



Министерство образования и науки ДНР
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»
Кафедра менеджмента непроизводственной сферы



УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Материалы
научно-практической интернет-конференции
12 апреля-9 мая 2016 года



Донецк 2016

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ»**

Кафедра менеджмента непроизводственной сферы

**УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ
НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

**Материалы региональной
научно-практической интернет-конференции
12 апреля-9 мая 2016 года**

**Донецк
2016**

УДК 008 : 65.012.32

ББК У291.21

У 67

Управление предприятием в условиях нестабильности: материалы регион. науч.-практ. интернет-конф. 12 апреля – 9 мая 2016 г., г. Донецк / ГОУ ВПО ДонГУУ. – Донецк : ДонГУУ, 2016. – 137 с.

Редакционная коллегия:

Костровец Л.Б., д.э.н., доцент;
Дорофиенко В.В., д.э.н., профессор;
Ободец Р.В., д.э.н., доцент;
Гурий П.С., к.гос.упр., профессор;
Лаврищева М.В., к.гос.упр., доцент;
Козлов В.С., к.э.н., старший преподаватель;
Смирнова Е.А., ассистент;
Иванова О.К., ассистент.

В материалах Региональной научно-практической интернет-конференции «Управление предприятием в условиях нестабильности» рассмотрены актуальные вопросы развития управления в условиях экономической, политической и социальной нестабильности. Сформированы основы для обмена инновационными практиками по решению проблем управления, расширения возможностей управленческих процессов, оперативности и качества предоставления услуг, и определены перспективы социально-экономического развития в Донецкой Народной Республике

ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», 2016

С О Д Е Р Ж А Н И Е

**СЕКЦИЯ 1. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК
ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ**

| 3

Бегункова Т.Н. Формирование механизма регулирования социально-экономического развития Донбасса в современных условиях	6
Гашутина Е.Э., Докторова Н.П. Риск-менеджмент как основа управления рисками предприятия в условиях неопределенности	10
Довгань А.С. Мировой опыт управления покупательной способностью финансовых средств	15
Драгунова И.А., Вольская Е.М. Эффективность деятельности КП «УК Пролетарского района г. Донецка», пути её повышения	17
Дригола К.Э., Лаврищева М.В. Маркетинговые пути для сбыта продукции в торговых предприятиях	22
Карпюк А.В., Лаврищева М.В. Опыт антимонопольного регулирования стран с развитой экономикой как основа для развития антимонопольного законодательства ДНР	25
Кислюк Е.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как основа формирования эффективной рыночной экономики в Донецкой Народной Республике	29
Козуб Н.Н., Гончарова Л.А. Функциональная деятельность управления жилищного хозяйства администрации г. Донецка в современных условиях	33
Кудратова Ю.К., Козлов В.С. Целесообразность оценки конкурентоспособности в современных условиях на примере транспортных услуг	36
Лазаренко Н.В. Управление производственным и социально-экономическим потенциалом развития предприятия	39
Лунина А.В., Лаврищева М.В. Развитие инновационной среды в современной экономике	43
Мешкова В.С. Управление эффективностью деятельности предприятия	46
Моргун К.О., Кириллова А.И. Использование метода «фа» для анализа финансового образования населения	49
Петренко С.Н., Бессарабов В.О. К вопросу о сущности социальной ответственности бизнеса в контексте необходимости принятия эффективных управленческих решений	52
Смирнов С.Н. Управление предпринимательскими структурами в условиях ограниченности ресурсов	54
Сыроватка А.С. Социально-психологические аспекты управления современным предприятием» (на примере ЧП «Собор М» г. Харцызск)	58
Тарков В.В., Лапшина Е.А. Стили управления в условиях кризиса	62

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

Филипюк А.О. Совершенствование механизма управления государственно-частным партнерством на основе централизации управленческой деятельности	66
Хмельницкий Б.В. Управление деловой активностью персонала промышленного предприятия	69
Черкашина Т.В. О современных подходах к определению термина «управление знаниями» в современных реалиях	73
Шепилова В.Г. Управление развитием туристической фирмы в условиях формирования рынка туристских услуг	76
Яковлев А.А., Шепилова В.Г. Управление туристско-рекреационным комплексом как перспективное направление региональной политики в ДНР	79

4

СЕКЦИЯ 2. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Благодарная Д.Ю., Моргун К.О., Новоселецкая Ю.В., Ободец Р.В. Креативный менеджмент как новая технология управления	82
Кантаровский Т.М., Ободец Р.В. Новые технологии менеджмента в малом и среднем бизнесе	85
Красавина А.В., Ободец Р.В. Современные технологии менеджмента	90
Панченко А.Д., Ободец Р.В. Мультимедиа – ответ на изменчивые потребности аудитории, или применение Digital стратегии на предприятии	92
Пикалова И.И., Дорофиенко В.В. Новые технологии управления в HR менеджменте	96

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

Брикес В.А. Корпоративный тайм-менеджмент: на пути к становлению нового корпоративного стандарта	100
Гридина Н.А. Управление спортивными клубами в современных условиях	103
Гусак А.С. Франчайзинг как форма управления предприятием в туристическом бизнесе	107
Климова П.А. Социальная ответственность как стратегия устойчивого развития предприятий	109
Курепина А.А. Зарубежный опыт обеспечения сбалансированности	

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

инновационной и инвестиционной деятельности хозяйственных систем за счет свободных экономических зон	111
Рыжикова В.И., Лаврищева М.В. Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса: модель 2015	115
Небесная В.В. Основные направления деятельности сферы физической культуры и спорта. Проблемы, требующие решения	120
Смирнова Е.А. Анализ проблем механизмов повышения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг	122
Иванова О.К. Инновации в управлении человеческими ресурсами	125
Соловьёва В.А., Соловьёва А.А., Ободец Р.В. Применение креативности в современном менеджменте	129
Соловьёва Л.В., Чичиль А.В., Ободец Р.В. Применение инновационного менеджмента в Донецкой народной республике	131
Черкашина А.В. Использование международного опыта в формировании социальной политики региона	134

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА РЕГУЛИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДОНБАССА В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Бегункова Т.Н., | 6

аспирант,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Сформированный механизм государственного регулирования социально-экономического развития региона позволяет учесть факторы и особенности сложившейся региональной экономической системы, сориентировать их в направлении стратегических целей социально-экономического развития региона.

Формирование механизма регулирования социально-экономического развития Донбасса представляется на сегодняшний день чрезвычайно актуальной проблемой с точки зрения повышения эффективности территориального управления и достижения заявленных целей социально-экономической политики Донецкой Народной Республики в условиях децентрализации, экономической блокады и, как следствие, усложнения социально-экономических процессов и взаимоотношений.

Механизм госрегулирования экономики формируется на основе концепции и принципов госуправления и должен максимально учитывать специфические особенности социально-экономической и военно-политической среды региона, масштаб воздействия на нее вариативности внутренних и внешних факторов. Очевидно также, что механизм регионального управления формируется из необходимости выполнения иерархии поставленных целей и должен выражаться в достижении показателей качественного развития регулируемой социально-экономической системы, определяемых субъектами управления.

Установленные параметры развития региона (как регулируемой социально-экономической системы) и входящих в него муниципалитетов (как подсистем регулирования) определяют направления формирования региональной экономической политики и, следовательно, иерархию целей механизма государственного управления исходя из особенностей и факторов региональной социально-экономической среды.

