к сокращению профессиональной заболеваемости, числа случаев производственного травматизма, что, в итоге приводит к сокращению затрат на льготы и компенсации сотрудникам, работающим во вредных условиях и увеличивает фонд рабочего времени. Сэкономленные средства могут быть направлены для расширения социального пакета в целях решения таких задач как: уменьшение текучести кадров, повышение мотивации сотрудников, привлечение квалифицированных специалистов, увеличение показателей производительности и эффективности труда, создание благоприятной атмосферы в коллективе.

Еще одной острой проблемой является значительный износ зданий и сооружений, технологического оборудования. На рисунке 2 представлена материально-техническая база промышленных предприятий Омской области.

Основой трудового процесса на промышленном предприятии является уровень оснащённости техникой и оборудованием. На промышленных предприятиях Омской области материально-техническая база на очень низком уровне.

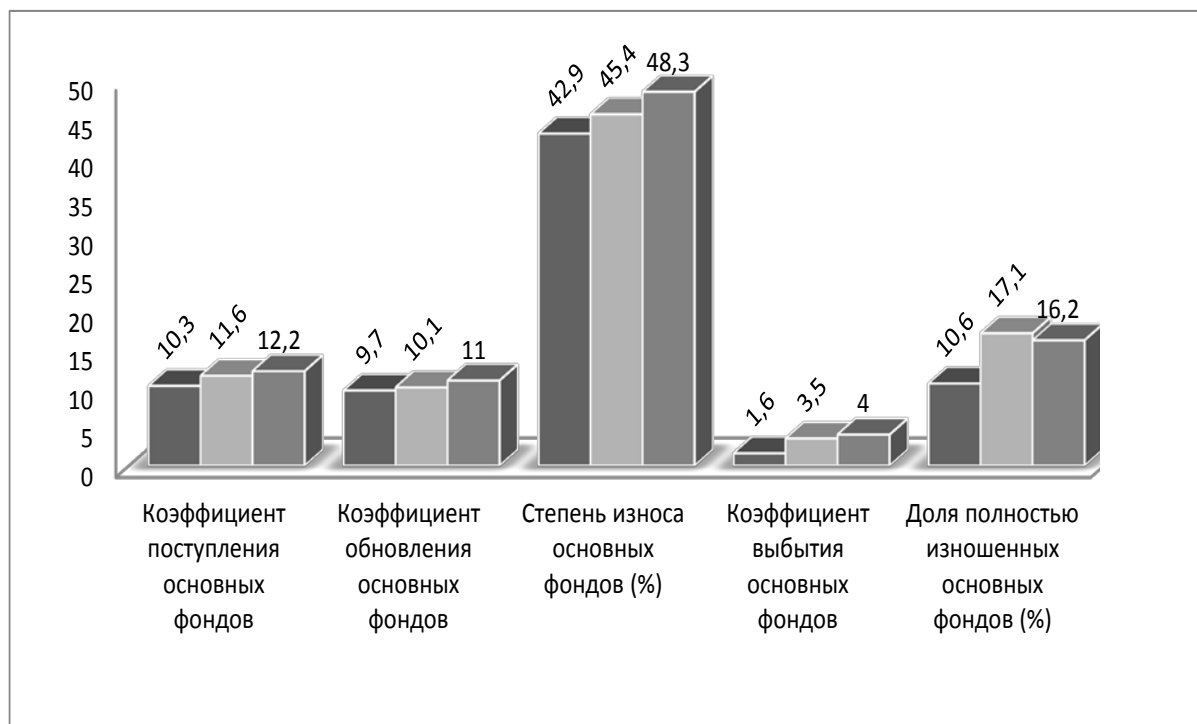


Рис. 2. Материально-техническая база промышленных предприятий [7]

По данным Омскстата степень износа основных фондов составляет более 40 % и продолжает расти (2014 г. – 42,9%, 2015 г. – 45,4%, 2016 г. – 48,3 %). Доля полностью изношенного оборудования с 2014 г. по 2016 г. выросла почти на 10 %. При этом поступление и обновление основных фондов остается практически на одном уровне (10–12 %). По степени износа основных фондов в 2016 году Омская область занимает 33 место в РФ.

Применение морально и физически изношенного оборудования связано с повышением уровня вредных и опасных производственных факторов. Обновление оборудования, технологическая модернизация способствуют улучшению условий труда. Существенные затраты на ремонт препятствуют подлинной технической модернизации промышленности. Проблемой является нехватка инвестиций в новое оборудование. Все это может быть причиной выпуска менее конкурентоспособной продукции.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что для обеспечения инновационного развития промышленных предприятий Омской области необходима дальнейшая реализация Государственных целевых программ Омской области («Развитие отношений в сфере труда и занятости населения Омской области до 2020 года», «Оказание содействия добровольному переселению в Омскую область соотечественников, проживающих за рубежом», «Развитие культуры и туризма» на 2014–2020 г., «Охрана окружающей среды Омской области», «Развитие промышленности Омской области» и др.), направленных на повышение заработной платы, привлечение высококвалифицированных кадров, обновление производственных фондов, привлечение инвестиций, повышение уровня качества жизни и качества трудовой жизни.

III. Заключение

Несмотря на выше обозначенные проблемы, Омская промышленность продолжает развиваться. На предприятиях внедряются передовые технологии и новые инновационные решения. Продолжается развитие кластерной модели, обозначенной в Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2025 года. Многие из промышленных предприятий входят в состав предприятий «флагманов» («флагманы» – конкурентоспособные, экономикаобразующие организации). Развитие промышленности Омска позволит улучшить социально-экономическое положение региона, поднять уровень качества жизни населения, привлечь частных инвесторов, остановить миграционный отток населения.

Список литературы

1. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/bse/> (дата 20.04.2018)
2. Промышленное производство Омской области в цифрах: Стат. сбор. // Омкстат. – Омск, 2018. – 63 с.
3. Кибанов, А. Я. Экономика и социология труда: учебник / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 584 с.

4. Трудовой кодекс Российской Федерации. – Москва: Проспект, 2017. – 256 с.

5. Горскина, Л. С. Безопасные условия труда как элемент повышения качества трудовой жизни на промышленных предприятиях Омского региона // *TheScientificMethod*. – №4(4)/2017. – С. 41–44.

6. Омский областной статистический ежегодник: Стат. сб. в 2-х частях // Омкстат. – Омск, 2017. – Ч. I. – 243 с.

7. Омский областной статистический ежегодник: Стат. сб. в 2-х частях // Омкстат. – Омск, 2017. – Ч. II. – 390 с.

8. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://omsk.gks.ru/> (дата 10.03.2017).

УДК 331.53

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ

М. Л. Калужский

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», г. Омск, Россия

Аннотация: Доклад посвящен результатам институционального анализа трансформации инфраструктуры рынка труда в России. Институциональные изменения, связанные с виртуализацией инфраструктуры рынка труда крайне слабо исследованы в научной литературе в силу новизны рассматриваемого явления. Целью доклада является вынесение на обсуждение процессов, связанных с виртуализацией российского рынка труда под влиянием облачных технологий. Автор анализирует последствия коммерциализации посреднических услуг, обосновывает закономерности институционального развития рынка труда и дает оценку институциональной политики регулятора.

Ключевые слова: Рынок труда, HR-маркетинг, маркетинг персонала, институциональная политика, профессиональные сети, облачные технологии, сетевая экономика, занятость населения.

I. Введение

Развитие институтов сетевой экономики предопределило изменения в структуре экономического развития предприятий и регионов, вызванные освоением облачных технологий и виртуализацией инструментов управления. Сферами деятельности, в наибольшей степени затронутыми институциональной трансформацией, стали кадровая политика предприятий и региональная политика занятости. Интернет-технологии спровоцировали спонтанную самоорганизацию на рынке труда, к которой первоначально ни предприятия, ни органы государственного управления оказались не готовы.

На базе этих технологий сформировалась новая, виртуальная инфраструктура рынка труда, существующая параллельно с традиционной инфраструктурой и постепенно вытесняющая ее с этого рынка. То, что зарождалось вначале как инструмент HR-маркетинга, превратилось в самостоятельный элемент рынка труда и продолжает эволюционировать в направлении специализированных электронных торговых площадок. Формы и виды виртуального посредничества могут существенно различаться. Однако объединяет их одно – все они предлагают пользователям расширенный и улучшенный функционал, недоступный традиционным службам занятости.

Структурные изменения на рынке труда

Прежняя инфраструктура рынка труда состояла из государственных служб занятости, центров переподготовки, а также специализированных СМИ и независимых посредников. Первоначально несистемные (не относящиеся к государственной инфраструктуре) посредники играли второстепенную роль. Они не могли всерьез конкурировать с государственными службами занятости населения, обладавшими административными возможностями, разветвленной структурой и имевшие бюджетное финансирование. Однако компьютеризация и облачные технологии нивелирова-

ли эти преимущества, открыв новые возможности для предпринимательской активности:

1. Дистанционное обслуживание пользователей независимо от их местонахождения.
2. Возможность хранения и обработки большого объема информации.
3. Компьютеризация операций и минимизация операционных издержек.
4. Виртуализация оказываемых услуг на основе облачных технологий.

В результате произошло резкое снижение затрат, связанных с предоставлением посреднических услуг. Входной барьер на рынке труда снизился до минимальных значений, сделав посредничество доступным для энтузиастов и экспериментаторов. Это привело к бурному росту интернет-сервисов, ориентированных на участников рынка труда в самых разнообразных формах: от электронных досок объявлений до банков вакансий и профессиональных сообществ. В своей совокупности они образовали новую, виртуальную инфраструктуру рынка труда, т.н. «профессиональные сети».

Такие сети имеют как минимум одну общую черту – все они основаны на интернет-технологиях и могут удаленно взаимодействовать с пользователями в процессе совместного использования информации и ресурсов. Они не оказывают услуги в ходе личного общения, как традиционные службы занятости, но предоставляют (платно или бесплатно) пользователям удаленный доступ к автоматизированным базам данных. Им не нужен персонал для работы с клиентами, а также офисы, оборудование и т.д. Однако их конкурентное преимущество определяется не только этим, но и сокращением издержек пользователей при трудоустройстве.

Работодатели, благодаря им, получают доступ к мгновенно актуализируемым базам данных, готовую информацию для принятия решений и возможность удаленного контакта с соискателями. Они экономят на ускорении процесса отбора персонала и увеличении выбора. Соискатели получают больше информации о вакансиях, самостоятельно формируют портфолио и инициативно взаимодействуют с работодателями, обретая независимость от служб занятости и субъектность при поиске работы.

Если представить эволюцию виртуальной инфраструктуры рынка труда в виде стандартной модели жизненного цикла, то нынешняя ситуация соответствует второму его этапу (рост). [1; с. 90] На завершении этого этапа заканчивается формирование новых институций, рынок делится между участниками, а на смену экстенсивному развитию приходит углубление специализации.

Однако практика несколько отличается от теории. С одной стороны, ахиллесовой пятой коммерческой инфраструктуры виртуального рынка труда является неизбежная коммерциализация предоставляемых услуг, когда профессиональные сети акцентируются на рекламе в ущерб удовлетворению реальных потребностей пользователей. С другой стороны, государство как институциональный регулятор, сориентировавшись в ситуации берет на вооружение наиболее эффективные методы коммерческих посредников. Его преимущество состоит в том, что вместо навязчивой рекламы, ухода от ответственности и ненужных платных услуг государство предлагает бесплатный сервис, ориентированный на реальные потребности пользователей.¹

Рынок труда вновь готовится пережить переломный момент в своем развитии, выгодоприобретателями которого станут конечные потребители. Этот процесс не кажется спонтанным, если принять во внимание институциональные причины и закономерности, предопределяющие результат любых рыночных новаций.

Коммерческая инфраструктура рынка труда

Коммерческая инфраструктура виртуального рынка труда представлена целым спектром профессиональных сетей, охватывающих все его сегменты. На виртуальном рынке труда она включает пять основных видов сетей:

1) *социальные профессиональные сети (СПС)* – LinkedIn, Viadeo, Профессионалы.ру и др.;

2) *профессиональные сообщества (ИПС)* – InnoCentive, E-xecutive и др.;

3) *электронные базы резюме (ЭБР)* – HeadHunter, Superjob, XING и др.;

¹ Речь идет о интернет-портале «Работа в России» и сети профессиональных контактов SkillsNet.

4) *электронные доски объявлений (ЭДО)* – Indeed, Worki и ряд др.;

5) *сетевые сервисы фриланса (ССФ)* – FL.ru, Weblancer, Яндекс-такси, Uber и пр.

Каждый из них ориентирован на собственную целевую аудиторию, отражающую интересы отдельной категории соискателей вакансий. Особенности этих целевых аудиторий в целом соответствуют модели пирамиды потребностей А. Маслоу (см. рис. 1).



Рис. 1. Целевая сегментация профессиональных сетей на виртуальном рынке труда

Источник: составлено автором.

На виртуальном рынке труда профессиональные сети формируются под влиянием сегментов, на которые они ориентированы, определяющих их специфику, рыночную политику и стратегии:

1. **Социальные профессиональные сети (СПС)** – высший уровень профессиональных сетей, рассчитанных на топ-менеджеров и узкопрофильных специалистов, для которых имидж и узнаваемость являются фактором востребованности работодателями. СПС предлагают им инструментарий для профессионального общения, уподобляясь глобальным соци-

альным сетям (Facebook, ВКонтакте и др.). Однако СПС не предоставляют площадку для заключения виртуальных сделок, не гарантируют их соблюдение и не оценивают пользователей. У СПС самый большой дисбаланс между числом зарегистрированных и реальных пользователей. Монетизируют контент СПС за счет продажи премиум-аккаунтов, размещения рекламы и платных объявлений.

2. Профессиональные сообщества (ИПС) – предпоследний уровень профессиональных сетей, рассчитанный на менеджеров среднего звена и высококвалифицированных специалистов. Здесь также делается ставка на самопиар пользователей, но осуществляется он в форме персональных блогов и размещения авторских статей. ИПС позиционируют себя как профессиональные сообщества, где пользователи получают возможность добиться профессионального признания, повысив свои шансы в глазах потенциальных работодателей. ИПС тоже не участвуют в сделках на рынке труда и не принимают на себя ответственность по ним перед пользователями. Монетизация контента ИПС мало отличается от монетизации контента СПС.

3. Электронные базы резюме (ЭБР) – центральный уровень профессиональных сетей, ориентированный на специалистов среднего звена и квалифицированных рабочих, а также на работодателей, для которых актуален принцип «здесь и сейчас». Пользователи ЭБР размещают свои резюме (а иногда и вакансии) на бессрочной основе. Монетизация контента происходит так же, как на предыдущих уровнях, плюс практикуется взимание платы с соискателей за приоритетную выдачу резюме по запросу работодателей и с работодателей за платное размещение вакансий. ЭБР гораздо ближе к конечным пользователям, но и они не участвуют в сделках на рынке труда.

4. Электронные доски объявлений (ЭДО) – второй уровень в иерархии профессиональных сетей, логическое продолжение специализированных печатных изданий, ориентированный на помощь в поиске участников сделок. ЭДО имеют ограниченный ассортимент платных услуг, а многие из них вообще бесплатны. Основным источником их монетизации связан с размещением внешней рекламы на своих страницах. Входной барьер

на этом рынке очень низок а конкуренция высока, поскольку создание ЭДО доступно каждому. ЭДО не могут позволить себе широкий функционал, большой штат или затраты на продвижение. Некоторые преимущества имеют корпоративные или региональные ЭДО. Однако участия в сделках они также не принимают.

5. Сетевые сервисы фриланса (ССФ) – нижний (базовый) уровень профессиональных сетей, самый близкий к нуждам пользователей, которые не надеются на постоянную высокооплачиваемую работу. Их интересуют разовые сделки по продаже индивидуально выполненных работ или услуг. Это совершенно особенный вид профессиональных сетей, наиболее близкий по своему функционалу к электронным торговым площадкам (eBay, AliExpress и др.). ССФ полностью принимают на себя всю полноту ответственности перед пользователями, напрямую участвуя в сделках (эскроу, арбитраж, рейтинг пользователей и т.д.). В некоторых случаях они даже замещают участников сделок в отношениях с клиентами и заказчиками (Яндекс-такси, Uber). Монетизация ССФ обеспечивается за счет взимания процента со сделок.

Несмотря на большое число и ассортимент профессиональных сетей на виртуальном рынке труда, процесс их институционального становления нельзя назвать завершенным. Основным недостатком большинства из них является ориентированность на оказание платных услуг, не связанных с трудоустройством. Это не позволяет им долгосрочно закрепиться на рынке труда. Несмотря на многомиллионную численность зарегистрированных пользователей, число их активных участников крайне невелико. Доказательством этому может служить рост популярности профессиональных сетей нижних уровней. Причина происходящего, по-видимому, кроется в приоритете экономических потребностей над социальными потребностями пользователей.

Государственная инфраструктура занятости

В ближайшее время традиционная инфраструктура служб занятости вряд ли уйдет с рынка труда, поскольку за ней стоит практически неограниченный ресурс государства и заинтересованность безработных в получении денежных пособий. Все, что выходит за рамки стандартного ком-

плекса государственных услуг, является полем для экспериментов спонтанных рыночных образований. Они первыми внедряют новые сервисы и инструменты, но и они же и принимают на себя риск, связанный с неудачными нововведениями.

Для удержания контроля над ситуацией на рынке труда государству вынуждено внедрять наиболее успешные технологии, созданные и апробированные профессиональными сетями. При этом у регулятора есть одно неоспоримое преимущество – некоммерческий характер предоставляемых услуг. Так, например, созданный Министерством труда и социальной защиты РФ интернет-портал «Работа в России» предоставляет участникам рынка труда все информационные услуги на бесплатной основе.² В качестве дополнительного функционала весной 2018 г. запущена профессиональная социальная сеть SkillsNet.³ Такой подход позволяет решить множество проблем не только в сфере институционального регулирования, но и при заключении контрактов между участниками рынка труда.

Некоторые преимущества интернет-портала «Работа в России» на рынке труда:

1. Услуги портала абсолютно бесплатны для всех пользователей (как работодателей, так и соискателей вакансий). Это освобождает их от необходимости покупки премиум-аккаунтов и оплаты рекламных опций в коммерческих профессиональных сетях.

2. Информационная поддержка Минтруда России, выражающаяся в наполнении базы данных информацией служб занятости. Это обеспечивает portalу безусловное лидерство на рынке труда и создает ценовое давление на коммерческих участников рынка.

3. Информационная поддержка крупных госкомпаний (РЖД, Газпром и др.) способствует наполнению базы данных портала востребованными вакансиями. Это экономит их затраты на набор персонала и повышает привлекательность портала.

4. Подведомственность портала Минтруду РФ превращает региональные службы занятости населения в представительства сервиса на местах. Это позволяет охватить аудиторию, находящуюся вне сферы влияния коммерческих профессиональных сетей.

² Работа в России: Общероссийская база вакансий. – Режим доступа: <https://trudvsem.ru>.

³ SkillsNet: Общероссийская социальная сеть деловых контактов. – Режим доступа: <https://skillsnet.ru>.

5. Облачные технологии размещения баз данных повышают их доступность и охват аудитории пользователей. Это позволяет оптимизировать численность персонала региональных служб занятости населения и сократить затраты на их содержание.

6. Концентрация информации на единой платформе превращает портал в незаменимый источник первичной информации о состоянии рынка труда. Это делает его одним из важнейших инструментов реализации государственных программ занятости.

7. На базе профессиональной сети SkillsNet впервые в России внедрена система отзывов и рейтинговых оценок работодателей.⁴ В перспективе это может стать одним из механизмов повышения социальной ответственности работодателей.

8. Принятие на себя арбитражных функций при заключении трудовых контрактов в форме сервиса проверки соответствия трудового договора нормам законодательства. Это способствует повышению социальной защищенности соискателей.