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

Данный механизм позволяет оценить соответствие целей и методов, стратегических и оперативных целей государственного регулирования текущему состоянию региональной экономики, возможностям и потенциалу объектов регулирования, спрогнозировать потребность в ресурсах (в т.ч. ресурсах управления) и эффективность реализуемых мер.

| 7

При этом главной целью формирования механизма государственного регулирования регионального социально-экономического развития является определение направления управляющих процессов в условиях ограниченности ресурсов через разработку программы эффективных действий для системы в целом и непосредственно для каждого из уровней иерархической структуры, что, в конечном итоге, должно способствовать переходу региональной экономики к качественно новому уровню развития.

Таким образом, эффективное формирование и функционирование механизма госрегулирования определяется концепцией и принципами госуправления и обусловлено выполнением следующих необходимых подготовительных мероприятий:

- определение полномочий и ответственности всех уровней системы госрегулирования исходя из принципа иерархичности и делегирования полномочий;
- оценка имеющейся ресурсной базы осуществления процесса госрегулирования и источников финансового обеспечения;
- определение и анализ характерных свойств и особенностей элементов системы госрегулирования для учета их в процессе реализации целей механизма управления;
- создание информационно-аналитической подсистемы госрегулирования региональных экономических процессов, необходимой для сбора и обработки информационных потоков, сопутствующих реализации целей госуправления, и обеспечения «обратной связи» между субъектами и объектами управления;
- разработка и структурирование инструментария оценки эффективности как самой системы госуправления, так и процесса реализации целей государственного регулирования на основе индикативных показателей отклонений и степени их влияния;
- построение модели реализации управленческих процессов с учетом структурных связей и зависимостей системы государственного регулирования региональной экономики;

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

– разработка системы оценки качества государственного регулирования.

Кроме того, реализация управленческого процесса системы госуправления определяется свойствами механизма госрегулирования, отражающими сложность структурированных связей и отношений как между субъектами управления внутри системы, так и между системой в целом и регулируемой ею социально-экономической средой. К свойствам механизма государственного управления можно отнести:

– целеориентированность механизма госрегулирования;

– приоритетный характер выполнения конечных целей госрегулирования регионального экономического развития и второстепенность самого механизма управления, что означает возможность и необходимость изменения и корректировки механизма в случае его несоответствия потребностям государственного управления;

– динамический характер механизма госрегулирования, обусловленный вариативностью параметров региональной экономической среды и общей рыночной конъюнктуры, отражающейся на процессе определения целей и применяемых методов госуправления;

– взаимосвязанность и взаимообусловленность этапов реализации управленческого процесса, связанная с иерархичностью субъектов управления разграничением их полномочий;

– достаточно жесткая степень регламентированности процесса функционирования механизма госрегулирования, обусловленная необходимостью внешнего контроля со стороны субъектов управления и независимых общественных структур;

– дискретность механизма государственного управления, связанная со сложностью управляемых процессов и постепенным неравномерным проявлением синергетического эффекта от взаимодействия элементов госрегулирования;

– цикличность процессов функционирования механизма госрегулирования, отражающая непрерывность и повторяемость регламентированных этапов реализации управленческих процессов независимо от их временных и качественных характеристик;

– высокая зависимость жизнеспособности и эффективности механизма от качества ресурсов государственного управления, компетентности субъектов управления и адекватности восприятия региональной социально-

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

экономической средой конкретного управленческого процесса и системы госрегулирования в целом;

– прозрачность механизма госрегулирования как необходимое условие повышения эффективности и социальной ориентированности мер государственного управления экономическими процессами и формирования региональной экономической политики.

Процесс формирования механизма государственного регулирования региональной экономики реализуется в следующих основных этапах:

1. определение целей и подцелей и задач региональной экономической политики, проблем и потребностей оперативного и стратегического характера, на решение которых направлено формирование механизма госуправления;

2. разработка концепции и принципов государственного управления региональной экономикой с учетом современных тенденций госрегулирования;

3. структурирование управленческих связей и распределение полномочий для реализации целей механизма госуправления;

4. формирование стратегий, программ и планов реализации мер госрегулирования исходя практической реализации функций механизма государственного регионального управления.

Этапы формирования механизма госуправления во многом подчинены влиянию, во-первых, целевой направленности и ориентированности как самого механизма, так и обусловленных им управленческих процессов, во-вторых, системно-структурного характера связей субъектов управления, в-третьих, синергетического эффекта реализации мер государственного регулирования.

Принимая во внимание факт целевой ориентированности механизма государственного регулирования региональных социально-экономических процессов, сам управленческий процесс представляется как поэтапная реализация стратегических мер региональной экономической политики, формирующих основу перехода к качественно новому уровню развития, а также конкретных мероприятий программного характера, определяющих достижение целей по определенным направлениям приложения управленческих ресурсов.

В процессе реализации мер государственного управления региональным социально-экономическим развитием происходит корректировка осуществляемых программ госрегулирования через оценку достигаемой эффективности и социальной значимости, определение соответствия произведенных затрат полученным результатам, а также посредством контроля со стороны гражданского общества.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Формирование прозрачной системы контроля реализации программ социально-экономического развития в рамках механизма госрегулирования осуществляется через укрепление и повышение роли гражданского общества.

Сформированный на основе системных свойств механизм является моделью реализации целей госрегулирования региональной экономики, согласованных со сложившимися предпосылками регионального развития. Научной новизной механизма является его ориентированность на региональные и муниципальные цели, реализуемые адекватными инструментами экономического стимулирования.

Список литературы

1. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора. – М.:ИНФРА-М, 2008. – 345 с.
2. Белова Н.П., Калинина Г.В., Калинин А.М. Программно-целевой подход в управлении социально-экономическим развитием региона.// Вестник Чувашского университета. – 2009. - №3. – С. 380-386
3. Исаев А.Б. Формирование механизма государственного регулирования экономического развития региона в современных условиях . - Региональная экономика | (38) УЭКС, 2/2012.
4. Титов А.В., Титов И.А. Система управления социально-экономическим развитием регионов.// Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – №4 (97). – С.46-46.
5. Электронный ресурс Моногорода России. – URL: <http://www.monogorod.org/>

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Гацутина Е.Э.,

бакалавр кафедры менеджмента непродуцственной сферы,

Докторова Н.П.,

к. гос. упр., доцент кафедры менеджмента непродуцственной сферы,

*ГОО ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

На сегодняшний день риск присущ любой сфере человеческой деятельности, что связано с множеством условий и факторов, влияющих на положительный исход принимаемых людьми решений. Риск понимается как категория, которая отражает возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной деятельности. Для того, чтобы компания могла принимать обоснованные решения в условиях неопределённости необходимо разработать план действий

по управлению рисками. Поэтому, проблема организации целостной системы по управлению рисками предприятия в условиях неопределенности является актуальной и требует научного исследования.

Цель: исследование основных направлений организации риск-менеджмента на предприятии в условиях неопределенности.

| 11

На сегодняшний день риск составляет объективно неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования.

Риск как экономическая категория представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения такого события возможны следующие экономические результаты: отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток), нулевой, положительный (выигрыш, выгода, прибыль).

Как система управления риск-менеджмент проявляется в совокупности взаимосвязанных процессов подготовки, принятия и организации выполнения управленческих решений, составляющих процесс управления риском [5].

Управление риском включает в себя разработку и реализацию экономически обоснованных для данного предприятия рекомендаций и мероприятий, направленных на уменьшение начального уровня риска до приемлемого уровня.

Для принятия оптимального решения по управлению риском важно иметь полную информацию о том, какой объект подвергается риску. Прежде чем оценить риск и принять соответствующее управленческое решение, необходимо собрать исходную информацию о носителе риска. К основным методам получения исходной информации по выявлению рисков на предприятии следует отнести (табл. 1) [2; 4].

Эффективность выявления рисков на предприятии во многом зависит от скорости реакции на изменение условий рынка, экономической ситуации и финансового состояния объекта управления.

На практике для идентификации рисков обычно составляют таблицу, в которой отражаются возможные факторы риска предприятия, а также степень их опасности и вероятность наступления. Такая таблица составляется с учетом субъективного мнения ключевых сотрудников компании с использованием метода экспертных оценок. Однако с ее помощью можно с достаточной точностью оценить уровень рисков предприятия, поскольку вариативные оценки по каждому фактору рисков усредняются в некую среднюю величину, которая, как правило, соответствует истинному уровню по каждому из рисков [7].

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Таблица 1

Методы получения информации о выявлении рисков на предприятии

Методы получения информации о выявлении рисков на предприятии	Характеристика
Опросный лист	Опросный лист включает несколько разделов, каждый из которых содержит перечень вопросов, позволяющих составить полное представление о структуре и количественных показателях описываемого объекта. Существует два типа - стандартизированные и специализированные. Стандартизированные, или универсальные, листы разрабатываются и используются международными ассоциациями консультантов или страховщиков для унификации статистических данных и применимы для большинства предприятий. Специализированные опросные листы разрабатываются для конкретных видов деятельности и стимулируют респондентов выявлять характерные для них особенности рисков
Структурная диаграмма	Структурная диаграмма описывает особенности структуры предприятия и зависит от сложившегося типа управления и принципов разделения функций; предоставляют возможность выявления внутренних рисков, таких как дублирование функций, отсутствие или недостаточность налаженных связей между подразделениями и др.
Карта потоков или потоковая диаграмма	Карта потоков выявляет основные опасности производственного процесса и позволяет оценить надежность и устойчивость узловых элементов производства. В то же время, без привлечения дополнительных источников информации потоковые диаграммы не дают возможности определить степень вероятности наступления риска. Виды карт потоков делятся на три группы: описывающие отдельный технологический процесс внутри предприятия; совокупность производственных процессов и элементов управления; технологическую цепочку, в которой предприятие является отдельным звеном
Анализ отчетности	Анализ отчетности важен для выявления финансовых, коммерческих и предпринимательских рисков. В финансовой и управленческой документации фиксируются все события, имеющие отношение к увеличению или уменьшению риска

В соответствии с принципами риск-менеджмента, сформированными COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission –

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

добровольной частной, организацией, созданной в США и предназначенной для выработки соответствующих рекомендации для корпоративного руководства по важнейшим аспектам организационного управления, деловой этики, финансовой отчетности, внутреннего контроля, управления рисками компании), можно предложить следующую систему компонентов для оценки риск-менеджмента современного предприятия (табл. 2) [1; 3; 6]:

Таблица 2

Система оценки риск-менеджмента на современном предприятии

Компонент риска	Влияние и оценка
Внутренняя среда	Во многом определяет то, как риск будет выявлен и какие решения будут приняты;
Цели компании	Должны быть определены до выявления рисков. Риск-менеджмент должен обеспечить выполнение поставленных целей;
Выявление неблагоприятных событий	Все события, от которых зависит выполнение поставленных целей, должны быть проанализированы на предмет существования рисков;
Реакция на риск	Менеджмент должен для себя определить возможную реакцию на риск: исключить, снизить, принять или разделить риски;
Контроль бизнес-процессов	Внутренняя политика и процедуры, гарантирующие, что принятая стратегия реакции на риск эффективно реализуется при выполнении повседневных операций;
Информация и коммуникации	Необходимая информация должна своевременно собираться, обрабатываться и передаваться сотрудникам, ответственным за управление рисками;
Мониторинг	Выявленные ранее риски необходимо постоянно контролировать и пересматривать при необходимости.

В основе системы оценки риск-менеджмента предприятия лежит целенаправленный поиск и организация работы по снижению степени риска, искусство получения и увеличения дохода в неопределенной предпринимательской среде.

Таким образом, в связи с развитием рыночных отношений предпринимательскую деятельность приходится осуществлять в условиях нарастающей неопределенности ситуации и изменчивости экономической среды. Изменчивость экономической среды ведет к неясности и неуверенности в получении ожидаемого конечного результата, а, следовательно, возрастает риск, то есть опасность неудачи и непредвиденных потерь.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Список литературы

1. Вяткин В.Н. Риск-менеджмент: учебник / В.Н. Вятник, В.А. Гамза, Ф.В. Маевский. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 353 с.
2. Гремина Л.А. Анализ методов оценки рисков в менеджменте предприятий / Л.А. Гремина // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №5. – С. 269-272.
3. Лоленко П.П. Риск в системе предпринимательской деятельности / П.П. Лоленко // Право. – 2012. – №2. – С. 5-12.
4. Макарова В.А. Формирование системы риск-менеджмента на предприятии / В.А. Макарова // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономические и технические науки. – 2014. – №4. – С. 98-109.
5. Мухина Е.Р. Основы риск-менеджмента / Е.Р. Мухина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – №9 (28). – С. 80-82.
6. Панов А.И., Коробейников И.О. Стратегический менеджмент / А.И. Панов, И.О. Коробейников. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 330 с.
7. Яковлев М.А. Процесс управления рисками в менеджменте / М.А. Яковлев, П.А. Белкин // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015. – №23. – С. 44-48.

| 14

МИРОВОЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТЬЮ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ

Довгань А.С.,

*к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента в производственной сфере,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Как известно, покупательная способность финансовых средств – есть показатель, отражающий товарное обеспечение этих средств в экономике. Т.е. покупательная способность денег показывает отношение единицы финансовых средств к количеству представленного на рынке товара. Иными словами, это показатель позволяет понять, сколько можно приобрести товаров и услуг (независимо от их места производства, но продаваемых на территории государства) на одну единицу местной валюты.

Следующим, и немаловажным, показателем отклонения покупательной способности является индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП). Объяснить такое отклонение можно достаточно просто. Возросшая потребность в определённых благах рано или поздно приводит к их появлению на рынке.

Продолжая испытывать потребность в качественном продукте, человек вынуждает себя использовать этот продукт постоянно, так как он обретает атрибут крайне необходимого товара, без которого уже не представляется дальнейшая жизнедеятельность. Использование всё новых и новых качественных товаров человеком, которые призваны облегчить жизнь, и | 15
сделать её более комфортной, рано или поздно, приводит к осознанию того, что человек сегодня начал жить более комфортно, чем вчера.

При подсчёте ИРЧП учитываются 3 вида показателей:

- ожидаемая продолжительность жизни – оценивает долголетие;
- уровень грамотности населения страны (среднее количество лет, потраченных на обучение) и ожидаемая продолжительность обучения;
- уровень жизни, оценённый через валовый национальный доход на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) в долларах США [1].