9. Наличие отдельного функционала для инвалидов и студентов в структуре портала. Это позволяет обеспечить социальную поддержку малообеспеченных слоев населения, охватив наименее интересные для профессиональных коммерческих сетей аудитории.

В настоящее время на портале «Работа в России» размещено свыше 1,3 млн. вакансий от служб занятости и крупных работодателей, а также около 600 тыс. резюме. Из них около 30% резюме – от студентов и соискателей без опыта работы и 5% резюме от соискателей вакансий, не требующих квалификации.⁵ Пока основную аудиторию портала составляют соискатели рабочих и малооплачиваемых специальностей, а также работодатели с не самыми популярными предложениями. Высококвалифицированные специалисты и управленцы не спешат обращаться к этому ресурсу.

Однако ситуация изменится с массовым притоком соискателей вакансий и работодателей. Портал «Работа в России» представляет собой пря-

⁴ Единственный аналог в мировой практике – профессиональная сеть Glassdoor (США).

⁵ Наборы данных / Работа в России: Общероссийская база вакансий. – Режим доступа: <https://trudvsem.ru/opendata> (дата обращения: 02.05.2018 г.).

мой коммуникативный канал с зарегистрированными работодателями. Каждому из них в большем количестве требуются рядовые сотрудники, нежели управленцы высшего звена или специалисты редких профессий. Это значит, что они не просто будут использовать новую возможность бесплатного найма персонала, но и ответят на прямые запросы соискателей более интересных вакансий. А далее все будет зависеть от аргументов и активности самих соискателей. Например, студенты и молодые специалисты благодаря расширенному функционалу уже сейчас могут беспрепятственно пройти стажировку в заинтересовавшей их компании.

Коммерческие профессиональные сети оказываются здесь в заведомо проигрышной позиции, поскольку не способны оказывать бесплатные услуги и услуги, не обеспечивающие достаточную прибыль. Большинство из них не могут даже перейти с финансирования за счет продажи рекламы к финансированию за счет комиссии со сделок на рынке труда. Портал «Работа в России», как полностью бюджетный проект, наоборот, преследует совершенно иную цель – оказание социальных услуг населению. Важным побочным эффектом этого является сокращение затрат на содержание служб занятости благодаря перехода к облачным технологиям.

В ближайшей перспективе столь уникальное положение портала «Работа в России» неизбежно превращает его в логистического провайдера, институционализирующего развитие виртуального рынка труда в России. Потенциально он способен обеспечивать институциональные условия для заключения сделок на виртуальном рынке труда так же, как электронные торговые площадки (Amazon, eBay, Alibaba и др.) обеспечивают условия для заключения сделок на потребительском рынке. Тогда как некоммерческий характер портала позволяет предоставлять пользователям на рынке труда именно те услуги, в которых они действительно нуждаются.⁶

Заключение

Институциональные процессы, наблюдаемые сегодня на рынке труда, лишней раз подтверждают экзогенную природу происходящих институциональных явлений. Рыночный спрос и ресурсы пользователей служат

⁶ Похожим образом, например, ФГУП «Почта России» обеспечивает российским пользователям условия для совершения трансграничных электронных сделок на рынке потребительских товаров.

первопричиной спонтанного появления и бурного развития профессиональных сетей. Рынок корректирует предложение посреднических услуг через изменение потребительского спроса. Эффективное институциональное регулирование позволило государству стимулировать конкуренцию и направить институциональное развитие рынка в нужное русло.

На первом этапе коммерческие профессиональные сети обладали значительным преимуществом перед государственной инфраструктурой занятости населения. При этом большинство из них не стало принимать на себя ответственность перед пользователями и сделало ставку на монетизацию за счет рекламы. Здесь их интересы вошли в объективное противоречие с интересами пользователей, рассчитывающими на заключение сделок и с интересами государства, преследующего прежде всего социальные цели на рынке труда. В условиях отсутствия альтернатив это противоречие могло носить латентный характер, если бы в ситуацию не вмешался институциональный регулятор. [2]

Это вмешательство обусловлено неспособностью коммерческих посредников реализовать функцию формирования общедоступной и эффективной для всех инфраструктуры рынка труда. Целью регулирующего вмешательства стало создание единой информационной системы для всех пользователей, независимо от их платежеспособности, востребованности и других параметров. Институциональное регулирование не нарушило конкурентную среду, а, наоборот, сняло накопившиеся противоречия и дисбалансы на рынке труда.

Трудно усомниться в том, что новые государственные услуги будут востребованы как работодателями, так и соискателями вакансий, поскольку коммерческие сети не в состоянии предложить пока достойной альтернативы. В ближайшее время станет ясно, какое влияние окажет это на состояние виртуального рынка труда в России. С другой стороны, важно понять, удастся ли регулятору скорректировать на качественно новом уровне организации инфраструктуру рынка, обеспечив равные возможности для всех его участников. Продолжение исследований в указанном направлении откроет дополнительные возможности для изучения институциональных процессов, связанных с виртуализацией отечественного рынка труда.

Список литературы

1. Калужский, М. Л. Системный подход, самоорганизация и цикличность в институциональной экономической теории // Омский научный вестник. – 2012. – № 5 (112). – С. 88–92.

2. Постановление Правительства РФ № 885 от 25.08.2015 г. «Об информационно-аналитической системе «Общероссийская база вакансий "Работа в России"». [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).

УДК 377.3

ПОВЫШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-КВАЛИФИКАЦИОННОГО УРОВНЯ ПЕРСОНАЛА

К. В. Крумина¹, О. Г. Заровчатская²

*¹Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

*²Муниципальное казенное учреждение дополнительного образования
«Одесская детская школа искусств»*

Аннотация: В статье рассматривается процесс повышения квалификации преподавателей детской школы искусств и создание рекомендации по совершенствованию системы повышения профессионально-квалификационного уровня педагогического персонала. В статье приводятся результаты анализа профессионально-квалификационного уровня персонала, выявляются факторы, негативно влияющие на процессы повышения профессионально-квалификационного уровня педагогов, а также предлагаются рекомендации по совершенствованию аттестации педагогического персонала.

Ключевые слова и словосочетания: персонал, управление персоналом, квалификация персонала, аттестация персонала, профессионально-квалификационный уровень, образование.

I. Введение

Вопросы развития и эффективного функционирования системы постоянного обновления знаний и компетенций персонала, подготовки переподготовки и повышения квалификации специалистов в образовательных учреждениях в современных условиях приобретают особую актуальность. Изменения, связанные с новыми нормативными документами, в том числе разработанными образовательными стандартами, коснулись всех уровней образования, поэтому и появились новые задачи в области повышения профессионального уровня сотрудников.

Целью статьи является рассмотрение процесса повышения квалификации преподавателей детской школы искусств и создание рекомендаций по организации аттестации педагогического персонала.

II. Теоретическая часть

В настоящее время необходимостью стало обучение в течение всей жизни, постоянное повышение квалификационного уровня. В современных условиях любой руководитель должен не только подобрать квалифицированный персонал, но и уделять постоянное внимание поддержанию и росту профессионального уровня в соответствии с новыми задачами и изменяющимися (как правило, ужесточающимися) условиями внешней среды. Поэтому повышение профессионально-квалификационного уровня персонала предприятий и организаций является постоянно проводимой на предприятии работой.

Повышение квалификации начинается с определения потребностей в обучении. Для этого выявляется степень соответствия между имеющимся и требуемым уровнем подготовленности сотрудника. На основании анализа потребностей обучения и ресурсов (временных, материальных, интеллектуальных) организации формируется план обучения, определяются цели профессионального обучения, а также критерии оценки его эффективности.

После определения потребностей переходят к этапу подготовки программы обучения. Обычно для штатных сотрудников перед этапом обучения происходит оценка деятельности сотрудника в форме аттестации. В процессе оценки уточняется потребность работников в обучении для приведения в соответствие уровня их квалификации установленным в организации требованиям и стандартам. При этом могут быть выявлены работники, имеющие определенный недостаток профессиональной подготовки, которые могут улучшить свои показатели в результате обучения, а также те работники, чей потенциал позволяет выдвинуть их в кадровый резерв, что также требует проведения обучения.

С целью стимулирования работников, роста их профессионального уровня, повышения качества обучения была введена аттестация. Одной из задач аттестации является также установление соответствия между качеством работы учителя и его зарплатой, что осуществляется путем присвоения педагогу квалификационной категории в соответствии с уровнем решаемых им задач.

III. Практическая часть

В соответствии с нормативными документами повышение квалификации преподавателей детских школ искусств является обязательным элементом профессиональной деятельности.

В качестве объекта исследования рассматривается персонал Одесской школы искусств. Кадровый состав включает 17 педагогических работников (из них - 3 внешних совместителя). Укомплектованность штата педагогических работников составляет 80,9%. Важной характеристикой готовности педагогических работников к осуществлению профессионально-педагогической деятельности является их профессиональная компетентность. Качественным выражением профессиональной компетенции педагогических работников, как правило, является уровень категории (наличие или отсутствие у педагогов квалификационных категорий) – 47% педагогов имеют высшую и 1 категории. Всего 82% педагогов в 2016/2017 учебном году имеют квалификационные категории. Средний возраст педагогов – 43 года. 35% педагогов имеют стаж работы более 25 лет. Молодые кадры не приходят в штат организации, что связано, в первую очередь,

с низкой зарплатой, и традиционными проблемами села (отсутствие комфортабельного жилья, гарантий занятости и т.д.).

Доступность и государственные гарантии повышения квалификации для каждого работника были закреплены специальной программной поддержкой Министерства культуры Омской области до 2015 года, когда областным бюджетом планомерно выделялись субсидии на эти цели. Но качество предоставления программ повышения квалификации учреждением, за которым было закреплено право предоставления услуг повышения квалификации для работников культуры бесплатно на постоянной основе, по общему мнению пользователей (педагогических работников нашего учреждения и школ искусств области), не считалось совершенно удовлетворительным. Поступали заявки от преподавателей с пожеланиями прохождения учебы в рамках повышения квалификации в другом ведомственном учреждении, где действительно реализовывались очень эффективные программы, но платно. С 2015 года программа финансовой поддержки со стороны областного бюджета завершилась. Без доли софинансирования, выделяемых средств местным бюджетом на эти цели хватает на обучение 1–2 человек.

На основе анализа о прохождении курсов повышения квалификации педагогическими работниками за последние 5 лет можно сделать следующие выводы: среднегодовой процент охвата педагогов, повышающих свой профессиональный уровень через прохождение курсов за последние 5 лет составляет 19%; по результатам персонального отслеживания, можно сделать вывод, что задумываются о прохождении курсов педагоги непосредственно только перед аттестацией; растет количество педагогов, которые отказываются от прохождения курсов, мотивируя это нежеланием проходить процедуру аттестации.

Возникла необходимость выявить основные причины негативного отношения к процессу аттестации. С этой целью среди педагогических работников было проведено анкетирование. Был задан вопрос: «Какие причины побуждают Вас участвовать в аттестации?». 70% опрошенных уверены, что аттестация это необходимый процесс для повышения профессионального уровня, для соответствия профессиональному, современному уровню преподавания и профессиональной компетентности. Педагоги от-

мечают необходимость самообучения, самоутверждения как педагога, соблюдения квалификационных требований к педагогической деятельности. 30% коллектива считают прохождение аттестации вынужденной мерой: «Положено по закону», «Для статуса школы», «Потому, что нужно».

Анкетирование позволило выявить, что основное количество опрошенных не знает точный размер оплаты за квалификационную категорию. Это позволяет сделать выводы о необходимости полного и четкого информирования о системе оплаты за категорию со стороны руководства. Доплаты за категорию минимальны и люди привыкают, что это совершенно не существенная добавка к зарплате и за ней можно не следить.

В тоже время почти 80% опрошенных согласны с утверждением, что: «чем выше сумма за квалификационную категорию, тем сложнее должен быть способ ее получения» и 100% опрошенных считают необходимой оплату за категорию существенно повысить. Педагоги должны быть сами заинтересованы в повышении квалификации, но для этого необходимо задействовать в том числе и финансовые стимулы.

К перспективе постоянного повышения квалификации и использования современных технологий в профессиональной деятельности положительно отнеслись 85% опрошенных, но почти все отмечают необходимость практической и информационной помощи для прохождения процедуры аттестации.

Несомненно, прохождение аттестации – это процесс, который требует активной и целенаправленной подготовки, систематизации своих и учебных достижений. Преподавателей пугает не столько объем проводимой работы, сколько необходимость все документально оформить и очень подробно подтвердить.

На основе всего вышеизложенного можно обозначить факторы, негативно влияющие на особенности повышения профессионально-квалификационного уровня работников организации и педагогов дополнительного образования в целом. К ним относятся: недостаточная мотивированность работников к повышению квалификационного уровня и в частности к процессу повышения квалификации; неадекватность материального стимулирования; бюрократизация процесса аттестации; неудовлетворенность качеством информации, получаемой на курсах повышения квалифи-

кации; возникновение противоречий между повышающимися требованиями общества и государства и неспособностью традиционной системы ДПО обеспечить качество повышения квалификации.

В целях совершенствования системы повышения квалификации педагогических работников необходим переход от сложившейся практики периодического (а чаще всего – эпизодического) обучения к непрерывному пополнению и обновлению знаний. В качестве одного из направлений работы по повышению квалификационного уровня педагогических работников предлагается использовать разноуровневую модель непрерывного повышения профессионального мастерства педагогов. Предложенная система имеет три уровня.

- I уровень, дающий импульс к аттестации. Сюда же можно отнести работников, прошедших аттестацию на соответствие занимаемой должности в рамках образовательного учреждения. На этом уровне обеспечивается определение целей деятельности педагога, определяется освоение педагогических технологий. Работа с педагогами на 1-м уровне ведется в форме консультаций, практикумов, коллективных творческих дел, разностороннего анализа со стороны руководства.

- II уровень, совпадающий с аттестацией на I категорию, в большей степени требует новых подходов и организации работы с педагогами на более высоком уровне сложности. Востребованы такие формы работы с педагогами как творческая встреча, посещение и анализ занятий, мероприятий, открытое занятие, защита программы, где отслеживаются методики, определяются технологии, гарантирующие результативность. Главной задачей, исходя из современных требований, на 2-м уровне становится задача активного наращивания педагогического опыта, отработки его на методическом уровне.

- на III уровне, соответствующем аттестации на высшую категорию, определена задача внедрения и распространения педагогического опыта. Обобщение личного вклада в повышение качества образования, совершенствование методов обучения и воспитания. Такая работа осуществляется с применением многообразных специфических форм работы с педагогическими кадрами и реализуется через личностно-ориентированный подход.

Предложенная модель повышения квалификации предполагает прохождение каждым преподавателем ДШИ нескольких этапов обучения, переходя от репродуктивной стадии к интегративной и творческой, где переход из одной стадии в другую будет подтверждаться процедурой аттестации разного уровня.

IV. Заключение

В результате приходим к выводу, что организации повышения профессионально-квалификационного уровня персонала образовательного учреждения необходимо учитывать следующие факторы:

1. Необходимо ежегодно анализировать ситуацию по повышению профессиональной квалификации сотрудников. Анализ включает в себя количественную и качественную информацию о том, сколько и кто именно из сотрудников прошел обучение, когда, по каким темам, в каких обучающих организациях. Проводить опрос сотрудников на предмет выявления их потребностей в обучении.

2. Ежегодно планировать и организовывать внутреннее повышение квалификации по различным актуальным направлениям деятельности образовательного учреждения собственными силами или с приглашением внешних специалистов. По итогам обучения обязательна обратная связь от слушателей курсов.

3. Оплачивать обучение своего сотрудника в других образовательных учреждениях, если эти курсы соответствуют его основной деятельности и будут способствовать повышению качества его работы.

4. Руководство может дополнительно поощрить сотрудника, если тот обучился по собственной инициативе, и оплатил это обучение самостоятельно.

5. Еще раз повторим, что основными, в данном случае, являются методы материальной мотивации. Если сотрудники будут материально заинтересованы в повышении квалификации за счет получения более высокой категории, то и мотивация заниматься своим квалификационным ростом будет расти.

Все представленные выше мероприятия должны способствовать повышению профессионально-квалификационного уровня персонала образовательной организации.

ТРУДОВАЯ ДЕМОКРАТИЯ КАК МЕЖОТРАСЛЕВАЯ НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА

А. Г. Лапкина

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: В последние десятилетия в экономических науках огромное влияние уделяется проблемам эффективности производственных процессов и, в частности, использованию человеческого потенциала. В рамках изучения данного вопроса возникло понимание необходимости повышения образовательно-квалификационного уровня настоящих и будущих специалистов в социально-трудовой сфере, путем изучения новых возможных направлений и условий повышения эффективности труда персонала современных предприятий. За основу теоретико-методологического исследования взято предположение о том, что дифференциация накопленного научного знания на более узкоспециализированные сектора с учётом межотраслевого подхода, будет способствовать расширению возможностей применения этих знаний в практической деятельности современных предприятий. На основании данного предположения сформулировано определение «трудовой демократии» как научной дисциплины, а также обоснована возможность считать её таковой.

Ключевые слова: трудовая демократия, эффективность труда, наука, научное знание, научная дисциплина, межотраслевая научная дисциплина.

I. Введение

В современное время, время научно-технического развития и прогресса, человечество ясно осознаёт особую значимость и место образования и науки в жизни всего общества. С каждым годом все больше и боль-

ше внимания уделяется осуществлению научных исследований во всевозможных областях человеческой деятельности и отраслях производства. Растёт стремление людей получать новые знания создавать новые машины и технологии, способствующие повышению эффективности трудовых и производственных процессов по созданию материальных благ.

II. Постановка задачи

Говоря о современной науке, заметим, что она функционирует и развивается в особенную историческую эпоху. В этот исторический период развитие науки можно охарактеризовать её широкой вовлечённостью в решение различного рода проблем выбора стратегий развития общества и, как следствие, её экспансией в новые предметные области. Все это способствует расширению потребности общества в применении научных знаний на благо не только себя, своего предприятия и региона, но и на благо всего цивилизационного развития.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что на современном этапе развития науки и образования, особенную актуальность приобретает теоретико-методологическая проблема, когда одновременно с процессами дифференциации накопленных научных знаний по отраслям, не менее значимым и важным становится их интеграция, предполагающая междисциплинарный и межотраслевой подходы. Такие процессы способствуют углублению и систематизации научных знаний, что совершенствует возможности их применения в практической деятельности хозяйствующих субъектов.

III. Теория

В общем виде наука представляет собой специфический вид познавательной деятельности людей, сосредоточенный на получении знаний в любой области человеческой деятельности. В институциональном контексте, термин «наука» используется для указания на определённые области научных знаний, которые постепенно аккумулируются в научные дисциплины. При этом, именно «производство» научного знания или знания в сфере науки, одновременно является не только целью и средством такой производственной деятельности, но и основным продуктом труда. Следо-

вательно, сами научные знания и процессы их получения, обоснования и систематизации, обладают особыми признаками, которые не характерны для знаний, получаемых в других сферах деятельности.

Конечной целью научного знания является процесс преобразования объекта в исходной форме (предмета деятельности) в объект в конечной форме (продукт труда), следовательно, одной из характеристик научного знания является направленность на объект, а также его предметность. В свою очередь, человек в научной деятельности, может выступать и в качестве специфического объекта, и в качестве субъекта таковой деятельности.

Характерным признаком науки также являются специфический язык, образовавшийся на основе естественного языка или созданный искусственно, применение особых средств и методов научной деятельности, наличие методического аппарата, который можно использовать для доказательства, рационального обоснования и проверки вновь полученных знаний.

Дополнительно, для науки характерны основания, к которым относятся научные понятия и принципы, а также фундаментальные представления, обуславливающие направление и стратегию научной деятельности. Из всего многообразия теоретических и эмпирических знаний, образуется целостная система, которая обеспечивает включение этих знаний в экономическую и культурную жизнь конкретной исторической эпохи.