Расчёт показателя осуществляется по следующей методике. Для перевода любого показателя x в индекс, значение которого заключено между 0 и 1 (это позволит складывать различные показатели), используется следующая формула:

$$x\text{-индекс} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)}$$

где $\min(x)$ и $\max(x)$ являются минимальным и максимальным значениями показателя x среди всех исследуемых стран [2].

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) определённой страны зависит от трёх следующих показателей:

1. Индекс ожидаемой продолжительности жизни

$$(LEI) = \frac{LE - 20}{83,4 - 20}$$

2. Индекс образования

$$(EI) = \frac{\sqrt{MYSI \times EYSI} - 0}{0,951 - 0}$$

Индекс средней продолжительности обучения

$$(MYSI) = \frac{MYS - 0}{13,2 - 0}$$

Индекс ожидаемой продолжительности обучения

$$(EYSI) = \frac{EYS - 0}{20,6 - 0}$$

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

$$3. \text{ Индекс дохода (II)} = \frac{\ln(GNI_{pc}) - \ln(163)}{\ln(108211) - \ln(163)}$$

ИРЧП является средним геометрическим этих трёх индексов:

$$HDI = \sqrt[3]{LEI \times EI \times II}$$

LE – ожидаемая продолжительность жизни;

MYS – средняя продолжительность обучения населения в годах;

EYS – ожидаемая продолжительность обучения населения, ещё получающего образование, в годах;

GNI_{pc} – ВНД на душу населения по ППС в долларах США [3].

На сегодняшний день, для международного капитала, готового участвовать в собственном воспроизводстве, дешёвая рабочая сила является одним из основных критериев оценки выбора территории для воспроизводства. Обеспечив себе базу для воспроизводства, капитал стремиться к саморасширению путём производства и реализации производимой продукции. Осуществить это удаётся благодаря успешной реализации производимого товара по достаточно низким ценам.

Таким образом, валовый национальный доход (ВНД) развитых государств учитывает инвестиционную прибыль от деятельности инвестиционного капитала в других странах. На деле это означает, что, например, приблизительно 80% от общего годового дохода КНР (включая все виды деятельности) является частью годовой прибыли США, хотя граждане этой страны в получении данной финансовой прибыли участия не принимали. Следовательно, инвестиционный характер развития экономики, фактически не оказывает никакого положительного эффекта на формирование высокой покупательной способности местной валюты.

Список литературы

1. Индекс развития человеческого потенциала. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Индекс_развития_человеческого_потенциала.

2. Индекс потребительских цен. [Электронный ресурс] /Forex Investor//– Режим доступа: <http://forex-investor.net/index-potrebitelskikh-tsen.html>.

3. Индекс потребительских цен. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Индекс_потребительских_цен.

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КП «УК ПРОЛЕТАРСКОГО
РАЙОНА Г. ДОНЕЦКА», ПУТИ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ**

Драгунова И.А.,

Вольская Е.М., | 17

*проф. каф. «менеджмента организаций», д. гос. упр., доцент,
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры» г. Донецк*

Проблема эффективного функционирования ЖКХ наиболее остро представлена в крупных городах, сосредоточивших большие массы людей, материальное производство, инфраструктуру.

Вопросы эффективности управления на предприятиях нашли достаточно широкое применение в работах многих известных зарубежных ученых, таких как И.Ансофф, Ф.Блэк, Р.Брейли, Дж.Бэйли, М.Гордон, К.Гриффит, А.Дамодаран, Г.Десмонд, Т.Коллер, Т.Коупленд и многие другие. К числу отечественных ученых данной проблематики относятся В.В.Григорьев, А.Г.Грязнова, В.С.Ефремов, И.В.Ивашковская, Б.З.Мильнер, Я.В.Миркин, И.М.Островкин, В.М.Рутгайзер, Е.И.Тарасевич, Т.В.Теплова, М.А.Федотова, В.З.Черняк, Е.В.Чиркова, В.А.Щербакова, Н.А.Щербакова и другие. Данные ученые внесли огромный вклад в разработку теории эффективности управления.

Цель исследования – Обосновать внедрение путей повышения эффективности деятельности КП «УК Пролетарского района г.Донецка» и разработать рекомендации по их усовершенствованию.

Как известно, под «эффектом» во многих областях науки подразумевается желаемый результат какого-либо целенаправленного процесса. Следовательно, необходимо отличать экономическую эффективность производства от эффекта. Она отражает не абсолютную величину результата, а качественную сторону производства. Иными словами, экономическая эффективность производства – это отношение полезного результата (эффекта) к затратам на его получение [1].

В настоящее время ЖКХ находится в кризисном состоянии, причины которого состоят в проблемах с финансированием, высокой затратностью и невозможностью снижения издержек, отсутствием конкуренции, серьезными потерями в водопотреблении, а так же с общей неэффективностью предприятия, износом основных фондов [2].

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Актуальность проблемы абонентского обслуживания определилась и такой градостроительной особенностью г. Донецка как значительная территориальная протяженность жилого фонда. Для КП «УК Пролетарского района г. Донецка» проблема своевременного оказания услуг высокого качества особенно актуальна, так как в ходе анализа установлено, что – 50 % опрашиваемого населения считают, что оплата не соответствует оказываемым услугам, 59 % читают работу обслуживающей организации не эффективной и – 36 % отметили, что поданные заявки обрабатываются несвоевременно. | 18

Для устранения выявленных недостатков, предлагаем на абонентскую службу КП «УК Пролетарского района г. Донецка» возложить выполнение следующих дополнительных задач:

- организация и обеспечение эффективной системы мониторинга, и контроля по исполнению норм действующего законодательства в сфере потребительского рынка;
- регулирование отношений, возникающих между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг, в соответствии с законодательством о защите прав потребителей;
- организация информационно-просветительской деятельности в целях пропаганды законодательства, регулирующего отношения в сфере потребительского рынка и повышения правовой грамотности субъектов бизнеса и потребителей.

Таким образом, опираясь на вышесказанное и с целью получения руководством КП «УК Пролетарского района г. Донецка» полной, оперативной и достоверно информации предлагаем внедрить в управленческую деятельность КП «УК Пролетарского района г. Донецка» компьютерную систему «ЖКХ-Социум» (рис. 1). Компьютерная система «ЖКХ-Социум» предназначена для комплексной автоматизации управления жилищно-офисными комплексами, строительными кооперативами и объединениями совладельцев многоквартирных домов.

Разработчиком данной системы является ООО «КОМПАНИ-Украина». «КОМПАНИ-Украина» занимается разработкой и внедрением корпоративных проектов и программных продуктов. Для получения компьютерной системы «ЖКХ-Социум» управляющая компания должна отправить заявку на электронную почту разработчика и ждать ответа. После получения заявки, представитель ООО «КОМПАНИ-Украина» (разработчик «ЖКХ-Социум») свяжется с руководством компании для согласования важных моментов

приобретения системы.

«ЖКХ-СОЦИУМ» содержит решения всех основных задач по управлению жилищно-коммунальным хозяйством (ЖКХ) для всех категорий пользователей: ЖЭК, управляющих компаний, ООО, ОСМД и т.п. Программа позволит руководителю КП «УК Пролетарского района г. Донецка», а также председателям ОСМД обладать необходимой информацией состояния дел с материальными и финансовыми ресурсами с целью выполнения своих обязательств перед поставщиками. Учитывая, что создание организаций собственников жилья – ОСМД – относительно новая задача, программа оказывает неоценимую помощь при налаживании бухгалтерского, управленческого и паспортного учета. | 19

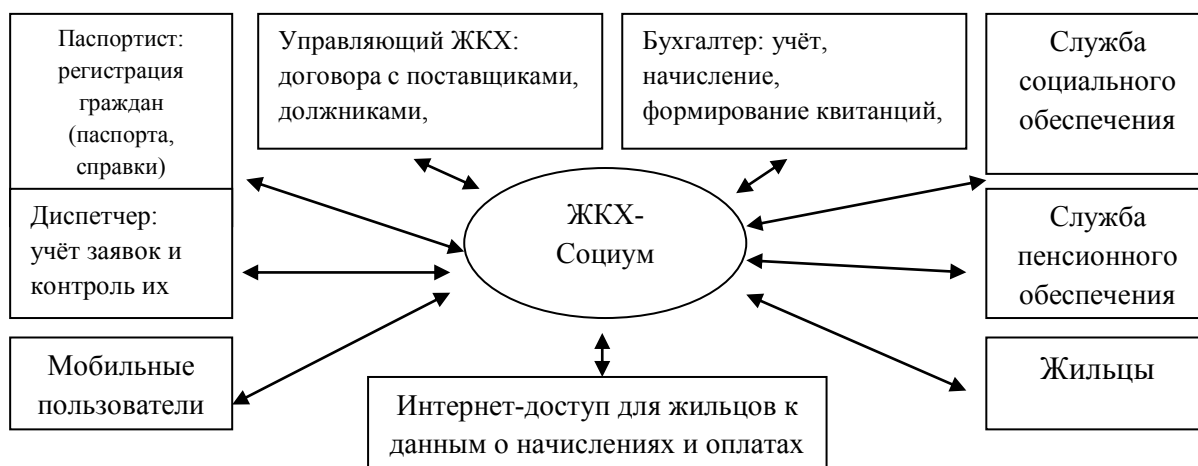


Рис. 1. Взаимодействие элементов системы «ЖКХ-Социум»

Программа удобна и надежна в работе, аккумулирует в себе опыт внедрения в различных ОСМД. Эксплуатация программы возможна в организациях, обслуживающих один или несколько многоквартирных домов с паркингами, арендой помещений. Введение в эксплуатацию новых домов не требует дополнительных затрат на их подключение к «ЖКХ-Социум».

Программа «ЖКХ-Социум» может устанавливаться и эксплуатироваться без поддержки специалистов-компьютерщиков как локально, так и в сети Интернет. После внедрения «ЖКХ-Социум» авторизованные пользователи обеспечиваются оперативной методической и технической поддержкой, новыми версиями программы. Жители домов, которые обслуживаются с применением «ЖКХ-Социум», имеют защищенный оперативный доступ к своим персональным данным: о расчетах за коммунальные услуги, показаниями квартирных счетчиков и прочее, а также могут осуществить оплату услуг через Интернет. Использование системы «ЖКХ-Социум» дает возможность достичь

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

положительных результатов:

- получить оперативный доступ к архиву электронных документов предприятия;
- существенно повышается оперативность и качество принятия управленческих решений и ведения учета;
- руководитель имеет возможность получить удобный доступ к оперативным отчетов и аналитики без необходимости отвлекать бухгалтера от выполнения его непосредственных обязанностей;
- за счет наведения порядка в учетных данных и улучшение качества исходных форм документов улучшается дисциплина оплаты жителями за потребленные коммунальные услуги и, как следствие, снижается задолженность.

Система «ЖКХ-Социум» позволит КП «УК Пролетарского района г. Донецка»:

1. Организовать учет:

- жилищного фонда, нежилых помещений;
- качества и объемов предоставляемых коммунальных услуг;
- оплаты квитанций и т. д.

2. Руководителю КП «УК Пролетарского района г. Донецка» возможность оперативного контроля:

- за работой абонентского центра КП «УК Пролетарского района г. Донецка»;
- оперативно реагировать на заявки, жалобы и предложения;
- объемы и динамику потребления коммунальных услуг и т.д.

3. Бухгалтеру КП «УК Пролетарского района г. Донецка» использования программы позволит автоматизировать:

- начисление, выплату заработной платы на карточки или через кассу;
- контроль за начислением коммунальных платежей и поступлением оплаты и т.д.

На сегодняшний день основной проблемой, по результатам анализа, КП «УК Пролетарского района г. Донецка» является снижение объема реализованных услуг. На наш взгляд, эта проблема связана с тем, что предприятие сотрудничает только с домовыми комитетами. Должным образом проведенная работа побуждение жителей к созданию ОСМД и сотрудничество с ними позволит КП «УК Пролетарского района г. Донецка» получить дополнительную прибыль в будущем.

Основной задачей КП «УК Пролетарского района г. Донецка» является

непосредственное создание рынка спроса на свои услуги. Средства поощрения жителей к созданию ОСМД. Проводя информационную кампанию для поощрения жителей создать ОСМД, все время нужно будет убеждать людей, влиять на их мысли, побудить их к действиям.

Внедрение системы «ЖКХ-Социум» позволит КП «УК Пролетарского района г. Донецка» получить социальный эффект за счет улучшения качества услуг, а также приведет к получению дополнительной прибыли за счет своевременной оплаты за услуги и сотрудничества с ОСМД. | 21

Список литературы

1. Т.А. Фролова «Экономика предприятия: конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. стр 74
2. Ускова Т. В. Жилищно-коммунальное хозяйство муниципалитета: состояние, проблемы, тарифное регулирование / Т. В. Ускова, А. С. Барабанов. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. – 88 с.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПУТИ ДЛЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

*Дригола К. Э.,
бакалавр кафедры менеджмента непродуовственной сферы,
Лаврищева М.В.,
к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непродуовственной сферы,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Стабильное и успешное функционирование торговой промышленности зависит от четкой и согласованной маркетинговой системы сбыта ее продукции, которая должна отвечать потребностям рынка. Реализация продукции – неотъемлемое звено воспроизводственного процесса, главная функция которого – доведение продукции ООО «НОВО ТЕРРА» до потребителей и удовлетворение их разнообразных потребностей.

Изучение литературных источников показало, что данной проблемой занимались такие ученые как Данько Т.П., Крылов И.В., Голубков Е.П. и другие.

Дать определения и рассмотреть понятия маркетинговых путей для сбыта продукции в торговых предприятиях.

Система стимулирования сбыта продукции предприятий приобретает особую актуальность, что связано в первую очередь с тем, что основным

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

источником дохода, а, следовательно, условием жизнедеятельности производителей становится продажа своей продукции и услуг в виде товаров, общественная полезность которых, то есть их потребительская стоимость, определяется рынком.

Система сбыта товаров – ключевое звено маркетинга и заключительный этап деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя [1].

С функциональной точки зрения система распределения – это деятельность всех подразделений предприятия с целью поиска покупателя и доставки ему товара нужного качества, в требуемом количестве и в оговоренные сроки.

Принимаемые в области сбыта решения имеют долгосрочный стратегический характер и не могут быть быстро изменены.