Основная форма организации определённой науки, на предметно-содержательной основе объединяющей разнообразные сферы научных знаний, обозначается понятием «научная дисциплина». К области интересов определённой научной дисциплины также относятся механизмы её эволюции, сообщества ученых, которые заняты производством, анализом, систематизацией и передачей обществу теоретических и апробированных на практике знаний в исследуемой сфере. Используя дисциплинарный подход, строится научно-образовательная система подготовки специалистов любой сферы профессиональной деятельности, в том числе специалистов в области организации и управления производственными и трудовыми процессами.

Говоря о современной науке, заметим, что она постоянно стремится к расширению количества и качества исследуемых объектов. Одновременно с этим, огромное количество существующей информации, накопление новых научных знаний, приводят к постепенной дифференциации науки, дроблению на новые отрасли и научные дисциплины.

С целью обоснования возможности отнесения трудовой демократии к научной дисциплине, обратимся к специализированному понятийному аппарату. На современном этапе термином «трудовая демократия» обозначается «целесообразная совместная деятельность людей и социальных групп, предполагающая активное равноправное участие в данной деятельности всех субъектов трудовых отношений» [1, с. 1231]. Если рассматривать трудовую демократию в качестве научной дисциплины, её можно охарактеризовать как систему научных знаний, а также набор средств и методов научного анализа о целесообразной совместной деятельности людей в процессе трудовых отношений, основанной на демократических принципах.

Предметом изучения трудовой демократии как дисциплины могут стать социально-трудовые отношения в аспекте их влияния на развитие трудовой демократии, а также сама трудовая демократия как направление и условие повышения эффективности труда со свойственными для социально-трудовой среды характеристиками и особенностями.

Объектом изучения – трудовые коллективы любых уровней хозяйствования, от отдельных предприятий, до целых отраслей и регионов.

Методологической и теоретической основой научной дисциплины «Трудовая демократия» могут являться работы российских и иностранных учёных в области экономики труда, экономической теории, социологии труда, управления персоналом, менеджмента, общей теории управления.

При разработке и решении выявленных, в ходе изучения дисциплины, проблем, наряду с теоретическими и эмпирическими методами, могут использоваться другие методы научного анализа, такие как: группировка, детализация, систематизация, методы научной абстракции и классификации, обобщение, типологизация, методы аналогий и сравнений. В ходе решения специфических задач трудовой демократии могут применяться

методы общенаучного исследования; методы логического, функционального и системного анализа, а также приёмы графического изображения функциональных зависимостей, схематичное и табличное представление анализируемых при изучении дисциплины «Трудовая демократия» категорий.

IV. Результаты

Известно, что разнообразные процессы модификации социальных объектов, к которым, в том числе, относятся социоорганизационные и социотехнологические системы и сам человек, исследуются в рамках общественных наук, таких как экономика, экономика и социология труда, менеджмент и других, в ряде которых может появиться и трудовая демократия. По мере накопления знания в исследуемой области и дальнейшего своего развития, трудовая демократия сможет выступать как в качестве раздела вышеперечисленных наук, так и, в последствии, в качестве самостоятельной научной дисциплины.

V. Обсуждение результатов

Несмотря на проявление дифференциационных явлений в современной науке, способствующих выделению новых предметно-дисциплинарных областей, одновременно наблюдаются тенденции интеграции научного знания, характерные для межотраслевого подхода. Ведь очевидно, что теоретические знания, подходы, способы, методы и принципы, изучаемые в рамках определенной научной дисциплины, могут найти своё применение в различных отраслях экономики. Межотраслевой характер современной науки обусловлен также и тем, что наряду с дисциплинарным подходом, наука становится «проблемно ориентированной». В свою очередь, поиск направлений повышения эффективности труда на современном этапе развития экономики является проблемой, решать которую необходимо любому хозяйствующему субъекту, независимо от его отраслевой принадлежности.

Мотивационной основой «популяризации» и изучения трудовой демократии как научной дисциплины также служит тот факт, что ряд совре-

менных социально-экономических концепций рассматривают демократию в качестве необходимого условия развития всего общества. В свою очередь, в этих концепциях, научно обосновано, что трудовая демократия ведёт к росту эффективности работы предприятия за счёт увеличения мотивации работников и роста их трудовой активности, тем самым увеличивая прибыль, что является основной целью любого современного предприятия. Дополнительно, в ходе научных исследований, обосновано, что развитие трудовой демократии также является условием и направлением повышения эффективности труда [3].

VI. Выводы и заключение

Таким образом, с целью совершенствования методов повышения эффективности труда в разнообразных отраслях и на различных уровнях хозяйствования, необходимо накапливать и углублять теоретические и эмпирические знания по новым направлениям исследования социально-трудовых отношений. Наряду с прочим, накоплению таких знаний может способствовать выделение и популяризация трудовой демократии как межотраслевой научной дисциплины, ориентированной не только на учёных-исследователей, но и на обучающихся студентов.

Известно, что в настоящих социально-экономических условиях, не менее актуальной задачей, чем повышение эффективности труда, является подготовка универсальных специалистов-профессионалов, способных применять полученные знания в практической деятельности любой отрасли производства. В этой связи, одним из перспективных направлений развития системы профессионального образования, может стать расширение межотраслевого и междисциплинарного подходов, в том числе, введением трудовой демократии, являющейся направлением и условием повышения эффективности трудовых процессов, в образовательные стандарты профильных ВУЗов по направлениям «Экономика труда», «Менеджмент», «Управление персоналом» и другие, либо, включив трудовую демократию в качестве раздела (модуля), например, в курс экономики и социологии труда.

Список литературы

1. Давыденко, Т. М. Междисциплинарная опережающая непрерывная подготовка профессиональных кадров в условиях интеграции образования, науки и производства: педагогические условия / Т. М. Давыденко, М. И. Ситникова // Перспективы науки. – 2012. – № 3 (30). – С. 27–33.
2. Лапкина, А. Г. Развитие трудовой демократии как среда для повышения трудовой активности работников / А. Г. Лапкина // Креативная экономика. – 2015. – № 10. Том 9. – С. 1229–1238.
3. Цыганков, В. А., Лапкина А. Г. Демократизация социально-трудовых отношений как условие и направление повышения эффективности труда // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2017. – № 3 (40). – С. 24–28.

УДК 314.72

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА РЫНОК ТРУДА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

А. Е. Мрачковский, Е. В. Медведев

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: В представленной статье авторы анализируют влияние миграционных процессов на рынок труда Омской области. На сегодняшний день состояние рынка труда в исследуемом регионе подвержено влиянию высоких темпов миграционных потоков связанных с выбытием населения. Данная ситуация требует незамедлительных решений на различных уровнях, включая проведение структурных преобразований и совершенствование инфраструктуры региона. Тема исследования является весьма актуальной, поскольку рассматриваемая проблема имеет существенные по-

следствия для социально-экономической сферы и рынка труда региона. Целью исследования является анализ влияния миграционных процессов на рынок труда Омской области и предложение мероприятий направленных на снижения негативных последствий от этого влияния. Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности органов регионального управления.

Ключевые слова и словосочетания: трудовая миграция; рынок труда; трудовые ресурсы; миграционные потоки; эмиграция; иммиграция; безработица.

I. Введение

В настоящее время после кризиса 2014 года, а также санкций против России, состояние Российской экономики находится под влиянием неблагоприятных внешних условий, что непосредственно сказывается на рынках труда в регионах, в том числе и в Омской области.

Сегодня рынок труда Омской области подвержен существенному влиянию миграционных процессов. В свою очередь, обостряет ситуацию и то, что в регионе наблюдается низкий уровень жизни. Следовательно, трудовая миграция и рынок труда взаимосвязаны между собой и оказывают влияние друг на друга. В связи с данным обстоятельством вопросы влияния миграционных процессов на рынок труда являются актуальными и вызывают практический интерес у многих исследователей и управленцев.

II. Цель и задачи

Целью исследования является анализ влияния миграционных процессов на рынок труда Омской области и предложение мероприятий направленных на снижения негативных последствий от этого влияния. В соответствии с поставленной целью решались следующие задачи: изучены теоретические аспекты миграции; было проанализировано влияние миграционных процессов на рынок труда Омской области; сделаны выводы по выполненному исследованию.

III. Теория

К настоящему времени сформировалось два подхода к понятию миграции – в узком и широком смысле.

В широком смысле под миграцией подразумевается любой вид территориального передвижения населения независимо от его постоянства, цели и длительности. Подобного взгляда придерживаются, например, М.В. Курман и В.И. Староверов. Б.Д. Бреев считает, что миграция, или территориальная подвижность, есть «перемещение человека внутри определенного района либо за его пределы» [2, с. 46].

В узком смысле «миграция» – это смена местности пребывания за границами определенного населенного края. Данного определения придерживаются многие исследователи миграции. Наиболее полно и точно, на наш взгляд, понятие миграции раскрывает Л.Л. Рыбаковский, который под «миграцией подразумевает лишь такую форму пространственного передвижения населения, которая соответствует одновременно 2 условиям: население передвигается из одного населенного пункта в другой, и, во-вторых, перемещения сочетаются со сменой постоянного района проживания». В.И. Переведенцев представляет под миграцией населения «комплекс таких перемещений людей, которые неразрывно связаны со сменой ими места проживания». При этом из понятия «миграция» убирается смена места проживания в населенных пунктах [1, с. 114].

IV. Результаты исследования

С целью анализа влияния трудовой миграции на рынок труда Омской области необходимо рассмотреть потребности в работниках, заявленные работодателями в динамике за 4 года.

По данным таблицы 1 мы видим, что потребность работодателей в работниках за последние два года (2016–2017) возрастает, причем не только по Сибирскому федеральному округу, но и по Российской Федерации в целом. Это подтверждает тот факт, что в нашей стране наблюдается дефицит трудовых ресурсов в большинстве регионов.

**Потребность в работниках, заявленная работодателями
в органы службы занятости населения (человек)**

| Показатель | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|-----------------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|
| | Чел. | В % к 2013 г. | Чел. | В % к 2014 г. | Чел. | В % к 2015 г. | Чел. | В % к 2016 г. |
| Российская Федерация | 1396439 | 101,4 | 1135168 | 80,51 | 1175612 | 103,6 | 1648074 | 117,2 |
| Сибирский федеральный округ | 200994 | 115,2 | 170882 | 85,0 | 182926 | 107,0 | 261147 | 110,4 |
| Республика Алтай | 1148 | 68,7 | 1160 | 101,0 | 1329 | 114,6 | 1394 | 108,9 |
| Республика Бурятия | 5607 | 75,6 | 5042 | 89,9 | 6389 | 126,7 | 10527 | 129,4 |
| Республика Тыва | 1178 | 125,1 | 2139 | 181,6 | 1755 | 82,0 | 1617 | 60,7 |
| Республика Хакасия | 2802 | 64,0 | 2019 | 72,1 | 2931 | 145,2 | 4055 | 111,2 |
| Алтайский край | 18516 | 107,4 | 17568 | 94,9 | 16909 | 96,2 | 20983 | 108,7 |
| Забайкальский край | 4563 | 80,9 | 10394 | 227,8 | 11132 | 107,1 | 15825 | 93,9 |
| Красноярский край | 29641 | 122,1 | 26240 | 88,5 | 33853 | 129,0 | 57762 | 113,4 |
| Иркутская область | 57171 | 178,1 | 39952 | 69,9 | 32380 | 81,0 | 45421 | 113,3 |
| Кемеровская область | 22031 | 86,1 | 16231 | 73,7 | 21417 | 132,0 | 28767 | 122,5 |
| Новосибирская область | 23833 | 85,3 | 21678 | 91,0 | 19533 | 90,1 | 32360 | 98,7 |
| Омская область | 18509 | 95,9 | 17047 | 92,1 | 22135 | 129,8 | 27414 | 131,8 |
| Томская область | 15995 | 200,5 | 11412 | 71,3 | 13163 | 115,3 | 15022 | 90,4 |

Причиной резкого возрастания потребности в работниках за последние два года явился предшествующий кризис 2014–2015 годов, в резуль-

тате которого в нашей стране наблюдался высокий уровень безработицы и миграционные передвижения как внутри страны, так и за её пределы. Совокупность разнообразных причин негативно сказалась на внутреннем рынке труда. Так, отмечается, что в 2015 году потребность работодателей в работниках сократилась по сравнению с 2014 годом до 80,51 % по России и до 85 % по Сибирскому Федеральному округу.

В регионе исследования наблюдается похожая ситуация. В Омской области наблюдается высокий уровень (131,8 %) потребности работодателей в работниках в 2017 году. Рост потребности в работниках происходит, в том числе, вследствие того, что Омская область в 2017 году имеет серьезные проблемы на рынке труда, как правило, связанные с выездом трудовых мигрантов из региона. Образуется дефицит высококвалифицированных специалистов (процесс «утечки умов»), Отток населения также связан с низкими заработными платами в области (это одна из главных причин оттока трудоспособного населения в другие регионы). Таким образом, необходимо отметить, что в Омской области наблюдается нарастание серьезных проблем на региональном рынке труда, как правило, связанных с миграцией трудовых ресурсов и высокой потребностью работодателей в специалистах.

Складывающаяся ситуация с потребностью в кадрах в целом по региону и в г. Омске отражена на рис. 1.

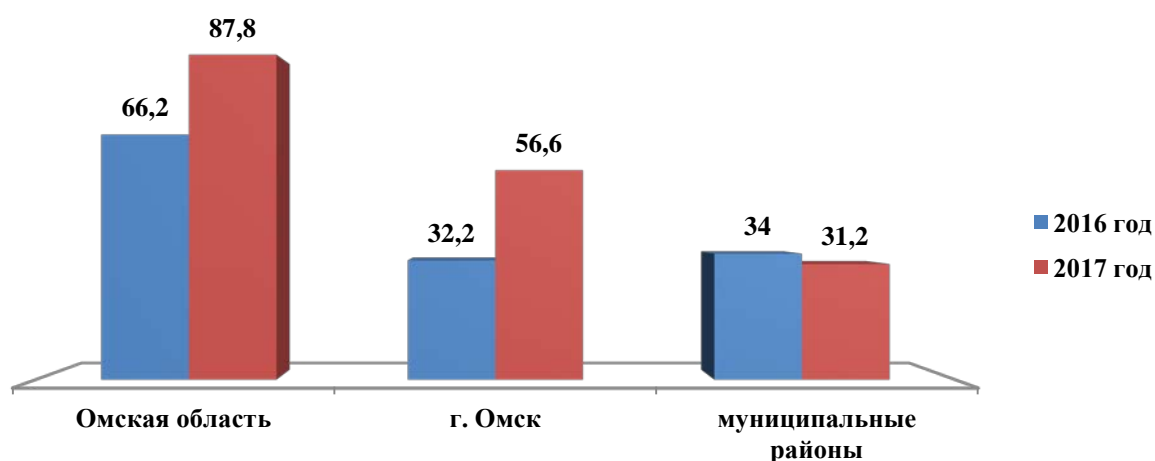


Рис. 1. Динамика общей потребности в кадрах, тыс. человек

По данным рисунка 1 видно, что в 2017 году по сравнению с 2016 г. потребность в кадрах значительно возросла, особенно это наблюдается в г. Омске. Это связано с большим миграционным оттоком населения в 2016 г. В результате, из-за неблагоприятной миграционной ситуации возросла также потребность на рынке труда в кадрах.

Стоит отметить, что ситуация в муниципальных районах, с точки зрения тенденций изменения потребности в кадрах, выглядит менее острой. В 2017 г. потребность в кадрах сократилась по сравнению с 2016 г. Причина данной ситуации – миграция сельского населения в город, что приводит к закрытию домашних хозяйств, местных работодателей, а, следовательно, это и к сокращению потребности в кадрах. Однако, последствия таких тенденций далеко не однозначны, Таким образом, потребность в кадрах на рынке труда Омской области за последний год резко возросла и поэтому решение данной проблемы следует начинать немедленно.

Немаловажное значение для рынка труда имеет привлекаемая иностранная рабочая сила в общей численности занятых в Омской области (табл. 2).

Таблица 2

**Доля иностранной рабочей силы в общей численности занятых
за 2014–2016 гг. (%)**

| Год | 2014 | 2015 | 2016 | Темп роста 2015 г. к 2014 г. (%) | Темп роста 2016 г. к 2015 г. (%) |
|------------|------|------|------|--|--|
| Показатель | 0,3 | 0,4 | 0,7 | 133 | 175 |

По данным таблицы 2 можно сделать следующий вывод, что доля иностранной рабочей силы с каждым годом возрастает, особенно резкий темп роста произошел в 2016 г. и по сравнению с 2015 г. составил 75 %. Таким образом, в регионе имеется возрастающий спрос на иностранную рабочую силу. С другой стороны, с ростом количества иностранной рабочей силы на местном рынке труда растёт и конкуренция среди жителей региона в трудовой сфере.

Ниже приведены данные по количеству привлекаемых иностранных работников в Омской области в разрезе отдельных стран.

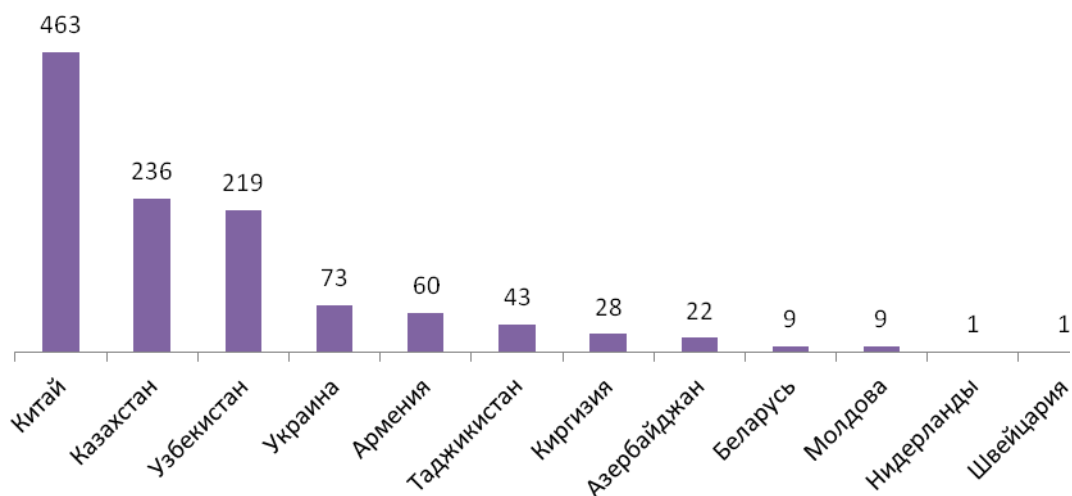


Рис. 2. Количество привлекаемых иностранных работников в разрезе отдельных стран в 2017 году (человек)

Статистические данные свидетельствуют о том, что среди Омских работодателей наиболее привлекательными иностранными работниками являются граждане Китая, Казахстана и Узбекистана. Такой спрос обусловлен тем, что большинство приезжих иммигрантов в Омской области – это жители данных стран. Также не маловажным является то, что Омская область имеет протяжённую границу с Казахстаном, что является одним из факторов, способствующих перемещению трудовых мигрантов в регион. Поскольку большинство представленных на рисунке стран относятся к государствам с более низким экономическим потенциалом, то наблюдается ежегодная иммиграция в Омск из рассматриваемых стран. Таким образом, можно сказать, что среди иностранной рабочей силы, привлекаемой на предприятия региона, большую часть составляют китайцы и жители стран СНГ.

Решать отдельные проблемы рынка труда региона за счёт привлечения иностранной рабочей силы, безусловно, предполагается и в будущем (табл. 3).