Стратегия сбыта – долгосрочное планирование, методология организации и управления сбытом, позволяющая успешно реализовать философию ведения сбыта конкретным предприятием-продавцом [2].

Проблема сбыта решается уже на стадии разработки политики фирмы. Осуществляется выбор наиболее эффективной системы, каналов и методов сбыта применительно к конкретно определенным рынкам.

Для достижения маркетинговых путей сбыта торговой продукции, компания работает с большим количеством отечественных и зарубежных поставщиков. Поставка товара осуществляется после заключения договора поставки, который в свою очередь заключается либо на поставку одной партии товара, либо на поставку в определенный срок. Каждая поставка осуществляется по заявке магазина или предприятия на основании договора. Взаимовыгодные и конструктивные партнерские отношения являются основой, на которой строится вся деятельность предприятия.

Компания стремится честно выполнять условия соглашений с поставщиками, помогая друг другу добиваться успеха и прилагая все усилия для достижения максимальной эффективности сотрудничества. Основные требования, предъявляемые например, ООО «НОВО ТЕРРА» (занимается розничной торговлей, в городе Горловка) потенциальным поставщикам:

- наличие сведений о компании (сколько лет на рынке, основное направление деятельности, годовой оборот);
- наличие подробного описание предлагаемого товара;
- прайс-лист;
- наличие опыта сотрудничества с торговыми сетями;

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

- высокое качество продукции, наличие сертификатов качества на товары;
- конкурентоспособные цены;
- стабильность поставок товара в магазины.

Последние наблюдения показали, что циклы деловой активности | 23
внутренних республиканских и российских товарных рынков часто не совпадают. Однако рынок продуктов питания в ДНР также как и во многих других странах переживает определенные трудности сегодня. Компания, опираясь на существующую систему управления, могла в штатном режиме выполнять все поставленные цели на определенный период времени. С 2004 – 2014 год насчитывали около 50 крупнейших поставщиков, которые предоставляли своевременно качественную продукцию.

Для ООО «НОВО ТЕРРА» необходимо внедрить программу торгово-посреднических изменений по увеличению поставщиков, привлечению большего количества потребителей и предоставить в два раза больше рабочих мест во всех отделах супермаркета, что поможет наладить сбыт продукции и увеличить спрос на продукты питания.

Новым направлением и в определенной степени дальнейшим развитием принципов маркетинга является логистика – система управления процессами движения и складирования товаров. Основной задачей логистики является обеспечение комплектной поставки товаров продавцу или потребителю определенной номенклатуры в нужном количестве и в оптимальные сроки (концепция логистики основана на японской системе «точно в срок»)[2].

Методы логистики позволяют решать следующие задачи снабжения и комплектации:

- поставка сырья, комплектующих изделий, запасных частей в необходимом количестве и в оптимальные сроки;
- целенаправленная перевозка и складирование деталей и готовой продукции внутри предприятия, доставка товаров посредникам – участникам сбытового процесса и конечным потребителям с минимальными затратами;
- сокращение складских запасов, промежуточных баз и складов продукции;
- четкое соблюдение графика поставок продукции клиентам для поддержания высокого имиджа фирмы и привлечения новых покупателей.

Реализация концепций логистики позволяет фирмам достигать более устойчивого экономического положения и способствует успеху в конкурентной рыночной деятельности.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Для того чтобы найти маркетинговые пути сбыта продукции нужно учитывать канал распределения, который может помочь сопоставить изготовителя и с потребителем и обеспечить соответствующее движение средств между ними. Функции каналов распределения:

Процесс выбора каналов сбыта подразделяется на четыре этапа:

| 24

- определение стратегии сбыта;
- определение альтернативных каналов сбыта;
- оценка каналов;
- выбор партнеров.

Руководство фирмы, прежде всего, должно выбрать стратегию сбытовой политики – как именно должна быть организована система сбыта, а потом уже непосредственно рассматривать сами пути сбыта.

Следовательно, маркетинговыми путями сбыта продукции в торговых предприятиях является:

- производитель продает товар потребителю;
- сбыт через посредников (торговых агентов и т.д.);
- сбыт осуществляется через организацию с общим капиталом фирмы-производителя и независимой фирмы.

Таким образом, сбытовой политики и стратегии сбыта предприятие может реализовать свою деятельность, в плане поставок за минимальный срок и составить достойную конкуренцию на рынке.

Список литературы

1. Литл Джон Ф. Чего же хотят потребители. - Рн/Д./ Джон Ф. Литл: Феникс, 2013. – 384 с.
2. Шкаровский С.И. Маркетинг в России и за рубежом// С. И. Шкаровский - 2013. - № 3. – С.2.
1. Алиев И.М. Экономика труда./И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина – М: Юрайт, 2011. – 672 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент = Marketing Management / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; [пер. с англ. С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской; науч. ред. А. М. Немчин, В. А. Дуболазов]. – 12-е изд. – Москва [и др.]: Питер, 2012. - 816 с.
3. Симионова Н. Г. Методы анализа рынка. Учебное пособие.// Н. Г. Симионова. М.: Экспертное бюро, -2013. – 48 с.

**ОПЫТ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СТРАН С
РАЗВИТОЙ ЭКОНОМИКОЙ КАК ОСНОВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ
АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ДНР**

Карпюк А.В., | 25

бакалавр кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Лаврищева М.В.,

к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкий государственный

университет управления», г. Донецк

С каждым годом растет актуальность вопросов антимонопольного регулирования, развития и поддержания конкуренции.

Наиболее важным так же остается вопрос создания условий для развития конкуренции и методов предотвращения недобросовестной конкуренции.

Исследованию антимонопольного регулирования посвящены работы таких ученых, как: Н.И. Клейн, В.С. Мартемьянова, О.М. Олейник, В.Ф. Попондопуло, Р.О. Халфина и других.

Цель публикации – осуществить анализ антимонопольного регулирования в странах с развитой экономикой и внести предложения по развитию антимонопольной политики в ДНР.

Во многих государствах с развитой рыночной экономикой действует активная антимонопольная политика. Можно выделить две формы антимонопольной политики зарубежных стран:

Американская. Воспрещает любой вид монополистического сговора или союза (Америка, Аргентина и др.)

Западноевропейская политика действует против монополий, ограничивающих возможность конкуренции в какой-либо отрасли рынка (страны Западной Европы, Австралия, Новая Зеландия, ЮАР) [1].

В данных формах существует исключение – это ФРГ. Политика данной страны находится в промежуточном положении между данными формами. В ФРГ действует запрет на монополию, но также имеется достаточно много исключений из данного принципа. Эта политика является ярким примером европейской формы антимонопольной политики.

Антимонопольная политика ФРГ показывает, что интересы государства стоят выше интересов отдельных монополистов. Меры запрещения и

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

ограничения монополистической деятельности, которые принимаются антимонопольными органами, не имеет право отменить даже президент.

В законодательной системе Америки антимонопольное регулирование называется антитрестом, а в Австрии, Германии и Швейцарии – картельным антимонопольным регулированием. Антитрестовское законодательство | 26 действует на основе трех законов: Закон Шермана, Закон Клейтона и Закон о федеральной торговой комиссии. Первый закон был принят в Алабаме в 1883 г.