Сведения о рабочих местах, на которые предполагается привлечение иностранных работников в 2018 году

| № | Наименование профессии (специальности, должности), по которой планируется привлечение иностранных работников | Численность иностранных работников, планируемых к привлечению по данной профессии (специальности, должности), чел. | Срок, на который планируется привлечение иностранных работников, месяцев | Размер оплаты труда, руб. |
|----|--|--|--|---------------------------|
| 1 | Менеджер (в торговле) | 1 | 12 | 30 000 |
| 2 | Луцильщик шпона | 4 | 12 | 17 500 |
| 3 | Наладчик деревообрабатывающего оборудования | 2 | 12 | 17 500 |
| 4 | Оператор обдирочных станков | 2 | 12 | 17 500 |
| 5 | Оператор сушильных установок | 2 | 12 | 17 500 |
| 6 | Повар | 1 | 12 | 15 000 |
| 7 | Резчик шпона и облицовочных материалов | 4 | 12 | 17 500 |
| 8 | Консультант | 5 | 12 | 16 000 |
| 9 | Товаровед | 5 | 12 | 16 000 |
| 10 | Экспедитор | 5 | 12 | 16 000 |
| 11 | Эксперт | 5 | 12 | 16 000 |
| 12 | Овощевод | 320 | 12 | 14 000 |
| 13 | Рихтовщик кузовов | 10 | 12 | 12 000 |
| 14 | Слесарь по ремонту автомобилей | 3 | 12 | 14 000 |
| 15 | Швея | 14 | 12 | 14 000 |
| 16 | Формовщик текстильных изделий | 13 | 12 | 14 000 |
| 17 | Растильщик грибницы | 4 | 12 | 14 000 |
| 18 | Оператор пульта управления | 9 | 12 | 14 000 |

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что спросом иностранная рабочая сила будет пользоваться среди следующих профессий: овощевод,

швея и формовщик текстильных изделий. Как правило, данные профессии не требуют от работника специальных навыков и образования. Так же отмечается, что иностранные рабочие могут рассчитывать на заработную плату в пределах 14 000–17 000 рублей, что является ниже средней заработной платы по Омской области. Стоит отметить, что срок привлечения иностранной рабочей силы составляет 12 месяцев, как правило, это связано с тем, что многие предприятия Омской области принимают иностранных работников через квоты, срок которых в среднем равен 12 месяцам.

Таким образом, на рынке труда Омской области выделяются рабочие места для иностранных работников, что свидетельствует об эффективной миграционной политике, проводимой в регионе по удовлетворению потребности в работниках отдельных категорий, а также отмечается спрос на данную категорию работников со стороны работодателей.

V. Выводы и заключение

В результате проведенного анализа рынка труда Омской области мы видим, что миграционные процессы носят отрицательную динамику и негативно влияют на местный рынок труда, так как, наблюдается значительный спрос со стороны работодателей в кадрах, но не хватает местных трудовых ресурсов. Также стоит отметить, что доля иностранной рабочей силы, приезжающих в Омскую область не способна удовлетворить потребность в работниках из-за отсутствия определённых навыков и уровня квалификации.

Таким образом, миграционные процессы, протекающие на рынке труда Омской области, требуют серьезных изменений достичь которых можно, только при взаимосвязанной системной работе как со стороны органов власти Омской области, так и со стороны работодателей.

Список литературы

1. Зверева, Н. В. Основы демографии: учеб. пособие / Н. В. Зверева, И. Н. Веселкова, В. В. Елизаров. – М.: Высш. школа, 2015. – 374 с.
2. Демографический понятийный словарь / под ред. проф. Л. Л. Рыбаковского. – М.: ЦСП, 2015. – 352 с.

3. Омский областной статистический ежегодник «2016»: Крат. стат. сб. // Омкстат. – Омск, 2016. – 41 с.

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://omsk.gks.ru/> (Дата обращения: 20.04.2018).

УДК 004.942

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ ПРОЕКТОВ

В. В. Проскурин

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Цель – дать читателям знания по выполнению технико-экономического обоснования проектов с помощью использования самых современных отечественных программных продуктов. Рассматриваются сущность и возможности программного продукта Prime Expert. Представлены экономико-математические методы, используемые в данном программном продукте. Данный продукт позволяет моделировать процессы технико-экономического обоснования инвестиционных проектов в управлении объектами экономики Российской Федерации. Приводится пример расчета экономической эффективности проекта.

Ключевые слова: знания, методика, программный продукт, проект, экономико-математические методы, моделирование, экономическая эффективность.

I. Введение

В условиях использования нормативно-правовой базы РФ, регламентирующей вопросы организации прединвестиционных исследований, в настоящее время требуется обязательное выполнение технико-экономического обоснования проектов с использованием отечественных программных продуктов: Альт-Инвест (г. Санкт-Петербург); Project Expert (г. Москва); ТЭО-Инвест (Институт проблем управления РАН). Инвесторы, акционеры, предприятия и организации настаивают на использовании закрытого программного продукта Project Expert (г. Москва), поскольку он исключает возможность ошибок и подтасовок. Поэтому при технико-экономическом обосновании проектов считаем целесообразно использовать программный продукт Project Expert версию Prime Expert (г. Москва).

Продукт предназначен для оптимизации процедур подготовки, оценки и экспертизы инвестиционных проектов в форме капитальных вложений и повышения качества технико-экономических предложений, проектов разработки технических решений, прединвестиционных исследований, включая предпроектную документацию в части определения экономической эффективности инвестиционных проектов в форме капитальных вложений. Настоящий продукт разработан в соответствии с действующим законодательством и нормативными актами государственных органов, прошел процедуру практического использования в ОАО «Газпром».

Автором статьи сделаны скромные шаги в направлении использования возможностей программного продукта Prime Expert в учебном процессе и практическом применении на практике. В статьях по материалам конференций показано место использования данного программного продукта в учебном процессе, и проведены проверочные практические расчеты по теме «Дообустройство УКПГ и пуск в эксплуатацию скважин содержащих в своей продукции сероводород Печорокожвинского НГКМ Вуктыльского ГПУ». [1] В статьях и расчетах отражены все возможные достижения в разделе экономической оценки инвестиционных проектов. [3] Но имеют место особенности изучения и применения данного программного продукта, на которых стоит остановиться подробнее.

II. Постановка задачи

С нашей точки зрения заслуживают внимание следующие особенности изучения и применения программного продукта Prime Expert:

1. Формирование принципов в результате взаимодействия разработчиков и пользователей программного продукта;
2. Знание, понимание и умение создания компьютерных моделей;
3. Знание, понимание и умение применения экономико-математических методов;
4. Определение в обосновании проектов эксплуатационных расходов;
5. Моделирование перехода от технической мысли к экономическому их исполнению и выражению в денежных единицах;
6. Оценка коммерческой эффективности инвестиционного проекта.

III. Теория

Важное внимание уделено вопросу определения базы для расчета показателей экономической эффективности инвестиционных проектов в зависимости от типов мероприятий. База формируется из набора экономических показателей методики программного продукта.

Методика продукта базируется на знании и исполнении следующих принципов:

1. Отнесение на проект только тех доходов и расходов, которые вызвали реализацию данного проекта.
2. Учет особенностей проектов в соответствии с классификацией (классификация определяется отдельным документом).
3. Использование в процессе технико-экономического обоснования инвестиционных проектов программного обеспечения российского производства, а именно программ Projekt Expert и Prime Expert, которые исключают возможность ошибок и подтасовок.
4. Учтены в методике положения экономической оценки инвестиционных проектов как науки об обязательном инвестиционном расчете не менее двух вариантов с учетом индексации и дисконтирования. Кроме этого, обязательное использование, в частности расчета удельных показателей, отраслевых сборников составления смет на предпроектные и проектные затраты. Эксплуатационные расходы рассчитывается по внутрен-

ним положениям объекта проектирования. В определении величины рисков используются отраслевые коэффициенты эластичности. Обязательное условие проведение расчетов и определение сумм по страхованию инвестиционных проектов.

5. Чрезвычайно важный аспект методики использование возможностей фондового рынка, а именно необходимость проводить оценку возможностей использования метода реальных опционов для определения экономической целесообразности отдельных видов инвестиционных проектов в форме капитальных вложений, где изложены основные принципы и порядок выполнения расчетов показателей экономической эффективности данным методом.

Использование в технико-экономическом обосновании инвестиционных проектов программы Prime Expert предполагает знание, понимание и умение создания следующих компьютерных моделей:

1. Моделирование процессов компании, включает: моделирование таблиц данных; динамики стоимости ресурсов; налогового окружения; классификацию контрагентов компании; параметров учетной (финансовой) политики компании; классификацию ресурсов компании.

2. Моделирование операционной деятельности, включает: приобретение сырья, материалов, товаров для перепродажи; производство и переработка материальных ресурсов; сбыт произведенной продукции и товаров для перепродажи; оказание услуг (как самостоятельных продуктов компании); накладные расходы и заработная плата.

3. Моделирование инвестиционной деятельности: модель работ капитального характера; приобретения основных средств и нематериальных активов; финансовой аренды основных средств и нематериальных активов; модель улучшения, консервации и выбытия основных средств и нематериальных активов; создаётся модель финансовых вложений свободных денежных средств.

4. Моделирование финансовой деятельности предлагается как модель размещения акций и долгового финансирования.

5. Моделирование разнесения накладных расходов как модель определения стоимости операций и переноса стоимости операций на объекты затрат.

6. Моделирование результатов расчетов: модель параметров; отчета о дефиците ресурсов и модели аналитических таблиц.

7. Создание моделей для анализа стоимости; финансового анализа; инвестиционного анализа; анализа вариантов развития компании.

8. Моделирование создания отчетов полученных результатов.

В процессе моделирования используются следующие экономико-математические методы расчетов: решение системы алгебраических уравнений методом Гаусса и при помощи формулы Крамера; определения оптимального числа групп основана на применении формулы Стерджесса; метода наименьших квадратов; оценка параметров линейной парной регрессии; F-критерий Фишера и t-критерий Стьюдента; определение условного максимума функции при помощи функции Лагранжа; симплекс-метод; применение методов линейного программирования к экстремальным задачам экономики; метод потенциалов; методы построения начального опорного решения; распределительный метод, алгоритм решения транспортной задачи методом; оптимизация сетевого графика при помощи табличного редактора Microsoft Excel и среды программирования Visual Basic; методы принятия оптимальных решений; построение математической модели и решение задачи математического программирования в средах MathCad и MS Excel; решение систем с произвольными векторами свободных коэффициентов; определение вектора невязки; минимизация и максимизация целевой функции; графоаналитический метод решения задач линейного программирования; определение оптимальной стратегии по критерию Вальде; построение асимптотических логарифмических амплитудно- и фазочастотных характеристик; построение двойственной задачи; балансовый метод; расчет доверительного интервала; F-статистика Фишера проверки модели на адекватность; расчет полиномиальных моделей; метод динамического программирования; сглаживание временного ряда; объединение двухпараметрической модели линейного роста Хольта и сезонной модели Уинтерса; модель Брауна; модель скользящей средней; модель экспоненциального сглаживания; мультипликативная модель.

Во все времена, наиболее сложными процессами в моделировании технико-экономического обоснования считались и были, переход от тех-

нической мысли к экономическому их исполнению и выражению в денежных единицах.

С нашей точки зрения авторы компьютерной программы Prime Expert используя старый проверенный временем способ прямого счета затрат, расходов, предложили нам поступить следующим образом, при определении наиболее сложной части обоснования эксплуатационных расходов.

Во-первых, расчет эксплуатационных расходов по инвестиционному проекту выполнять по годам расчетного периода.

Во-вторых, эксплуатационные расходы рассчитывать прямым счетом по следующим направлениям и статьям расходов:

- материальные расходы;
- заработная плата с начислениями по производственному персоналу;
- расходы на капитальный ремонт;
- прочие расходы с учетом затрат на финансирование мероприятий по улучшению условий и охраны труда;
- амортизация основных средств.

В-третьих, стоимостные показатели расходов определять по фактическим данным и нормативным документам:

- стоимость материалов – по стоимостным данным от производителей с учетом транспортных расходов, технологической потребности и нормативной периодичности замены;
- стоимость вспомогательных материалов – исходя из стоимости необходимых вспомогательных материалов (по данным заказчика проекта) и технологических норм расходов;
- стоимость электроэнергии – исходя из объема потребляемой электроэнергии и покупкой ее (по данным заказчика проекта);
- заработная плата эксплуатационного персонала – по фактически сложившейся средней заработной плате одного работника конкретного проекта);
- расходы на капитальный ремонт – на основании анализа фактических данных заказчика проекта по прогрессивной шкале с учетом условий эксплуатации основных средств;

- прочие расходы приняты на основании анализа фактических данных. В данной статье должны быть зачтены расходы на финансирование мероприятий по улучшению условий и охраны труда в размере 0,2 процента от суммы расходов на производство продукции в соответствии со ст. 226 ТК РФ;

- амортизационные отчисления – по отраслевой «Классификации основных фондов ОАО «Газпром», включаемых в амортизационные группы», утвержденной Приказом ОАО «Газпром» №354 от 10.11.2009 г., с определением «амортизационной премии» для основных средств, относящихся к третьей-седьмой амортизационным группам (до 30%), согласно п. 9 ст. 258 Налогового Кодекса Российской Федерации в редакции закона № 224-ФЗ.

В-четвертых, кроме того, в эксплуатационных расходах должны быть учтены налоги и платежи, относимые на себестоимость:

- страховые взносы (Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, территориальные фонды обязательного медицинского страхования) согласно Федеральному закону от 24.07.2009г. № 212-ФЗ с учетом индексации максимальной базы для начисления взносов; на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве – в соответствии с "Классификацией видов экономической деятельности по классам профессионального риска" от 10.01.2006 №8;

- платежи за природопользование – по базовым нормативам платы по каждому виду выбросов и сбросов;

- налог на имущество по вновь вводимым основным фондам – в размере 2,2% от основных фондов по остаточной стоимости (гл. 30 НКРФ, п. 6 Инструкции ГНС №33).

В-пятых, результаты расчета амортизации основных средств по данным заказчика для бухгалтерского учета и для целей налогообложения.

Рассмотреть все разделы использования в технико-экономическом обосновании инвестиционных проектов программы Prime Expert не представляется возможным, но результат расчета эффективности инвестиций

не показать нельзя. Полученные результаты определяют целесообразность проведения настоящего инвестиционного проекта с учетом интересов заказчика реализующего проект за счет собственных средств.

Оценка эффективности проекта проведена в соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке экономической эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция)», утвержденных Постановлением Минэкономразвития Российской Федерации, Министерства финансов Российской Федерации и Государственного комитета по строительной, архитектурной и жилищной политике №ВК 447 от 26.06.1999г.

Для анализа результатов оценки коммерческой эффективности инвестиционного проекта используются следующие показатели эффективности:

- денежный поток от инвестиционной деятельности с учетом дисконтирования;
- чистый дисконтированный доход;
- внутренняя норма доходности;
- срок окупаемости с учетом дисконтирования;
- индекс доходности.

В качестве метода оценки эффективности проекта принят метод экономического анализа потоков наличности, включающих все связанные с осуществлением проекта денежные поступления и расходы, и определение эффекта посредством сопоставления денежных поступлений и расходов с учетом экономической значимости во времени, путем приведения разновременных ценностей к ценности на момент начала реализации проекта (дисконтирования).

Для формирования денежного потока по инвестиционному проекту определяются следующие показатели:

- прирост выручки от реализации газа;
- прирост производственных расходов;
- капитальные вложения с НДС;
- возвратные суммы и возврат НДС.

IV. Обсуждение результатов

Результаты эксперимента показаны как результат применения программного продукта Prime Expert при обосновании инвестиционного проекта «Дообустройство УКПГ и пуск в эксплуатацию скважин содержащих в своей продукции сероводород Печорокожвинского НГКМ Вуктыльского ГПУ». Показатели экономической эффективности инвестиционного проекта (как пример) по потоку денежной наличности показаны в таблице 1. [2]

Таблица 1

Показатели экономической эффективности инвестиционного проекта по потоку денежной наличности

| Наименование показателей | Величина показателя |
|---|---------------------|
| Чистый доход, млн. руб. | 1455,91 |
| Чистый дисконтируемый доход, млн. руб. | 251,0 |
| Срок окупаемости проекта без учета дисконтирования, лет | 5,12 |
| Срок окупаемости проекта с учетом дисконтирования, лет | 9,45 |
| Внутренняя норма доходности, % | 15,26 |

Как видно из представленных данных, показатель внутренней нормы доходности превышает нормативный показатель для газодобывающих предприятий ОАО «Газпром». Внутренняя норма доходности составит 15,26%.

Анализ и сопоставление совокупности критериев экономической эффективности при рекомендованных ценах на реализацию товарного газа свидетельствуют о том, что проект генерирует достаточный объем прибыли, при котором выполнение технического проекта становится экономически целесообразными с точки зрения инвестирования.

V. Выводы и заключения

Таким образом, использование отечественного программного продукта Prime Expert в процессе по модулю технико-экономического обоснования проектов позволяет читателю применять знания экономико-математических методов, делать обоснованные выводы при различных вариантах технических решений.

Список литературы

1. Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. В. В. Проскурин // Методические инструменты эффективности инвестиционных проектов // Омск, 29.04.2016 г. Изд-во ОмГТУ, 2016. – 168 с.
2. Пояснительная записка к инвестиционному проекту: «Дообустройство УКПГ и пуск в эксплуатацию скважин содержащих в своей продукции сероводород Печорокожвинского НГКМ Вуктыльского ГПУ», Омск, Открытое акционерное общество «Сибирский институт по проектированию предприятий транспорта и хранения газа, нефти и нефтепродуктов «СИБНЕФТЕТРАНСПРОЕКТ». 2015. – 27 с.
3. Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике. Материалы международной научно-практической конференции. В.В.Проскурин // Применение информационных технологий в расчетах раздела «План по персоналу», стр.197–200 // Омск, 22.04.2016. Изд-во ОмГТУ, 2016. – 224 с.
4. www.expert-systems.com-сайт компании Expert Systems

УДК 316.454.5

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ: ТРЕХУРОВНЕВЫЙ ПОДХОД

П. В. Рузанов, Т. И. Гордиевич

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: статья посвящена вопросам управления организационным поведением. Использован трёхуровневый подход: индивидуальный, групповой и организационный. Управление рассматривается на каждом уровне. На организационном уровне речь идёт о структуре, организацион-

ной культуре, власти и стиле управления, внутренней жизнедеятельности организации, границах существования организации. На групповом уровне рассматриваются формальные и неформальные группы, коммуникации, конфликты, этика поведения. На личностном уровне рассматриваются управление личностью, лидерством, мотивацией. Предлагается управление организационным поведением посредством интегрированной трёхуровневой системы управления человеческими ресурсами.

Ключевые слова и словосочетания: управление организационным поведением, личность, группы, лидерство

I. Введение

Одним из важнейших вопросов дисциплины «Организационное поведение» является управление организационным поведением. Многие из авторов связывают организационное поведение с управлением человеческими ресурсами. Управление человеческими ресурсами представляет собой «человеческий аспект» управления предприятием и отношений работников со своими компаниями. Целью этого процесса является обеспечить использование сотрудников компании, т.е. человеческие ресурсы, таким образом, чтобы наниматель мог получить максимально возможную выгоду от их умений и навыков, а работники – максимально возможное материальное и психологическое удовлетворение [1].

В представлении других авторов, управление человеческими ресурсами – это особый способ управления людьми, целью которого является обеспечить использование сотрудников компании таким образом, чтобы получить максимально возможную выгоду от умений и навыков этих сотрудников, а они в свою очередь материальное и психологическое удовлетворение от своего труда. Воздействие на организационное поведение входит как составная часть в управление человеческими ресурсами. Некоторые авторы, считают, что существует два основных фактора, влияющих на организационное поведение: личностные и организационные [2, с. 43–45].

Считаем, что управление организационным поведением может происходить на трёх уровнях.

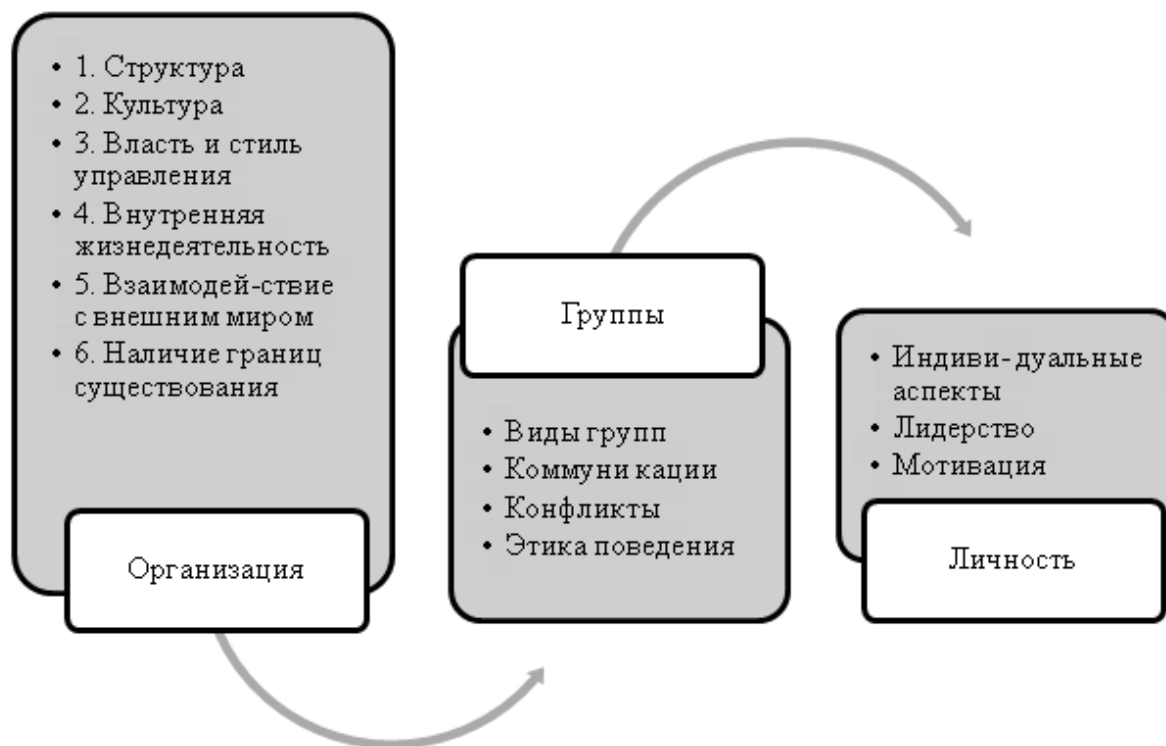


Рис. 1. Трёхуровневая структура организационного поведения

II. Постановка задачи

В рамках дисциплины проблема управления отдельными аспектами поведения работников рассматривается в различных темах. В данной статье ставится цель – интегрировать управление всеми аспектами организационного поведения.

III. Теория

Организационное поведение включает три уровня анализа: индивидуальный, групповой и организационный [3]. Объект организационного поведения это то, на что направлена практическая или познавательная деятельность субъекта (наблюдателя). На индивидуальном уровне предметом изучения являются личность, лидерство, мотивация. На коллективном (групповом) уровне – коллектив и совместная деятельность. На организационном уровне происходит систематизированное сознательное взаимодействие работников и их действий, преследующие достижение особых целей. Включает этот уровень изучение структуры, культуры, власти и стиля управления, персонал и кадры, производство и технологии, внутреннюю жизнедеятельность, взаимодействие с внешним миром.

IV. Обсуждаемые результаты

Всякое управление в организации – её деятельность по воздействию на выделенные выше компоненты организации. С точки зрения предложенного в статье подхода, необходимо рассмотреть сущность управления организационным поведением с точки зрения процесса и методов, не касаясь вопросов содержания и классификаций.

В деятельности организации первостепенную роль играет организационная структура и организационная культура.

Формирование предприятия начинается с разработки структуры управления предприятием, что выражается в определённом документе. Не следует забывать, что сама организационная структура подвержена изменениям под воздействием внутренних и внешних факторов. Появление новых звеньев и участков на предприятии потребует дополнительного найма персонала и будет свидетельствовать об усложнении структуры управления. Реакция организационной структуры на внутреннюю и внешнюю конкуренцию – гибкость, приспособляемость организации к различным изменениям, волатильности – неотъемлемое качество структуры управления и атрибут её развития.

Следующим важным управляемым компонентом выступает культура организации. Управление ею осуществляется в три этапа: формирование, поддержание и изменение культуры. Формирование набора **традиций, ценностей, символов, общих подходов** представляет собой первый этап. Организационная культура поддерживается их соблюдением и изменяется под воздействием эволюции внешней и внутренней среды или целенаправленных нововведений.

Для осуществления управления необходима власть. Она предстаёт как возможность влиять на поведение других. Это становится возможным с помощью властных полномочий. Различные виды власти формируют стиль руководства, под которым понимается манера поведения руководителя по отношению к подчиненным.



Рис. 2. Власть и стили управления

У организации есть внутренняя логика саморазвития процессов жизнедеятельности: процессов производства, маркетинга, финансов, учёта и анализа, управления персоналом. Организационная жизнь зависит от планирования развития, хотя элементы непредсказуемости и неопределённости ему тоже присущи.

Любая организация взаимодействует с внешним миром, питающим её ресурсами, необходимыми для поддержания жизнедеятельности. Главная задача управления взаимоотношениями организации с внешней средой – поддержка собственного потенциала на высоком уровне.

Все вышерассмотренные компоненты образуют уровень организации.

На групповом уровне возникает необходимость управления группами, коммуникациями, конфликтами, деловой этикой. Управление формальной группой связано с должностными обязанностями сотрудников. Управление неформальной группой требует знаний социального контроля – норм поведения, устанавливаемых в группе работников неформально. Проблема сопротивления переменам характерна для формальной и, в большей степени, неформальной группы. Отслеживание настроений работников – одно из условий эффективного управления организационным поведением.

В процессе развития группы и взаимодействия групп между собой возможны столкновения разнонаправленных интересов, взглядов и целей, что порождает организационные конфликты.

В этом случае управление конфликтами – это целенаправленное воздействие на причины острых противоречий; действия, направленные на коррекцию поведения участников взаимодействия.

Управление коммуникациями в организации требует знаний проблем, которые могут возникнуть в организации. В частности, коммуникационные барьеры, такие, как различия в статусах и власти, разные цели и потребности подразделений, несоответствие коммуникативных сетей и задач, дефицит формальных каналов.

Неотъемлемая черта личности, с одной стороны, и важная компонента организации, с другой стороны – деловая этика. Управление этикой поведения организации включает формулирование этических норм поведения, необходимых для выполнения сотрудниками. Варианты управления могут быть различны. Одним из них является использование или внедрение этического кодекса, в котором в письменной форме формулируются требования к поведению, ценностям компании и этические нормы. Другим вариантом является формирование корпоративной культуры. Наряду с реализацией традиционных функций управления, организация может проводить анализ этики, проблем трудовой морали. Можно сначала сосредоточиться на выработке правил и обеспечении их выполнения, затем перейти на уровень институционализации правил в организации путём поощрения и санкций, других форм осознания нужности выполнения этических требований.

На личностном уровне необходимо управлять индивидуальными характеристиками личности, лидерством и мотивацией. Управление личностью начинается с изучения индивидуальных характеристик работников, их соотнесения с типами поведения.

Управление лидерством – многоаспектный процесс, включающий выявление лиц с природными или сформировавшимися качествами; развитие лидерства как целенаправленное формирование и углубление соответствующих качеств и навыков путём обучения и самообучения; интеграцию индивидуальных целей с интересами членов группы и организа-

ции в целом; сочетание формального и неформального лидерства; устранение деструктивного лидерства.

Управление мотивацией – процесс активизации сотрудников и создания стимулов для побуждения их к активному труду. Изучение потребностей – первый шаг для построения мотивационной политики. Последующими шагами являются выбор мотиваторов, установление постоянной связи между работниками и руководством, превращение мотивации в постоянно действующий системный механизм, создание механизма совершенствования системы мотивации и стимулирования персонала.

V. Выводы

Таким образом, управление организационным поведением представляет собой интегрированную трёхуровневую систему управления человеческими ресурсами. Для повышения результативности достижения целей организации необходимо дифференцировать управленческое воздействие на организационное поведение на организационном, групповом и личностном уровнях.

Список литературы

1. Грехем Х. Т., Беннет Р. Управление человеческими ресурсами. – М.: Юнити, 2003. – 598 с.

2. Бас В. Н. Управление организационным поведением // Научный вестник МГТУ ГА. – Серия: Менеджмент, экономика, финансы. – №146. – С. 41–49.

3. Гордиевич Т. И., Рузанов П. В. Структуризация показателей эффективности организационного поведения // Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 30 апр. 2017 г.). – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017.

ОСНОВНЫЕ ТРАКТОВКИ ПОВЕДЕНЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

П. В. Рузанов

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», г. Омск, Россия

Аннотация: статья посвящена проблеме поведенческого маркетинга, имеющего существенное значение для диагностики организационного поведения. Данная проблема возникла сравнительно недавно, что объясняет широкий диапазон определений, даваемых этому понятию.

Поведенческий маркетинг рассматривается как часть маркетинга и компонент кадровой политики. Поведенческий маркетинг анализируется через рассмотрение принципов и функций, моделей взаимосвязи между различными группами (например, потребители и персонал). Сформулировано авторское определение поведенческого маркетинга, показана возможность использования элементов поведенческого маркетинга в области управления персоналом.

Ключевые слова и словосочетания: поведенческий маркетинг, управление организационным поведением.

I. Введение

Маркетинг расширяет свои сферы применения в экономическом, социальном, управленческом и технологическом процессах [1]. Ниже рассмотрено взаимодействие понятий «организационное поведение» и «поведенческий маркетинг».

II. Постановка задачи

Что появляется в маркетинге, если добавляется термин «поведенческий». Маркетинг (от англ. marketing, market – рынок, сбыт) – изучение рынка с помощью специального инструментария и активное воздействие

на потребительский спрос с целью расширения сегмента рынка товаров рассматриваемой организации. С другой стороны, организационное поведение – это реакция работников, различных групп, организации в целом, на управляющее воздействие со стороны формального и неформального руководства.

III. Теория

В трудах отдельных авторов «поведенческий маркетинг» рассматривается как «вид управленческой деятельности, направленный на формирование в организации поведения, удовлетворяющего требованиям клиентов и партнёров, на основе исследования их ожиданий и предпочтений по поводу деятельности организации» [2 с. 250, 3. с. 154]. В данном ракурсе поведенческий маркетинг выступает инструментом для изучения поведения сотрудников организации, необходимого для достижения удовлетворённости различных групп.

Поведенческий маркетинг может быть внутренним и внешним, в рамках которого изучается поведение различных групп (сотрудников, клиентов, поставщиков, инвеститоров) в целях взаимовыгодного сотрудничества между ними [4, с. 372].

Используя определение маркетинга, учитывая уже имеющиеся определения поведенческого маркетинга и применяя особенности организационного поведения, сформулируем авторское определение поведенческого маркетинга.

Организационное поведение имеет трёхуровневую структуру: поведение личности, группы и организации как таковой. Следовательно, поведенческий маркетинг – это воздействие на поведение на трёх уровнях в организации, сравнение его с нормами, принятым в организации, для достижения её целей. Целевые установки могут быть следующие: конечная цель – позитивное движение потребительского спроса на производимый товар (услугу), промежуточные цели – удовлетворённость различных групп (внутри- и внеорганизационных) при взаимовыгодном сотрудничестве.

В данном определении учтены все аспекты, выясненные ранее. Во-первых, выделена первичная цель маркетинга – формирование и удержа-

ние максимально возможного сегмента фирменных товаров на рынке. Во-вторых, для достижения основной цели необходимо взаимовыгодное сотрудничество с различными внутренними и внешними группами организации. В-третьих, в организации формируются стандартные модели поведения, которые коррелируют с показателями эффективности организации. Именно с этими стандартами сравнивается поведение внутри- и внеорганизационных групп. В-четвёртых, формируя стандарты поведения, учитывается трёхуровневая структура организационного поведения [5].

IV. Обсуждаемые результаты

Опираясь на принципы маркетинга, определим принципы поведенческого маркетинга.

- Исследование поведения рынка с учётом интересов персонала.
- Изучение рынка труда с целью выявления персонала, обладающего нужными компетенциями.
- Изучение взаимоотношений ведущих групп персонала с конкурентами и поставщиками.
- Изучение поведения специализированных групп персонала с потребителями.
- Сегментация рынка и продвижение товара с помощью активной модели поведения сотрудников.
- Выявление групп потребителей, в отношении которых будет проводиться исследование рынка и продвижение товара.
- Планирование производственно-сбытовых программ, основанных на исследовании поведения персонала.

Поведенческий маркетинг нацелен на определение стандартов поведения сотрудников, которое приводило бы к достижению организационных целей. К последним относится – максимальное удовлетворение потребителей, поставщиков, руководителей различного ранга. В целом, поведенческий маркетинг в деятельности организации – это управление поведением индивидов, групп и организации в целом с целью достижения производственно-сбытовых целей.

Тесная взаимосвязь с персоналом позволяет рассматривать поведенческий маркетинг во взаимосвязи с кадровой политикой. В этом аспекте

поведенческий маркетинг – это направление работы с персоналом, наряду с другими направлениями, выражающееся в выборе эффективных моделей поведения работников по разным направлениям целей. Как и другие направления кадровой политики, формирование поведенческого маркетинга начинается с определения потенциальных возможностей работников, которые при сравнении с успешной реализацией организационной стратегии, могут быть сведены в стандартную модель поведения.

Как направление кадровой политики, поведенческий маркетинг отражает принципы и направления деятельности персонала. Основной принцип поведенческого маркетинга – соответствие модели поведения сотрудника или группы, а также организации в целом, стандартной модели, выведенной при высоком уровне достижения целей.

В поведенческом маркетинге можно рассматривать следующие формы работы с персоналом.

- Исследование индивидуальных характеристик персонала и выбор наиболее эффективной модели персонала организации.

- Изучение рынка труда с целью выявления персонала, обладающего нужными компетенциями.

- Наблюдение за поведением работников с целью выявления неформальных отношений, лидерства, конфликтов, управление этими явлениями.

- Гибкое реагирование поведенческого маркетинга на изменение производства и сбыта продукции в зависимости от меняющихся требований рынка.

- Поиск образовательных организаций, обучающих специалистов нужных компетенций.

- Изучение потребностей клиентов и ориентация при их обслуживании на потребности персонала.

- Разработка новых методов работы с потребителями и персоналом.

- Регулирование поведения индивидов, групп и организации в целях достижения производственно-сбытовых целей предприятия.

- Гибкое реагирование кадровой политики на изменение производства и сбыта продукции в зависимости от меняющихся требований рынка.

Необходимость появления поведенческого маркетинга показывает важность направления этого вида деятельности в области управления персоналом. Реализуется данная разновидность маркетинга посредством осуществления определённых функций.

Основной функцией поведенческого маркетинга становится ориентация деятельности всех сотрудников, формальных и неформальных структурных элементов, организации в целом, на рыночные механизмы поведения. Ещё одной важной функцией является информационная – в соответствии с которой создаётся информационная база для выполнения кадрового планирования. Для выполнения данной функции собирается материал: отчёты найма, отбора и подбора персонала; программы адаптации персонала; статистика движения персонала и его структура; количество конфликтов в отделах организации; итоги анкетирования и тестирования персонала организации; удовлетворённость рабочей силы; разработка компетенций для персонала; оценка продвижения персонала по карьерному росту; эффективность расстановки кадров по должностным позициям; информация служб занятости (бирж труда); материалы рекламных буклетов других организаций; беседы специалистов по персоналу-маркетингу с потенциальными сотрудниками организации, с внешними партнерами, с работниками своей организации и т.п.

Важность вопросов поведенческого маркетинга подталкивает крупные организации к формированию нового отдела, занимающегося изучением моделей поведения. В компетенцию данного подразделения на предприятии могут входить следующие специальные функции:

- исследование структуры и характеристик персонала, его лидерских и мотивирующих качеств,
- составление профессиограмм, позволяющих понять качество персонала,
- исследование структуры и характеристик структурных отделов и неформальных групп (коммуникации, конфликты, этика поведения),
- исследование взаимосвязи между рыночными показателями и моделями поведения, поиск стандартной модели.

V. Выводы

Поведенческий маркетинг сравнительно новое понятие в управлении персоналом, но оно присутствует в любой организации. Отдельные направления присутствовали и ранее.

Основные методы управления поведенческим маркетингом на предприятии можно классифицировать следующим образом:

– экономические – создание мотивационного механизма достижения стандартов поведения сотрудниками, структурными подразделениями, социально-психологическими группами;

– социально-психологические – командообразование с учетом типа профессиональной личности работника и особенностей микросреды;

– организационно-административные – прямые административные методы, направленные на тех работников, работа которых не соответствует выработке стандартных процедур.

Таким образом, поведенческий маркетинг представляет собой знания эффективного управления действиями отдельных людей, групп и организаций в целях достижения целей организации, формирования поддержания и расширения сегмента продажи собственных продуктов.

Список литературы

1. Кристофер, Л. Маркетинг услуг. Персонал, технология, стратегия. Вильямс, 2018 г. – 1008 с.

2. Апенько, С. Н. Поведенческий маркетинг в управлении персоналом проекта // Вестник Омского университета. – Серия «Экономика». – 2013. – № 3. – С. 153–156.

3. Организационное поведение: учебник для вузов / под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой. – СПб.: Питер, 2004. – 432 с.

4. Экономика и управление персоналом: Энциклопедический словарь / под ред. С. И. Сотниковой. – Новосибирск: НГУЭУ, 2012. – 468 с.

5. Гордиевич, Т. И., Рузанов П. В. Структуризация показателей эффективности организационного поведения // Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 30 апр. 2017 г.). – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 188 с.

ТЕХНОЛОГИЯ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДИАГНОСТИКИ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ

Е. В. Савченко, Т. В. Чибикова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Успех консультирования закладывается на этапе диагностики, где предстоит проделать, пожалуй, самое главное – поставить диагноз “проблеме”. Овладеть искусством диагностики не просто и по силам специалисту, понимающему и разбирающемуся в сложнейшем социальном организме предприятия, овладевшему современными диагностическими методиками. Экспертные методы применяют сейчас в ситуации, когда выбор, обоснование и оценка последствий решений не могут быть выполнены на основе точных расчетов. Такие ситуации нередко возникают при разработке современных проблем управления общественным производством и особенно, при прогнозировании и долгосрочном планировании. В последние годы экспертные оценки находят широкое применение в социально-политическом и научно-техническом прогнозировании, в разработке научно-технических, экономических и социальных программ, в решении проблем управления.

Ключевые слова и словосочетания: Организационная диагностика, управленческое консультирование, экспертная оценка, объекты оценки, метод экспертной оценки.

I. Введение

На современном этапе развития общества в связи с повсеместным распространением технологических и социальных инноваций, усложнением производственных процессов и повышением значимости социальной

составляющей организации управления происходит изменение содержания управленческой деятельности. Руководитель-практик не может охватить всех аспектов управленческого процесса, что обуславливает потребность в профессиональных консультантах по вопросам управления. Усложнение и качественные трансформации объекта управления диктуют необходимость перехода к тщательно продуманной методике и технологии консалтинга, смещения акцента в стратегии управления от принуждения к продуманному стимулированию и мотивации.

В России, в условиях рыночной экономики и формирования правового государства, вопросы эффективного управленческого консультирования приобретают особую важность.