В Законе Шермана указано, что любое соглашение, объединение в форме треста или другого юридического лица, или сговор, приводящие к ограничению торговли между несколькими штатами или с иностранными государствами, объявляется незаконным. Данный закон положил начало антимонопольному законодательству США [2].

В системе антимонопольного регулирования США все акты монопольной деятельности признаются незаконными, не зависимо от того, как они влияют на конкуренцию. Этот принцип закреплён в законодательствах таких стран, как Аргентина, Канада и в других странах, но полный запрет на монополию действует только в США.

В Великобритании антимонопольное законодательство более либерально, нежели в США и прямое вмешательство государства минимизировано. Важным законодательным актом, который регулирует деятельность монополий, является Закон о добросовестной торговле 1973г. В нем предусматриваются условия и порядок контроля со стороны государства над монополиями [1].

Что касается антимонопольного регулирования в России, в 1999 году в РФ было создано Министерство по антимонопольной политике, в состав которой входят: Федеральная служба России по регулированию естественных монополий в области связи, Федеральная служба России по регулированию естественных монополий на транспорте, Государственный комитет по поддержке и развитию малого предпринимательства [2].

Рассматривая вопрос антимонопольного регулирования, можно взять также во внимание опыт Японии.

В 1947 году в Японии был принят закон «О запрещении частных монополий». Данный закон был разработан американскими специалистами, а также основывался на американском антитрестовском законодательстве.

В 1977 году антимонопольное законодательство стало более жестким. Осуществлялись ограничения отдельных действий крупных предприятий, которые оказывали влияние на развитие экономики государства.

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

Антимонопольную политику осуществляют такие органы как: Комиссия по свободной торговле, Министерство промышленности и торговли.

В Японии не допускается реорганизация предприятий или какие-либо виды сделок между предприятиями, при которых будет осуществляться ограничение конкуренции. Предприятиям запрещено контролировать более 25% товарного рынка, а также, занять первое место в отрасли компаниям, которые осуществили слияние либо поглощение. | 27

В данном государстве одна компания, которая контролирует – 50 % рынка, признается доминирующей. Две – 75 %.

Из всех европейских стран наиболее поздно было принято антимонопольное законодательство в Италии. Законодательство Италии считается одним из самых либеральных [3].

В ходе анализа можно сделать вывод, что антимонопольное регулирование занимает важное место в экономике каждой страны.

Благодаря антимонопольному законодательству осуществляется регулирование экономики, пресечение недобросовестной конкуренции, ограничение образований монополий, снижение барьеров входа в товарные рынки, развитие экономики государства.

Антимонопольное законодательство разных стран имеет свои особенности. Так антимонопольное законодательство США, Японии и стран Европы являются продуманными, экономически обоснованными, что обуславливает возможность частичного использования их в антимонопольной политике ДНР.

В молодой Донецкой Народной Республике антимонопольное регулирование развито еще не достаточно хорошо.

В Антимонопольном законодательстве ДНР должны учитываться такие задачи, как:

- предотвращение монополизации рынка;
- поддержание и развитие конкуренции;
- обеспечение благоприятной среды для развития конкуренции;
- контроль над соблюдением законов и нормативных актов;
- защита интересов малого и среднего бизнеса.

Антимонопольное законодательство ДНР должно совершенствоваться и улучшаться, ссылаясь на опыт развитых стран и используя его. Применение зарубежного опыта приведет к развитию системы антимонопольного регулирования, развитию экономики Республики, и соответственно к улучшению жизни населения.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Список литературы

1. Касьянов Ю. Антимонопольное законодательство за рубежом./Ю. Касьянов Мировая экономика. – 2004. – №8. – с. 15-25.
2. Байдаров А.Д. «Антимонопольное законодательство в России и за рубежом: сравнительно-правовой анализ»./ А.Д. Байдаров – 2012. – №11. – с. 139-143.
3. Гречишкина И./ Экономический анализ применения антимонопольного законодательства/ И. Гречишкина, А. Шаститко – М.: ТЕИС, 2003.

| 28

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Кислюк Е.В.,

к.гос.упр., докторант,

*ГОУ ВПО Донецкий государственный
университет управления, г. Донецк,*

Постановка проблемы в общем виде. В связи с тем, что установленные государством социальные гарантии минимальны, насущные социальные проблемы не решаются, механизмы социальной помощи показывают свою неэффективность, все большее значение приобретают социальные программы бизнеса, едва ли не единственного института, который может смягчить социальную напряженность в обществе.

Цели исследования – доказать, что корпоративная социальная ответственность бизнеса является основой формирования эффективной рыночной экономики в Донецкой Народной Республике.

Изложение материалов основного исследования. Для построения эффективной рыночной экономики и демократического общества в Донецкой Народной Республике необходимо создать платформу для диалога между правительством, бизнесом и гражданским обществом. Социальная ответственность бизнеса (СОБ) является одним из ключевых факторов для построения такого диалога. Степень развития СОБ отражает уровень партнерства между компаниями, правительственными структурами и главными действующими лицами гражданского общества по решению социальных проблем и ускорению развития общества.

Мировой Экономический Совет по вопросам стабильного развития определил СОБ в качестве постоянно действующего требования к бизнесу действовать в рамках этических норм и обеспечивать экономический рост, в

том числе путем улучшения стандартов жизни работников и их семей в той же мере, что и улучшение жизненных стандартов для жителей своего региона, и общества в целом.

В условиях современных вызовов под воздействием глобализационных и интеграционных процессов актуализировали необходимость формирования | 29
новой парадигмы общественного развития, в которой задача достижения количественного роста уступает место задаче обеспечения устойчивого эколого-социально-экономического развития в рамках мирового хозяйства. Цели и задачи парадигмы устойчивого развития наиболее эффективно могут быть реализованы в рамках стратегии корпоративной социальной ответственности (КСО), которая является добровольной инициативой организаций относительно соблюдения этических норм в сфере социального взаимодействия и принятия на себя ответственности за влияние на окружающую среду, партнеров, потребителей, работников, общества и т.п. Стратегия социальной ответственности организации базируется на учете экономических, правовых, этических ожиданий различных заинтересованных групп с целью повышения собственной конкурентоспособности на основе минимизации возможных конфликтов интересов и рисков. В таком контексте КСО выступает как миссия развития организации и может быть реализована как комплекс стратегических подходов, процедур и программ, которые интегрированы в процессы принятия управленческих решений на всех уровнях и отражают ответственность организации за результаты и будущие последствия ее деятельности.

Термин социальной ответственности нашел широкое распространение в начале 1970-х годов, хотя организации и правительства предпринимали действия относительно различных аспектов социальной ответственности еще в конце 19 века, а в некоторых случаях и ранее [1].

Внимание к вопросам социальной ответственности раньше ориентировалось в основном на сферу бизнеса. Точка зрения, что социальная ответственность применима ко всем организациям, возникла, когда организации различных типов, а не только относящиеся к сфере бизнеса, осознали, что они также несут ответственность за вклад в устойчивое развитие, в том числе здоровье и благосостояние общества.

Раннее понимание социальной ответственности ориентировалось на филантропическую деятельность, такую как благотворительные пожертвования. Такие аспекты, как трудовые практики и добросовестные деловые практики возникли около века назад [2]. Другие аспекты, такие как

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

права человека, проблемы окружающей среды и защита прав потребителей, добавлялись с течением времени, по мере повышения внимания к этим аспектам.