Управленческое консультирование является специфическим видом деятельности, приобретающим особую актуальность в условиях современного индустриального общества. Изменчивость внешней среды, усложнение технологических и социальных процессов определяют необходимость обращения к профессиональным консультантам в различных областях. Итоговой целью консалтинга выступает оказание помощи компании-клиенту в выявлении и решении технических проблем в сочетании с увеличением производительности труда каждого отдельного работника.

Организационная диагностика является начальным и наиболее значимым этапом управленческого консультирования, потому что именно на этом этапе выявляется проблема от правильной формулировки которой, зависит качество консультационной услуги в целом.

II. Постановка задачи

Задачей настоящего исследования является применение технологии экспертной оценки к организационной диагностике в управленческом консультировании.

III. Теория

Метод экспертных оценок интересен тем, что позволяет обобщать аргументированные суждения специалистов-экспертов, основанные не только на знаниях, навыках и собственном опыте, но и на интуиции. Для того чтобы получаемая экспертная информация была качественной, необходимо выполнение следующих условий:

- наличие экспертной комиссии, состоящей из специалистов, профессионально знакомых с объектом экспертизы, и имеющих опыт работы эксперта;
- использование единых показателей, определяющих качество оцениваемого объекта;
- единая шкала оценок, понятная в равной степени всей экспертной группе;
- наличие аналитической группы, профессионально владеющей технологией организации и проведения экспертиз, методами получения и анализа экспертной информации;
- получение достоверной экспертной информации;
- корректная обработка и анализ экспертной информации [3, с. 357].

IV. Результаты исследования

Ниже представлены основные этапы экспертной оценки (рис. 1):

1. Разработка объектов оценки (оцениваемых показателей эффективности методов управленческого консультирования).
2. Создание единой системы оценки (оценочной шкалы).
3. Подбор экспертов.
4. Формирование методики анализа полученных данных.
5. Проведение оценки.
6. Анализ полученных результатов.

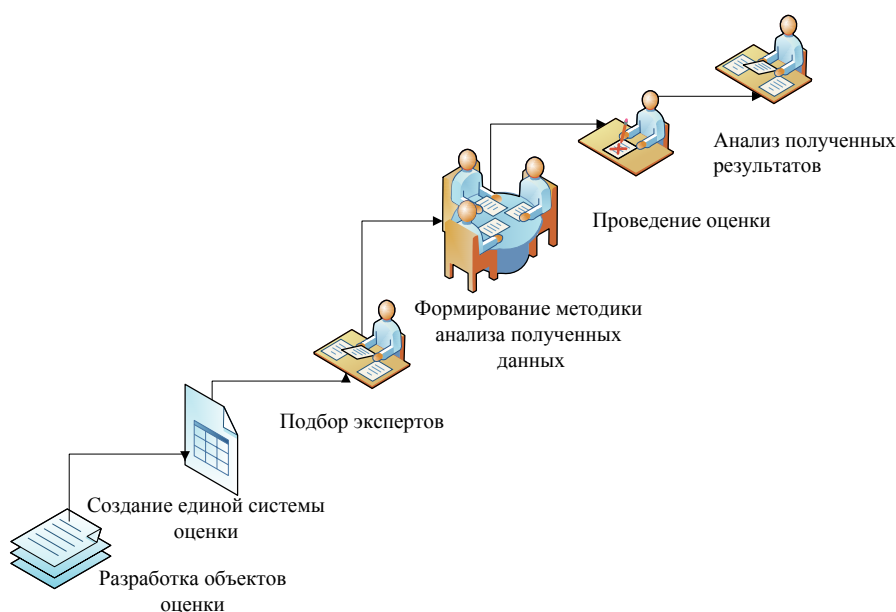


Рис. 1. Этапы экспертной оценки организационной диагностики

1. Разработка объектов оценки

Поскольку основным объектом исследования будет являться эффективность организационной диагностики в управленческом консалтинге, объектами оценки будут выступать: затраты на использование конкретного метода и результаты от конкретного метода, полученные компанией-заказчиком.

В табл. 1 рассматриваются объекты оценки, представленные выше.

Таблица 1

Эффективность организационной диагностики в ходе управленческого консультирования

| Затраты на использование организационной диагностики | | Результаты от использования организационной диагностики | | | |
|---|--|---|--|--|---|
| Временные | Финансовые | Результаты, напрямую связанные с предоставлением услуги | | Результаты, имеющие косвенное отношение к предоставляемой услуге | |
| | | Количественные | Качественные | Количественные | Качественные |
| Затраты, связанные с использованием рабочего времени сотрудника | Затраты на оплату работы респондентов, канцелярские товары, аренда зала, сувенирная продукция и т.д. | Снижение издержек, увеличение рентабельности, освоение новых видов продукции и т.д. | Изменение стиля и методов работы, создание, изменение структуры производства и управления и т.д. | Привлечение внешнего капитала, рост курса акций (если это не являлось целью консультирования) и т.д. | Обучение клиента, установление новых контактов. |

Элементы затрат:

Временные затраты подразделяются на подготовительную работу; время, затраченное на проведение организационной диагностики; время, необходимое для анализа результатов.

В финансовые затраты включаются оплата интервью респонденту; аренда помещения; использование мультимедийного оборудования; использование оборудования обработки информации (аудио, видео); канцелярские расходы; расходы на рекламу; расходы на печатную продукцию; оплата услуг лекторов, модераторов, экспертов.

Каждый из элементов затрат, согласно данной методике, будет оцениваться экспертами отдельно.

Следующим объектом оценки будут выступать результаты, полученные клиентом от предоставления консалтинговой услуги. На рис. 2 представлены результаты консалтинговой услуги, включающей этапы проведения, от диагностики до реализации разработок. Для оценки эффективности диагностических методов необходимо оценить результаты самой диагностики.

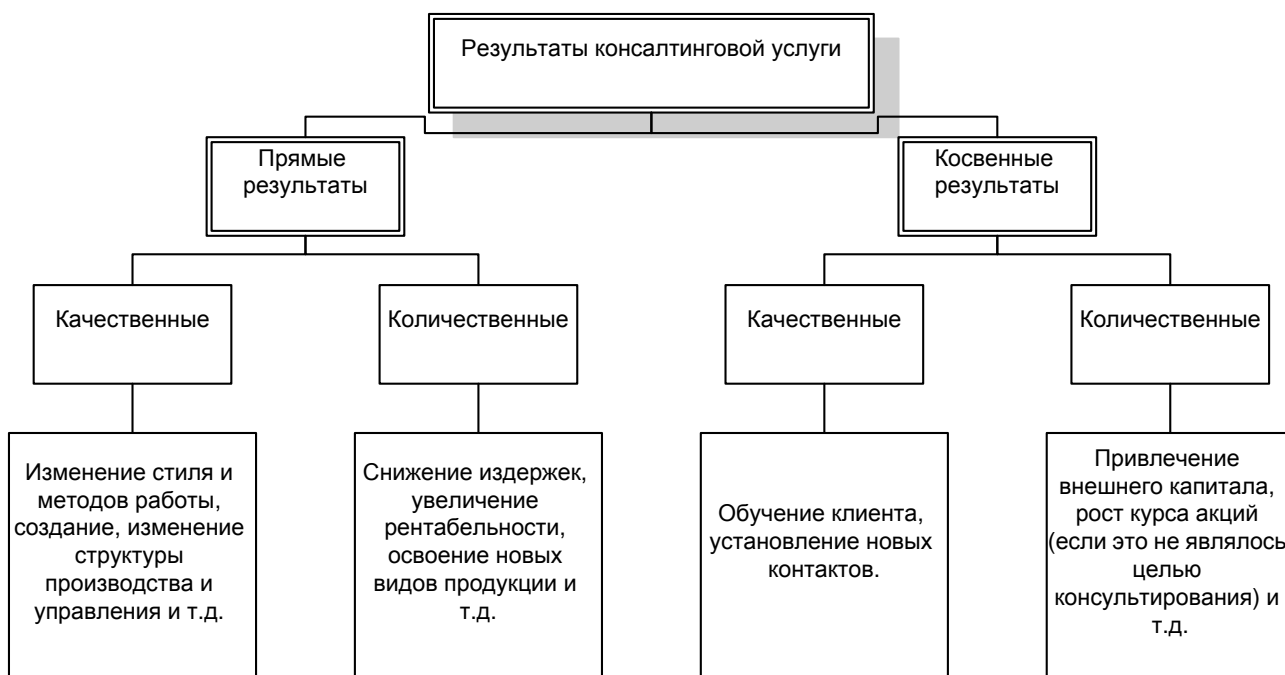


Рис. 2. Результаты консалтинговой услуги

В отличие от результатов всей консалтинговой услуги, организационная диагностика имеет предварительный характер, а следовательно результативность ее носит предварительный характер. Именно по этому, сложно говорить о таких показателях результативности, как количественные.

Выделенные результаты будут разделены на две группы: результаты, напрямую связанные с предоставлением услуги и результаты, имеющие косвенное отношение к предоставляемой услуге.

К результатам, напрямую связанным с предоставлением услуги, относятся:

- возможность сформировать общую картину существующего положения дел в организации;
- возможность определить основные проблемы и их расположение в рамках организации;
- возможность выявить последствия существующих проблем, если не заниматься их решением;
- возможность выделить факторы, снижающие эффективность работы организации;
- возможность оценить ресурсы развития и потенциал сопротивления изменениям;
- возможность построения плана организационного развития предприятия.

К результатам, имеющим косвенное отношение к предоставляемой услуге, относятся:

- повышение мотивации оцениваемого персонала;
- улучшение корпоративной культуры в организации;
- формирование корпоративного духа;
- установление новых контактов среди клиентов;
- обучение персонала новым методам работы.

Таким образом, были выделены основные критерии экспертной оценки затрат на реализацию организационной диагностики и результатов, полученных от нее [6].

2. Создание единой системы оценки (оценочной шкалы)

Создание единой системы оценки – необходимый этап, цель которого – единообразие оценочной шкалы для всех экспертов.

При оценке эффективности организационной диагностики будет использоваться пятибалльная система, где каждый балл будет иметь следующее значение:

- 5 – высокое значение;
- 4 – значение выше среднего;
- 3 – значение среднее;
- 2 – значение ниже среднего;
- 1 – значение низкое.

Преимущества данной системы оценки заключаются в следующем: она проста, понятна, измерима. Система оценки относится к относительной интервальной оценочной шкале, поскольку имеет точку отсчета 0 [5].

3. Подбор экспертов

Для подбора экспертов воспользуемся апробированной методикой, предложенной Граб В.П. для подбора экспертов при оценке качественных показателей на предприятии. Принятая система оценки экспертов для определения истинности их суждений включает в первую очередь уровень знаний и подготовленности специалиста к проведению экспертной оценки в заявленной области.

При этом, весомость мнения будет иметь следующий вид:

$V = 1$ – для эксперта профессионально занимающегося проведением организационной диагностики с целью предоставления консалтинговой услуги.

$V = 0,8$ – для эксперта, специализирующегося на других этапах консалтинговой услуги помимо организационной диагностики.

$V = 0,2$ – для эксперта, владеющего теоретическими знаниями в области организационной диагностики, но редко применяющего их на практике.

Специалисты, не работающие в данной области, к проведению экспертных оценок привлекаться не должны.

Для проведения экспертной оценки необходимо привлечь от 5 и более специалистов, при этом в соответствии и в зависимости от уровня их квалификации количество экспертов должно соответствовать данным, приведенным в таблице 3.

Зависимость количества экспертов от уровня квалификации [3, с. 357]

| Состав группы | Квалификация, вес | Количество специалистов | | | |
|---------------|-------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | Вариант 1 | Вариант 2 | Вариант 3 | Вариант 4 |
| 5 экспертов | 1 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| | 0.8 | – | 1 | 2 | 1 |
| | 0.2 | – | – | – | 1 |
| 7 экспертов | 1 | 7 | 6 | 6 | 5 |
| | 0.8 | – | 1 | – | 1 |
| | 0.2 | – | – | 1 | 1 |
| | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| | 0.8 | 2 | – | 3 | 2 |
| | 0.2 | – | 2 | – | 1 |

V. Обсуждение результатов

Данная методика позволит создать репрезентативную экспертную группу, соответствующую по уровню компетенции для проведения экспертной оценки эффективности организационной диагностики.

VI. Выводы и заключение

Таким образом, в модели экспертной оценки были разработаны объекты оценки (оцениваемые показатели эффективности организационной диагностики управленческого консультирования), предложена единая система оценки (оценочная шкала), сформулирована методика подбора экспертов. На данном этапе необходимо разработать грамотную методику анализа полученных данных, которая даст возможность использовать полученные результаты для сравнительной оценки полученных результатов с точки зрения эффективности (неэффективности) отдельного метода.

Управленческое консультирование является специфическим видом деятельности, осуществляемой независимыми и профессиональными советниками, и решает такие разносторонние задачи, как совершенствование организационной структуры организации-клиента, эффективное рас-

пределение труда в сфере управления, совершенствование кадровой политики, повышение мотивации, совершенствование системы оплаты труда и премирования, формирование организационной культуры, профилактика конфликтов.

Список литературы

1. Алпатова, Е. А. Комплексная организационно-экономическая диагностика предприятия: теория и практика / Е. А. Алпатова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 5 (41).

2. Артюхов, И. П. Экспертные оценки: методология и практика применения / И. П. Артюхов, Н. А. Горбач, С. Л. Бакшеева, И. А. Большакова, А. В. Жарова // Фундаментальные исследования. – 2016. – №10. – С. 11–15.

3. Граб, В. П. Экспертная оценка показателей качества / В. П. Граб // Надежность и качество: тр. междунар. симпозиума. – Пенза : ПГТУ, 2015. – С. 355–359.

4. Иванов, М. А. Организационная диагностика в процессе клиент-центрированного управленческого консультирования [Электронный ресурс] // Организационная психология, 2017. – Т. 7. № 3. – С. 51–66. URL: <http://orgpsyjournal.hse.ru>.

5. Красовский, Ю. Д. Организационная консалт-диагностика / Ю. Д. Красовский // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 2. – С. 314–315.

6. Токмакова, Н. О. Основы управленческого консультирования: учебное пособие // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2014. – 226 с.

СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИЯ БИЗНЕСА: ПОБЕДЫ И ПОРАЖЕНИЯ

Е. В. Слюсарева, М. С. Лаптева

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы применения стратегии диверсификации на примере зарубежных стран: стоит ли использовать данную стратегию, какие риски могут возникнуть при диверсификации бизнеса. Представлен опыт некоторых зарубежных компаний, успешно прошедших путь диверсификации и тех, которые не смогли выбрать правильную стратегию, и были вынуждены уйти с рынка.

Ключевые слова и словосочетания: диверсификация бизнеса, зарубежные компании, потребности, риски, изменения производства, технологии нового поколения.

I. Введение

Диверсификация связана с производством новых продуктов, изучением новых рынков и принятием новых рисков. Но, как бы рискованно это ни было, это может быть отличным способом поддержания стабильности. Если говорить о диверсификации в финансовом мире, то это способ хеджирования ставок и обеспечения того, что, если одна из инвестиций не будет приносить доход, то есть план и время на то, чтобы изменить положение компании.

Почти такая же концепция и в мире бизнеса. Поскольку покупатель, в лучшем случае непредсказуем, а прихоти клиентов, как известно, непостоянны, предприниматель может заплатить и расширить горизонты своей

компания и использовать новые возможности независимо от того, насколько он уверен в своих существующих предложениях [2, с. 143].

Стоимость игнорирования данного факта может быть серьезной. Рассмотрим опыт некоторых зарубежных компаний, как успешно прошедших путь диверсификации и тех, которые не смогли выбрать правильную стратегию и были вынуждены уйти с рынка.

II. Основная часть

Диверсификация не является спасением для фирмы или не может точно помочь стать лидером среди похожих компаний. Но это один из потенциальных способов оставаться конкурентоспособными.

Необходима ли диверсификация?

Многие считают, что нет. Доказательством этому является то, что в мире достаточно компаний, которые на ранней стадии нашли свою специализацию и вокруг чего и построили рынок.

Michelin – компания, сосредоточенная на производстве своего флагманского продукта. Несмотря на то, что она занималась производством дорожных карт и компонентов ракет, Michelin продолжает возвращаться к продукту, который сделал ее знаменитой: шины. Она была первой радиальной шинной компанией, охватившей весь мир, и сегодня является одной из самых узнаваемых в автомобильной промышленности» [7, с. 34]

Тем не менее, существует множество компаний, которым потребовалось некоторое время, чтобы определить их цель, и диверсифицировать снова и снова, пока они не поймут, что это за цель. Так, Nokia первоначально продавали бумажные продукты, Avon – книги и Hasbro – стильные остатки.

Таким образом, несколько более длинный и неоднозначный ответ выглядит примерно так: диверсификация может не понадобиться, но она может и спасти ваш бизнес.

General Electric: одна из самых больших историй успеха в области диверсификации. То, что началось с 1892 года слияния двух электрических компаний, теперь является международной, многомиллиардной компанией и 26-й крупнейшей в мире фирмой в Соединенных Штатах. За эти долгие годы GE успешно разветвлялась в самых разных отраслях промыш-

ленности, включая электроэнергию и воду, транспорт, нефть и газ, авиацию, здравоохранение и многое другое. Таким образом, GE является диверсификатором мирового класса [6, с. 145]

Ring Power: полнофункциональный дилер CAT с отделениями по всей Флориде. Конечно, дилер CAT не будет особенно сильным кандидатом на диверсификацию. Но строительная техника CAT, безусловно, обслуживает конкретную аудиторию и направлена на определенную потребность людей. Ring Power значительно выросла с 1962 года и теперь предлагает продукты и услуги в секторах сельского хозяйства, морских, трубопроводных и государственных подрядчиков.

В настоящее время новые технологии заставляют компании переопределять то, что они могут предложить миру.

Некоторые диверсифицируются путем адаптации. Например, если вы делаете гаражные ворота, вы начинаете думать о дверях для разных клиентов и разных домов. Вы создаете широкую палитру продуктов, которая может понравиться каждому человеку. Но что вы будете делать, если ваша отрасль начнет двигаться в новом направлении?

Компании диверсифицируются путем поиска соответствующего продукта, исследования его потенциала и последующего вступления на новый рынок. Многие известные компании делают это регулярно за счет приобретений: Apple, Amazon, Google и Microsoft. Они должны иметь прогнозистов мирового класса в своей платежной системе, потому что у них есть отличная способность находить и покупать небольшие компании, которые могут повысить ценность их существующей линейки продуктов [3, с. 186].

Главное нужно помнить, что путь отдельной компании к диверсификации будет решаться, по крайней мере частично, тем, какую часть риска руководство компании желает принять, и какими ресурсами компания располагает.

Значительное количество зарубежных компаний смогло применить стратегию диверсификации и не только остаться прибыльной компанией, но и намного улучшить свои показатели и стать мировыми лидерами во многих отраслях, и примерно такое же количество компаний были закрыты из-за неуспешно примененной диверсификации.

Но, что точно ясно, так это то, что в настоящее время практически все компании должны расширяться и применять интернет и технологии нового поколения (Internet and Smart Technologies).

III. Заключение и выводы

Полагаясь на большой опыт зарубежных компаний и людей, занимающихся данной проблемой, можно сделать следующие выводы: американские исследователи данного вопроса ориентируются на умение предпринимателей работать в бизнесе. И очень часто в английских и особенно в американских статьях о диверсификации бизнеса можно прочитать, что все дело в инстинкте и умении воспользоваться шансом, а также в отсутствии боязни рисков.

Список литературы

1. Гурков, И. Б. Стратегия и структура корпораций / И. Б. Гурков // учеб. пособие. – М. : Дело, 2016, 346 с.
2. Маркова, В. Д., Кузнецова, С. А. Стратегический менеджмент / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – Москва ; Новосибирск : ИНФРА-М, 2015. – 250 с.
3. Новицкий, Е. Г. Проблемы стратегического управления диверсифицированными корпорациями / Е. Г. Новицкий. – М. : Буквица, 2014.
4. Томпсон, А. А., мл., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд // Искусство разработки и реализации стратегий : учеб. для вузов / пер. с англ. под ред. Л. Г.
5. Berger P. G., Ofek E. Diversification's effect on firm value // Journal of Financial Economics. 2016. No. 37.
6. Booz, Allen, Hamilton. Diversification // A Survey of European Chief Executives. N. Y. : Booz, Allen, Hamilton, 2016.
7. Delby Michael, Smit Timo. Новый взгляд на диверсификацию // The McKinsey Quarterly. – 2017. – № 24.
8. Hyland D., Diltz D. Why firms diversify: an empirical examination // Financial management. 2014. – 235 с.
9. Neil W.C. Harper, S. Patrick Viguerie. Are You Too Focused? // The McKinsey Quarterly. – 2017; special edition: Risk and Resilience. – P. 28–37.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРАНСПОРТНОГО И СПЕЦИАЛЬНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

В. А. Сокуренок, А. А. Исаев

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток, Россия*

Аннотация: В статье представлен подход к обеспечению конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения. Целью данного исследования является выявление основных параметров конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения на примере горнорудной техники. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью анализа проблем, связанных с формированием рыночных механизмов конкуренции, повышением уровня конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения. Проведен анализ параметров конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения на примере горнорудной техники. Результаты анализа могут быть использованы при оценке конкурентоспособности продукции и при формировании системы управления конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения.

Ключевые слова и словосочетания: конкурентоспособность, транспортное и специальное машиностроение, параметры конкурентоспособности, эмоциональная теория продаж, интегрированный продукт.

I. Введение

В настоящее время среди ученых и специалистов отсутствует единый подход к обеспечению конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения, что оказывает негатив-

ное влияние на формирование системы управления конкурентоспособностью на предприятиях. При этом авторы разделяют точку зрения на содержание понятия «конкурентоспособность продукции» как «способности товара продемонстрировать наилучшее соотношение потребительной значимости и цены в сравнении с товарами-конкурентами» [2, с. 85].

II. Теория

Одной из основных причин возникновения такой ситуации является недоиспользование ряда перспективных теоретических разработок (в частности, эмоциональной теории продаж [3, с. 4]), которые позволяют прийти к единому мнению в этом вопросе.

В основе эмоциональной теории продаж лежат следующие положения.

«1. Человек совершает определенные *действия* (в частности, выбирает тот или иной товар) лишь в том случае, если они ведут к удовлетворению тех или иных *потребностей* (в долгосрочной или краткосрочной перспективе).

2. Интегральным показателем степени удовлетворения совокупности потребностей являются эмоции (положительные или отрицательные).

3. Покупатель выбирает тот товар, который вызывает у него более сильные положительные эмоции в сравнении с товарами-конкурентами.

4. Вызываемые различными характеристиками товара однородные эмоции (положительные или отрицательные) объединяются в одну более сильную эмоцию (биоинформационный сигнал).»

Так как на выбор того или иного товара оказывают влияние не только характеристики выбираемого товара, но и характеристики так называемых «дополнительных продуктов», обеспечение конкурентоспособности невозможно без выявления параметров потребительной привлекательности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения, учитывающих потребности покупателей и требования рынка. При выборе данных товаров покупатель, в первую очередь, акцентирует внимание именно на этих факторах, так как удовлетворение соответствующих потребностей приводит к возникновению наиболее положительных эмоций.

III. Постановка задачи

В связи с тем, что продукция транспортного и специального машиностроения включает большой спектр техники, отличной по своим параметрам, для обеспечения ее конкурентоспособности необходимо провести разделение на группы по принципу области применения, а затем выявить параметры конкурентоспособности продукции каждой группы. В рамках данного исследования рассматривается проблема обеспечения конкурентоспособности горнорудной техники, под которой понимаются машины и оборудование, предназначенные для разработки и добычи полезных ископаемых и ресурсов. К данному типу техники относятся самосвалы, экскаваторы, шахтовое оборудование и т.д.

IV. Результаты

По мнению авторов, в качестве основных параметров конкурентоспособности горнорудной техники можно выделить следующие:

1. Цена.

2. Проходимость – способность техники перемещаться по низкокачественному дорожному покрытию, а также преодолевать естественные и искусственные препятствия самостоятельно. Эксплуатация горнорудной техники предполагает преодоление большого количества преград, перемещение по неподготовленным покрытиям, движение в экстремальных условиях.

3. Скорость движения и скорость выполнения операций.

4. Возможность температурных модификаций. Так как горнорудная техника эксплуатируется под открытым небом в разных климатических поясах и температурных режимах, достаточно значимым конкурентным преимуществом является возможность выбора исполнения техники. Как правило, предлагается три варианта исполнения – стандартное, северное и тропическое.

5. Возможность эксплуатации в разных условиях. Как правило, горнорудная техника эксплуатируется либо в открытых условиях (например, карьер), либо в закрытых (шахта), поэтому возможность эксплуатации техники в разных условиях является достаточно значим фактором, влия-

ющим на выбор горнорудной техники. С другой стороны, многое зависит не только от характера работы, но и от сферы деятельности. Так, при добыче воспламеняемых ископаемых важным фактором является пожаростойкость техники.

6. Простота сборки техники. За некоторыми исключениями, самостоятельное движение горнорудной техники по дорогам общего пользования категорически запрещается. В силу внушительных размеров, такая техника доставляется на объекты в разобранном виде, и ее сборка осуществляется на месте собственными силами с привлечением специальных средств – кранов, экскаваторов и т.д. В такой ситуации данный фактор является важным аспектом выбора – чем проще и понятнее сборка, тем меньше ресурсов необходимо привлекать для ее выполнения, и тем быстрее можно приступить к эксплуатации техники.

7. Особые характеристики. Некоторые виды горнорудной техники обладают специальными характеристиками, упрощающими эксплуатацию и повышающими эффективность рабочего процесса. Например, некоторые модели самосвалов пригодны для движения по дорогам общего назначения, поэтому их также можно использовать для перевозки крупногабаритных грузов. Наличие такого рода особых характеристик является как бы дополнительным бонусом при покупке дорогостоящей техники, поэтому при прочих равных условиях является безусловным конкурентным преимуществом.

8. Мощность двигателя. Данная техническая характеристика непосредственно сказывается на скорости движения техники, ее грузоподъемности и способности преодолевать разного рода препятствия. При изучении технических показателей техники потребитель, в первую очередь, обращает внимание на мощность двигателя, которая влияет на эффективность и скорость работы, поэтому данный фактор конкурентоспособности является достаточно значимым.

9. Объем топливного бака. Эксплуатация техники горнорудного назначения осуществляется вдали от мест обслуживания и дозаправки. Кроме того, проезд к местам эксплуатации зачастую оказывается доста-

точно затруднительным. Чем больше объем топливного бака техники, тем реже техника нуждается в дозаправке и, следовательно, тем реже приходится прерывать свою основную деятельность.

10. Себестоимость 1 тонно-километра. Под таким показателем, как «себестоимость тонно-километра» подразумеваются затраты на перевозку 1 тонны груза на 1 км. Помимо очевидного расхода топлива, на затраты также ложится расход горюче-смазочных материалов и амортизационные издержки.

11. Выбор модификации кузова. Как говорилось ранее, условия эксплуатации горнорудной техники значительно отличаются друг от друга. Помимо стандартных моделей, некоторые производители предлагают особые модификации, применение которых в определенных условиях повышают эффективность работы.

12. Дорожный просвет. Так как горнорудная техника эксплуатируется на неподготовленной местности, дорожный просвет является весомой технической характеристикой. Согласно ГОСТ Р 50182-92 (ИСО 4131-79) «Дорожный транспорт. Обозначения легковых автомобилей», дорожный просвет – это расстояние между опорной поверхностью и самой нижней точкой центральной части автомобиля [1]. Данный показатель непосредственно влияет на проходимость автомобиля: чем больше дорожный просвет, тем выше препятствие, которое можно преодолеть, не прибегая к дополнительным маневрам.

13. Высота разгрузки и клиренс разгрузки. Под клиренсом разгрузки подразумевается расстояние от нижней точки разгрузки до земли. Высота разгрузки – это расстояние от верхней точки кузова при выгрузке до земли. Стоит отметить, что предпочтительное значение данных параметров для разных видов горнорудной техники различно.

14. Бренд. Огромное внимание при приобретении техники уделяется бренду. Очевидно, что при прочих равных условиях предпочтение отдается технике бренда, хорошо зарекомендовавшего себя в данной отрасли, так как репутация является определенным гарантом надежности и безопасности.

15. Имидж страны-производителя. Наряду с брендом, огромное внимание уделяется месту, где осуществлялось конечное производство техники. Если техника известного бренда производится не на его родине, то это может вызвать сомнение в качестве сборки.

16. Прочность металла. Горнорудная техника эксплуатируется в условиях повышенной опасности, при этом подвергается колоссальным нагрузкам, поэтому прочность металла, из которого производится техника, должна быть очень высокой.

17. Возможность установки дополнительного оборудования позволяет использовать одну и ту же единицу техники для выполнения разного рода работ. Дополнительное оборудование позволяет не только выполнять дополнительные работы на объекте, но и упрощает процесс повторной реализации техники, что является значимым конкурентным преимуществом.

18. Срок изготовления и доставки.

19. Доступность запасных частей. Эксплуатация техники невозможна без периодической замены запасных частей. По разным причинам потребитель может столкнуться с невозможностью быстрого приобретения запасных частей, что негативно скажется на осуществлении рабочего процесса, поэтому при приобретении техники данному фактору уделяется достаточно большое внимание.

20. Возможность комплектации аналоговыми запасными частями зачастую упрощает процесс их приобретения. Кроме того, аналоговые запасные части могут иметь более низкую стоимость, что уменьшает затраты на эксплуатацию техники, поэтому возможность комплектации аналоговыми запасными частями является важным критерием выбора горнорудной техники.

21. Одномарочность ГСМ. Для конечного потребителя более предпочтительным вариантом является возможность использования горюче-смазочных материалов одной и той же марки для разного рабочего оборудования, так как это упрощает процесс приобретения и доставки ГСМ к месту проведения технического обслуживания техники.

22. Возможность организации проведения технического обслуживания. Зачастую, занимающиеся продажей техники организации предлагают своим клиентам проведение выездного технического обслуживания техники. Данный фактор может повлиять на выбор клиента, так как обслуживание горнорудной техники квалифицированными узкоспециализированными механиками сокращает финансовые и временные затраты, а также является гарантией ее долгосрочного функционирования.

23. Наличие и срок гарантии является значимым фактором конкурентоспособности горнорудной техники. С одной стороны, наличие гарантии означает надежность поставщика техники. Кроме того, большой срок гарантии на технику, предоставляемый заводом – изготовителем подтверждает ее качество и надежность.

24. Эргономичность техники также является значимым фактором в пользу ее выбора. Предполагается, что оператор техники находится в процессе ее эксплуатации на протяжении длительного срока, поэтому ее эргономичность напрямую влияет на состояние его здоровья, а значит, и на эффективность рабочего процесса.

25. Наличие кредитных инструментов при приобретении техники. Горнорудная техника имеет достаточно высокую стоимость, поэтому потребителю зачастую приходится прибегать к разного рода кредитным инструментам – кредит, лизинг, рассрочка платежа и т.д. Наличие у поставщика такого рода инструментов и их условия могут выступить в качестве значимого фактора конкурентоспособности горнорудной техники.

V. Выводы

Выявленные авторами параметры конкурентоспособности горнорудной техники представлены в таблице 1. На основании оценки приведенных параметров разрабатываются мероприятия по обеспечению конкурентоспособности продукции предприятий транспортного и специального машиностроения. Данная методика позволяет оперативно выявить «слабые» стороны предлагаемой продукции и своевременно предпринять меры, направленные на укрепление позиций на рынке.

Параметры конкурентоспособности горнорудной техники

| № | Наименование параметра |
|----|--|
| 1 | Цена |
| 2 | Проходимость |
| 3 | Возможность эксплуатации в разных условиях |
| 4 | Простота сборки техники |
| 5 | Мощность двигателя |
| 6 | Объем топливного бака |
| 7 | Себестоимость 1 тонно-километра |
| 8 | Доступность запасных частей |
| 9 | Возможность комплектации аналоговыми запасными частями |
| 10 | Наличие и срок гарантии |
| 11 | Скорость |
| 12 | Возможность температурных модификаций |
| 13 | Наличие особых характеристик |
| 14 | Выбор модификации кузова |
| 15 | Дорожный просвет |
| 16 | Высота разгрузки и клиренс разгрузки |
| 17 | Прочность металла |
| 18 | Возможность установки дополнительного оборудования |
| 19 | Срок изготовления и доставки |
| 20 | Возможность выбора марки используемых ГСМ |
| 21 | Возможность организации проведения технического обслуживания |
| 22 | Эргономичность техники |
| 23 | Наличие кредитных инструментов |
| 24 | Бренд |
| 25 | Имидж страны-производителя |

Резюмируя все вышесказанное можно отметить, что современный мировой рынок продукции предприятий транспортного и специального машиностроения является крайне насыщенным, что заставляет производителей пристально следить за обеспечением конкурентоспособности продукции. Качественный анализ параметров конкурентоспособности данной продукции является обязательным условием создания успешно функционирующей отрасли.

Список литературы

1. Государственный стандарт Российской Федерации 50182-92 (ИСО 4131-79). Дорожный транспорт. Обозначения размеров легковых автомобилей: [сайт]. URL: <http://gostexpert.ru/gost/gost-50182-92> / Гостэксперт – единая база ГОСТов РФ.

2. Исаев, А. А. Оценка конкурентоспособности продукции: методологический аспект / А. А. Исаев // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2017. – № 2. – С. 83–89.

3. Исаев, А. А. Принятия решения о покупке: эмоциональный аспект // Практический маркетинг. – 2015. – № 5. – С. 3–6.

УДК 331. 5.024.5

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ИНВАЛИДОВ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В РЕГИОНЕ

В. А. Цыганков, Я. А. Бирюкова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Настоящая статья носит проблемный характер, основывается на анализе и практике применения ряда нормативных актов и региональных документов, направленных на содействие в образовании и трудоустройстве социально незащищенных людей. Дана авторская оценка результативности политики занятости инвалидов в регионе, рассмотрены условия ее успешной реализации. Соответствующим образом систематизированы проблемы трудоустройства инвалидов. Сформулированы и обоснованы рекомендации по повышению эффективности применения труда инвалидов, их обучению, переподготовке, информационному обеспечению.

Ключевые слова: доступная среда; поддержка инвалидов на рынке труда; анализ профессионально-квалификационной структуры инвалидов трудоустройство инвалидов; концепция трудоустройства инвалидов в регионе; мероприятия для развития взаимодействия по схеме «работодатель – инвалид (работник)».

I. Введение

В стране достаточно успешно реализуется Государственная многоцелевая программа «Доступная среда», направленная на защиту и поддержку отдельных слоев населения, действия которых ограничены в результате заболеваний. Фактически это комплекс различных мер на федеральном и региональном уровне, способствующих реабилитации, в том числе и трудовой, значительной группы людей.

По данным Организации Объединенных Наций (ООН) около 10% населения планеты имеют ограничения жизнедеятельности, связанные с какими либо патологическими отклонениями в деятельности организма или несовершенством окружающей инфраструктуры. Более 500 миллионов человек имеют инвалидность, не менее 25% всего населения страдают расстройствами здоровья, а примерно одна семья из четырех имеет в своем составе человека с ограниченными возможностями.

Российская Федерация в 2008 году ратифицировала Конвенцию о правах инвалидов от 13 декабря 2006 года, подтвердив свою готовность к формированию условий для соблюдения международных стандартов экономических, социальных, юридических и других прав инвалидов. В соответствии с этим документом основой государственной политики в отношении инвалидов является реабилитация в целях их социальной адаптации, достижение ими материальной независимости и их интеграции в общество. Одним из направлений реабилитации инвалидов является профессиональная ориентация, обучение и образование, содействие в трудоустройстве, последующая производственная адаптация.

В отечественной практике проблема инвалидности сохраняет актуальность, так как основой определения группы инвалидности становится ограничение способности к трудовой деятельности. Вызывает озабочен-

ность увеличение числа инвалидов среди лиц трудоспособного возраста, количество которых, по данным Всероссийского общества инвалидов, составляет 45% от числа граждан, первично признанными людьми с ограниченными возможностями.

По данным этой организации работающие инвалиды составляют около 10% их общей численности, а занятость среди инвалидов трудоспособного возраста не превышает 15%. Особенно низка она среди инвалидов первой и второй групп (8%). В тоже время, в США трудоустроены 29% инвалидов, в Великобритании – 40%, в Китае – 80%.

Очевидная актуальность затронутой темы подкрепляется развивающейся законодательной и правовой базой. Первоначальный срок программы (2011–2015 г.) был продлен до 2020 года, а в настоящее время по поручению президента страны правительству программа будет продлена до 2025 года, причем, ее реализация будет проводиться более интенсивно. В соответствии со статьей 19 Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации (№181-ФЗ) государство гарантирует инвалидам необходимые условия получения образования и профессиональной подготовки в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида [2].

II. Основная часть

По данным министерства труда и социального развития Омской области, главного бюро медико-социальной экспертизы области (МСЭ) число инвалидов трудоспособного возраста на протяжении ряда лет, начиная с 2012 года, сохраняется на уровне 15–16 тысяч человек, что составляет более 50% от общего числа инвалидов [1].

Региональные общественные объединения инвалидов основными причинами незанятости трудоспособных инвалидов считают:

- отсутствие потребности в трудоустройстве – 35,9% от общего количества незанятых трудоспособных инвалидов;
- отсутствие профессионального образования – 26,7%;
- отказ работодателей в трудоустройстве инвалидов – 14,0%;
- несоответствие имеющейся профессии медицинским противопоказаниям по здоровью – 10,6%;

- не устраивает форма занятости – 8,0%;
- отсутствие вакансий в соответствии с имеющимся профессиональным образованием – 4,8%.

Возрастная структура инвалидов обратившихся за содействием по данным этих организаций выглядит следующим образом:

- от 50 до 60 лет – 44%;
- от 30 до 49 лет – 39,4%;
- от 14 до 29 лет – 15,1%.

В большинстве случаев за содействием в поиске работы обращаются инвалиды – представители рабочих профессий. Доля трудоустройства инвалидов на вакантные рабочие места составляет 61,9% от числа обратившихся.

С учетом выше изложенного в Омской области Главным управлением государственной службы занятости населения был утвержден план мероприятий, направленный на обеспечение гарантий содействия занятости инвалидов на 2016–2018 годы. Только в 2015 году специалисты центров занятости населения региона помогли найти работу 786 инвалидам, еще 80 человек с ограниченными возможностями здоровья были направлены на профессиональное обучение под гарантированное трудоустройство. Службой занятости регулярно организовываются встречи, участниками которых являются представители органов власти, работодатели, организации инвалидов, учреждений образования. В центре обсуждений остаются вопросы государственной поддержки инвалидов на рынке труда, квотирование рабочих мест.

Однако, нормы федерального и регионального законодательства, методические указания и рекомендации в области обучения и трудоустройства инвалидов и других социально незащищенных людей, а также информационные инструменты не обеспечивают требуемого уровня координации и взаимодействия всех заинтересованных в решение этого вопроса структур, что порождает ряд проблем, требующих рассмотрения.

Все проблемы, возникающие при профессиональной подготовке и трудоустройстве инвалидов, можно подразделить на следующие укрупненные группы: проблемы организационного характера; проблемы эконо-

мического характера, проблемы образовательного характера, проблемы информационного характера.

Проблемы организационного характера чаще всего проявляются в отсутствии транспортной доступности предприятий располагающих вакантными рабочими местами для инвалидов, предоставляемыми для данной категории работников. Кроме того, остается во многих случаях не решенной организация всего того что охватывает понятие «доступная среда», а именно: отсутствие специальных лифтов, пандусов, оборудованных туалетных комнат и прочей инфраструктуры предприятия, позволяющей комфортно трудиться инвалиду. Соответствующие специфические требования предъявляются и к организации непосредственно рабочего места, то есть необходима его доработка с учетом физических недостатков работника.

Проблемы экономического характера, связанные, с одной стороны, с дополнительными затратами по оборудованию рабочих мест, а с другой стороны, с большими затратами рабочего времени на выполнение работы, более низкой производительностью труда, а в отдельных случаях с осуществлением доплаты до величины МРОТ.

Проблемы образовательного характера обусловлены отсутствием или недостатком профессиональных навыков и знаний. Следует отметить, что в регионе ежегодно проходят обучение в учреждениях профессионального образования 300–400 человек имеющих инвалидность (по данным Министерства образования), но многие из них остаются в последующем не трудоустроенными в связи с собственными страхами и комплексами.

Наиболее острой, на наш взгляд, являются проблемы информационного характера. Их суть сводится к недостаточной информированности инвалидов о возможности трудоустройства, получения специальности, прохождения переподготовки, повышения квалификации.

В условиях наличия достаточной законодательной и нормативно-правовой основы возникает необходимость дальнейшего развития социального партнерства в сфере профессиональной интеграции инвалидов в общество, создание условий для дополнительного стимулирования руководителей предприятий создающих рабочие места для инвалидов,

предоставление налоговых льгот. Заслуживает внимания дальнейшее развитие социальной рекламы по вопросам трудоустройства инвалидов, позиционирование руководителей организаций, принимающих на работу инвалидов. Распространение информации через печатные и электронные СМИ о работодателях, соблюдающих законодательно установленные квоты по трудоустройству инвалидов, о создании ими производственной среды, которая доступна для инвалидов.

Конструктивному взаимодействию между работодателями и инвалидами может способствовать информация в СМИ о мерах по субсидированию на конкурсной основе проектов, предлагаемых предпринимателями по созданию рабочих мест для инвалидов.

Особого внимания требует организация информирования инвалидов о возможности трудоустройства всеми возможными способами, в том числе через официальные сайты Главного управления области по делам печати, Министерства труда. В первую очередь необходима информация об исполнении законодательства о квотировании рабочих мест для инвалидов и о реализации возможности подготовки, переподготовки, повышения квалификации инвалидов по всем востребованным на рынке труда специальностям и профессиям. В информационное обеспечение инвалидов должны быть включены все печатные органы региона, телевизионные каналы.

Желательно размещение указанной выше информации в учреждениях образования, здравоохранения, социальной защиты и пенсионного обеспечения – везде, где эта информация может быть доступной инвалидам.

III. Выводы

Задача формирования доступного для инвалидов информационного пространства должна решаться совместно всеми участниками социально-трудовых отношений на региональном уровне, органами региональной и муниципальной власти при осуществлении координации взаимодействия со стороны Министерства труда и социального развития региона. Проблемы трудоустройства инвалидов сохраняются, но они решаемы.

Список литературы

1. Концепция по трудоустройству инвалидов в Омской области. Утверждена Решением областной трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений 19.03.2013 года [Электронный ресурс] // regionz.ru: Региональное законодательство: информ.-справочный портал. URL: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=2124106> (дата обращения: 13.03.2018)
2. Мазур, Д. Круглый стол по трудоустройству инвалидов состоялся в Омске [Электронный ресурс] // aif.ru: Издательский дом "Аргументы и факты". 2016. 21 ноября. URL: http://www.omsk.aif.ru/society/kruglyu_stol_po_trudoustroystvu_invalidov_sostoyalsya_v_omske (Дата обращения: 13.03.2018).
3. Государственная помощь для малоподвижных граждан по программе «Доступная среда» [Электронный ресурс] // posobie-help.ru: информ.-справочный портал. URL: <http://posobie-help.ru/subsidii/lgoty-invalidam/dostupnaya-sreda.html> (Дата обращения: 14.03.2018).

УДК 331.1

КЛАССИФИКАЦИЯ УРОВНЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ РАБОТНИКОВ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Е. В. Яковлева

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Омский государственный технический университет»,
г. Омск, Россия*

Аннотация: Существенным фактором, детерминирующим инновационное развитие цифровой экономики является интеллектуальный. В представляемой статье позиции инфраструктурно-воспроизводственного под-

хода представлена классификация уровней организации управления интеллектуальными ресурсами работников промышленных предприятий по различным основаниям: по охвату элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации персонала, а также по критическим условиям эффективного управления. Результаты исследования полезны и необходимы для формирования и развития теоретической и методологической основы совершенствования организации управления персоналом инновационно активных субъектов экономики в условиях её цифрового развития. Могут быть использованы при разработке инструментов, методов, систем, а также механизмов управления интеллектуальными ресурсами работников, нацеленных на максимизацию эффекта новаторства, необходимого для обеспечения стабильного инновационного развития на современном уровне.

Ключевые слова. Управление, персонал, интеллектуальные ресурсы, инфраструктурно-воспроизводственный подход, инновационное развитие экономики, цифровая экономика.

I. Введение

Настоящий этап технологического развития определяет стратегический вектор современной экономики, причем, как в международном, так и национальном измерении, включая все её сферы, направленный на формирование цифровой экономики. В области экономики и управления человеческими ресурсами при этом всё более характерной проблемой становится недостаток инновационно-компетентных работников по многим развивающимся направлениям промышленности [1, 2]. В таких условиях востребованным результатом управления человеческими ресурсами промышленности является, прежде всего, качественное развитие персонала, нацеленное на инновационный результат в формате цифровой экономики, т. е. совершенствование профессиональных знаний, навыков, опыта, повышение на данной основе профессионально-квалификационного уровня, интегрируемого в профессиональные компетенции в современной инновационной сфере [3, 4, 5].

В результате, назрела потребность пересмотра и переоценки концептуальных ориентиров менеджмента промышленно-производственного персонала на новой принципиальной основе с позиции приоритетов инновационного развития цифровой экономики, акцентирующих внимание на необходимости повышения научного интереса к управлению интеллектуальными ресурсами работников (*UIPP* – далее) и развитию инновационных компетенций работников на данной основе.

II. Постановка задачи

Отсутствие возможности обеспечения эффективного управления промышленно-производственным персоналом в новых экономических условиях на основе традиционных подходов, определило главную идею проводимой исследовательской работы, направленной на развитие теории и методологии управления персоналом на основе инфраструктурно-воспроизводственного подхода. В частности, полученные результаты могут быть использованы при развитии концепции «обучения на протяжении всей жизни» (*lifelong learning*), а именно, при проработке организационных аспектов применения элементов *lifelong learning* на уровне предприятий. Помимо этого, полученные решения позволят исследовать, и создавать управленческие системы и механизмы, позволяющие формировать и развивать профессиональные компетенции работников в сфере инноваций современного уровня цифровой индустрии (индустрии 4.0.).

III. Теория

Международная и российская теория и методология управления персоналом, представлены достаточно разнообразными концепциями, сфокусированными на аспектах управления персоналом, обусловленных технологическими и структурными изменениями в экономике на инновационной основе [6, 7, 8], но не дают достаточно четкого видения специфики управления в области развития инновационных компетенций и интеллектуализации персонала, направленных на решение задач диверсификации и технологической модернизации промышленности в условиях цифровой экономики, что является актуальной научной проблемой.

Предлагаемый инфраструктурно-воспроизводственный подход к исследованию *УИРР* современных предприятий промышленности, позволяет рассматривать интеллектуализацию персонала как объект управления, акцентируя внимание, во-первых, на воспроизводственном характере управляемого процесса, во-вторых, на его инфраструктурном месте и роли в инновационном цикле, сконцентрированным на создании условий для формирования и развития столь необходимых в условиях цифровой экономики инновационных компетенций работников.

IV. Результаты экспериментов

Применение инфраструктурно-воспроизводственного подхода исследованию *УИРР* позволило получить результаты по классификации организационных уровней *УИРР* на предприятиях промышленности в условиях инновационного развития цифровой экономики.

Предложена классификация различных организационных *УИРР* промышленных предприятий по охвату элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации персонала:

а) пассивный уровень – представление в организации *УИРР* не менее одного элемента воспроизводственного процесса интеллектуализации работников;

б) средне-активный уровень – представление в организации *УИРР* не менее двух элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации работников;

в) активный уровень – представление в организации *УИРР* не менее трех элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации работников;

г) сфокусировано-активный уровень – представление в организации *УИРР* полного комплекта элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации работников (табл. 1).

В качестве отдельных элементов воспроизводственного процесса интеллектуализации персонала рассматривались: прогнозирование и планирование, формирование, развитие, использование и преобразование интеллектуальных ресурсов работников в экономический потенциал промышленного предприятия цифровой экономики.

**Организационные уровни управления
интеллектуальными ресурсами работников
по охвату элементов воспроизводственного процесса**

| Уровень организации <i>УИРР</i> | Критерий уровня организации <i>УИРР</i> | Идентифицированные элементы <i>УИРР</i> на предприятии |
|---|---|--|
| Пассивный: воспроизводственный процесс интеллектуализации не может быть организован | Представление в кадровой политике предприятия не менее одного элемента <i>УИРР</i> | 1. Развитие интеллектуальных ресурсов персонал |
| Средне-активный: воспроизводственный процесс интеллектуализации сложно организовать | Представление в кадровой политике предприятия не менее двух элементов <i>УИРР</i> | 1. Формирование интеллектуальных ресурсов персонала. 2. Развитие интеллектуальных ресурсов персонала |
| Активный: воспроизводственный процесс интеллектуализации может быть организован при условии развития функций <i>УИРР</i> | Представление в кадровой политике предприятия не менее трех элементов <i>УИРР</i> | 1. Формирование интеллектуальных ресурсов персонала. 2. Развитие интеллектуальных ресурсов персонала. 3. Использование интеллектуальных ресурсов |
| Сфокусированно-активный: воспроизводственный процесс интеллектуализации организован и эффективен в качестве инфраструктуры процесса инноваций | Представление в кадровой политике предприятия полного комплекта элементов <i>УИРР</i> | Сбалансировано-рациональное представление в <i>УИРР</i> всех этапов воспроизводственного цикла интеллектуализации персонала |

Содержание различных уровней организации *UIPP* уточнено с точки зрения критических условий эффективного управления, к которым отнесены два вида условий: необходимое и достаточное (табл. 2).

Таблица 2

**Критические условия эффективного управления
интеллектуальными ресурсами работников**

| Условия | Характеристика условий | Критерии условий |
|-------------|--|--|
| Необходимое | Характеризует качественный уровень интеллектуальных ресурсов работников и полноту их использования в инновационном процессе | $ИРР = ИРР_{\phi} = ИРР_m,$ <p>где $ИРР$ – интеллектуальные ресурсы работников; $ИРР_{\phi}$ – фактически используемые в инновационном процессе $ИРР$; $ИРР_m$ – $ИРР$ требуемого качества исходя из необходимости достижения инновационных целей предприятия в условиях цифровизации</p> |
| Достаточное | Позволяет оптимизировать соотношение результата от использования $ИРР$ в инновационном процессе и затрат на их формирование и развитие | $K_{эирр} > 1,$ <p>где $K_{эирр}$ – коэффициент эффективности использования $ИРР$ в инновационном процессе.</p> $K_{эирр} = P_{ИРР} / Z_{ИРР},$ <p>где $P_{ИРР}$ – выраженные в денежном эквиваленте экономические результаты от использования $ИРР$ в инновационном процессе; $Z_{ИРР}$ – выраженные в денежном эквиваленте затраты на формирование $ИРР$</p> |

Характеристиками организационных уровней *UIPP* (пассивного, средне-активного, активного, сфокусировано-активного) по критическим условиям необходимости и достаточности эффективного управления, раскрывающими степень достижимости определенного организационного оптимума в управлении являются следующие (табл. 3).

**Организационные уровни управления
интеллектуальными ресурсами работников
по критическим условиям необходимости и достаточности**

| Организационный уровень УИРР | Характеристика по критериям условий необходимости и достаточности |
|------------------------------|---|
| Пассивный | 1) не регулярное, нецеленаправленное формирование и развитие ИРР; 2) ИРР используются не в полной мере, но уровень их фактического использования соответствует производственным потребностям (предприятие не достаточно активно в области инноваций); 3) $K_{эирр} < 1$ |
| Средне-активный | 1) не обосновано завышенные затраты на формирование и развитие ИРР инновационной сферы предприятия, не обуславливающие окупаемость инвестиций; 2) недоиспользование ИРР; 3) $K_{эирр} < 1$ |
| Активный | 1) полное использование ИРР, уровень качества которых, однако, не отвечает ресурсным потребностям предприятия в инновационной сфере либо уровень фактического использования ИРР ниже интеллектуальных возможностей персонала (либо отдельных ключевых работников), что также не соответствует производственным целям и задачам предприятий в условиях инновационного развития на новом цифровом уровне; 2) $K_{эирр} \leq 1$ |
| Сфокусированно-активный | 1) оптимальное соотношение между качественным уровнем ИРР и полнотой их использования в инновационной сфере: $ИРР = ИРР_{\phi} = ИРР_m$; 2) $K_{эирр} > 1$ |

С точки зрения решения проблем по формированию траектории инновационного развития цифровой экономики становится необходимым сфокусированно-активный уровень УИРР предприятий, представленный единым комплексом взаимосвязанных элементов, сформированных по прин-

ципу воспроизводственной сбалансированности интеллектуальных ресурсов персонала в интересах инновационного развития предприятий.

V. Обсуждение результатов

Переход к активной фазе инновационного развития цифровой экономики связан с глубокими институциональными преобразованиями, переосмыслением концептуальных подходов и пересмотром промышленных ценностей уходящей «техногенной» культуры и зарождением ценностей информационного и «хомогенного» характера формирующейся новой культуры, акцентирующей внимание на роли и значении взаимообусловленных информационных и человеческих ресурсов.

Актуальной проблемой современной экономики в связи с показанными тенденциями является формирование новой «колеи», обеспечивающей стабильно положительную динамику в направлении инновационного развития цифровой экономики. Одним из основополагающих факторов создания такой инновационной «колеи» является новаторство трудовых коллективов, массовость и масштабность которого позволит сформировать соответствующий эффект, детерминированный преимущественно *ИРР*, а именно, их эффективным и целенаправленным формированием, развитием и использованием в инновационных процессах. Причем, данный эффект становится определяющим фактором при глубокой трансформации существующих или зарождении новых институтов экономики.

VI. Заключение и выводы

Основным целевым ориентиром *УИРР* современного предприятия промышленности должны стать достижение и стабилизация требуемого воспроизводственного уровня *ИРР*, обусловленного потребностями предприятия в инновационном развитии в соответствии с этапом цифровизации экономики. Данный ориентир определяет последовательность решения проблем, инструментарий, порядок распределения ресурсов в процессе внутрифирменного управления, нацеленного на инновационный результат. В связи с этим актуализируется потребность поиска адекватных управленческих подходов, позволяющих разработать необходимые систе-

мы и механизмы управления, востребованные в условиях реализации перспективных направлений инновационного развития отечественной экономики.

Направлениями перспективного продолжения исследования могут быть дальнейшее развитие теоретико-системных представлений о специфике управления интеллектуализацией работников как воспроизводственным процессом, инфраструктурно включенным в процесс инноваций, а также совершенствование методологии, методики организационных процедур и инструментария оценки результативности управления.

Список литературы

1. Дафт, Р. Л. Менеджмент / пер. с англ. под ред. С. К. Мордвинова. – СПб.: Питер, 2010. – 800 с.
2. Друкер, П. Ф. Менеджмент. Вызовы XXI века. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – 256 с.
3. Клейнер, Г. Б. Стратегия предприятия. – М.: «Дело», 2008. – 568 с.
4. Корнейчук, Б. В. «Эффект колеи» в контексте эволюционной теории экономических изменений // TERRA ECONOMICUS. – Том 14. – № 1. – 2016. – С. 78–87.
5. Лукас, Р. Э. Лекции по экономическому росту / пер. с англ. Д. Шестакова. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2013. – 288 с.
6. Нейсбит, Д. Высокая технология, глубокая гуманность. Технологии и наши поиски смысла: пер. с англ. – М.: АСТ:Транзиткнига. – 2005. – 381 с.
7. Яковлева, Е. В. Формирование механизма управления интеллектуализацией персонала промышленных предприятий: история, предпосылки, основные элементы: монография. – М.: Креативная экономика, 2016. – 114 с.
8. Freeman, C. The national systems of innovation in historical perspective // Cambridge Journal of Economics. – Vol. 1. – no. 19. – 1995. – PP. 5–24.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| Т. В. Богданчикова. О влиянии внедрения высокотехнологичного оборудования на трудовую активность работников предприятий..... | 3 |
| Т. Б. Бондарева, М. Ю. Маковецкий. Финансовое состояние предприятия: значимость факторов и их анализ | 7 |
| Н. В. Боровских, З. Ш. Ахметова. Конкурентные стратегии коммерческих банков: сущность, понятие, содержание | 16 |
| Т. И. Гордиевич. Управление организационным поведением на личностном уровне | 25 |
| И. Н. Горелова, Л. В. Чегаева. Формирование эмоционального капитала в рамках использования стабилизирующей модели формирования трудовых ресурсов и его влияние на эффективность предприятия..... | 31 |
| Л. С. Горскина, О. В. Пропп. Проблемы развития промышленного производства в Омске..... | 41 |
| М. Л. Калужский. Особенности трансформации рынка труда в России | 51 |
| К. В. Крумина, О. Г. Заровчатская. Повышение профессионально-квалификационного уровня персонала..... | 62 |
| А. Г. Лапкина. Трудовая демократия как межотраслевая научная дисциплина | 69 |
| А. Е. Мрачковский, Е. В. Медведев. Влияние миграционных процессов на рынок труда региона в условиях инновационной экономики (на примере омской области)..... | 75 |
| В. В. Проскурин. Моделирование технико-экономического обоснования проектов | 84 |

| | |
|--|-----|
| П. В. Рузанов, Т. И. Гордиевич. Управление организационным поведением: трёхуровневый подход | 93 |
| П. В. Рузанов. Основные трактовки поведенческого маркетинга..... | 100 |
| Е. В. Савченко, Т. В. Чибикова. Технология экспертной оценки организационной диагностики в управленческом консультировании | 106 |
| Е. В. Слюсарева, М. С. Лаптева. Стратегия диверсификация бизнеса: победы и поражения | 115 |
| В. А. Сокуренок, А. А. Исаев. Обеспечение конкурентоспособности продукции предприятия транспортного и специального машиностроения | 119 |
| В. А. Цыганков, Я. А. Бирюкова. Проблемы трудоустройства инвалидов и пути их решения в регионе..... | 127 |
| Е. В. Яковлева. Классификация уровней организации управления интеллектуальными ресурсами работников в условиях инновационного развития цифровой экономики | 133 |

Научное издание

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ

Материалы Всероссийской научно-практической конференции
(Омск, 24–25 мая 2018 года)

Ответственность за содержание материалов несут авторы

Печатается в авторской редакции

Компьютерная верстка *Е. В. Беспаловой*

Для дизайна обложки использованы материалы
из открытых интернет-источников

Подписано в печать 16.10.18. Формат 60×84¹/₁₆. Бумага офсетная.
Отпечатано на дупликаторе. Усл. печ. л. 9,00. Уч.-изд. л. 9,00.
Тираж 100 экз. Заказ 545.

Издательство ОмГТУ. 644050, г. Омск, пр. Мира, 11; т. 23-02-12.
Типография ОмГТУ.