Репутация отечественных компаний, особенно в нынешних условиях развития Донецкого региона, все больше зависит не только от их доходности, стоимости акций, качества продукции, но и от их активности в сфере корпоративной социальной ответственности. Поэтому отечественные компании больше внимания должны уделять вопросам устойчивого развития и интеграции корпоративной социальной ответственности в общую стратегию развития. | 30

Основой реализации стратегии КСО является взаимодействие между правительственными, деловыми и общественными структурами, эффективность которой определяется уровнем развития институционального обеспечения и формированием социальной ответственности как личностного качества специалистов, принимающих решения.

Бизнес и этику нельзя рассматривать отдельно в течение долгого времени. В своей повседневной работе и деятельности менеджеры на любом уровне неминуемо сталкиваются с необходимостью принятия этических решений. Этические вопросы возникают в области управления, маркетинга, производства, исследовательской работы, человеческого капитала, финансового управления, деловой стратегии, а также руководства предприятием.

Этическая ответственная деятельность способствует созданию новой компетенции, поскольку она вовлекает членов организации в распределении результатов деятельности всей организации, побуждает к ориентированному на будущее целостному подходу и стилю руководства и лучше подготавливает предприятие как к внешним, так и внутренним изменениям. Так создается доверие, улучшается репутация, налаживаются и сохраняются хорошие отношения с различными заинтересованными группами, в т.ч. с сотрудниками компании, клиентами, партнерами, собственниками, инвесторами организации, а также с банками и СМИ. Этическая ответственная деятельность помогает улучшать привлекательность предприятия при поиске хороших работников, поддерживать добрую волю членов организации и повышать ценность и благонадежность предприятия, обеспечивать последовательное и постоянное развитие предприятия. Этическая ответственная деятельность влияет не только на людей и заинтересованные группы, а также на интересы и долгосрочную рентабельную деятельность организации. То есть, другими словами, просто помогает лучше управлять предприятием.

С одной стороны, мировая практика свидетельствует, что социально ответственный бизнес имеет более благоприятные долгосрочные перспективы. С другой стороны, возникают проблемные моменты, основным из которых является то, что СОБ формально нарушает принцип бизнес-структур максимизации прибыли (средства, направляемые на социальные нужды, являются расходами предприятия, уменьшающие прибыль и в конечном итоге переносятся на потребителей в виде повышения цен). К тому же, бизнес пока на не имеет достаточных навыков эффективного решения социальных и экологических проблем, а рынок соответствующих общепринятых инструментов мониторинга и оценки социальной вовлеченности бизнеса недостаточно развит. | 31

Все это обуславливает высокую актуальность разработки подходов, в которых будут освещены конкретные преимущества совместной работы бизнеса и заинтересованных сторон по внедрению СОБ в Донецкой Народной Республике на основе социального диалога и баланса интересов и определены четкие критерии оценки социальной ответственности корпораций, степени их позитивного влияния на достижение целей устойчивого развития.

Однако, не следует понимать социальную ответственность бизнеса как альтернативный государственный путь исполнению соответствующих государственных функций, связанных с реализацией прав и свобод граждан, социальной, экономической государственной политикой и т.п.

Таким образом, вышеизложенное предопределяет необходимость поддержки и общественного признания инициатив компаний, стремящихся выполнять собственные политики социальной ответственности, реализуя меры, которые не обусловлены требованиями законодательства нового государства. Для Донецкой Народной Республики является важным создание условий для развития корпоративной социальной ответственности. Сегодня концепцию КСО распространяют и пытаются интегрировать в свою деловую активность, прежде всего, все крупные отечественные предприятия, банки, корпорации. В то же время она оказывает существенное влияние также на малый и средний бизнес, устойчивое развитие общества.

Список литературы

1. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность [Текст] / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – М., 2006. – 195 с.
2. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности [Текст] / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2006. – Сер. 8, вып. 2.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

3. Благов Ю.Е. Корпорация как моральный агент [Текст] / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2006. – № 4. – С. 93-98.

4. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект [Текст] / под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КноРус, 2008. – 503 с.

5. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: розуміння та впровадження [Текст]. – К: 2005. – 48 с.

| 32

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНОГО ХОЗЯЙСТВА АДМИНИСТРАЦИИ Г. ДОНЕЦКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Козуб Н.Н.,

Гончарова Л.А.,

к.э.н., доцент,

ГОУ ВПО «Донбасская национальная

академия строительства и архитектуры», г.Донецк

Жилищно-коммунальная сфера является одной из основных отраслей муниципального хозяйства, от функционирования которой непосредственно зависит жизнедеятельность населения. Отрасль ЖКХ напрямую связана с повседневными интересами граждан и призвана обслуживать их материально-бытовые потребности в жилищно-коммунальных услугах.

Исследованием проблем ЖКХ рассматривали много авторов: Л.В. Беззубко, В.В. Дорофиенко, В.Г. Севка и др.

Целью данного исследования является изучение проблем функционирования деятельности УЖХ администрации г. Донецка

Сегодня все организации, каков бы ни был профиль их деятельности, работают в очень сложной, быстро меняющейся среде.

Важно соотносить при этом в процессе анализа степень взаимозависимости факторов внешней среды и организационной деятельности в части развития гражданского самосознания правовой культуры и формирования структуры органов управления; проявления конструктивной общественной инициативы и увеличение социальной базы процесса управления.

Управление жилищного хозяйства администрации (УЖХА) г. Донецка, является самостоятельным органом администрации города, осуществляет исполнительно-распорядительные функции в рамках собственной компетенции, установленной в соответствии со схемой управления отраслями городского хозяйства. Решает задачи социально-экономического развития

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

города, координирует деятельность органов общественного территориального управления.

Задачи, функции, полномочия, обеспечение деятельности структурных подразделений администрации города регламентируются положениями о них, которые разрабатываются их руководителями, визируются курирующими заместителями главы администрации города и утверждаются постановлением администрации города. | 33

УЖХА г. Донецка в своей работе в рамках своих полномочий взаимодействует со всеми подразделениями администрации города, государственными органами, предприятиями, организациями и учреждениями всех форм собственности.

УЖХА г. Донецка осуществляет следующие функции, которые определены Положением об Управлении жилищного хозяйства администрации г. Донецка, в области:

- жилищно-коммунального хозяйства, благоустройства и экологии;
- экономической политики и финансов;
- социальной защиты населения, опеки и попечительства; в области жилищной политики, капитального строительства;
- управления муниципальной собственностью;
- участия и предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций [1].

Выполнение разнообразных хозяйственных и социально-политических функций направлено, прежде всего, на удовлетворение потребностей населения и организаций, действующих на территории города. Они определяются постановлениями префекта и мэрии, запросами и жалобами населения, необходимостью обеспечения успешной работы в районе городских служб и многими другими факторами.

Заместители начальника УЖХА г. Донецка, руководители структурных подразделений, в срок до 10 числа текущего месяца, формируют календарь деятельности курируемой сферы на следующий месяц и направляют его в контрольно-организационный отдел УЖХА, который находится в г. Донецке, а тот, в свою очередь, в организационно-информационное управление администрации города.

Непосредственное взаимодействие с населением города позволяет осуществлять мониторинг изменений социальных потребностей и настроений, что определяет работу, как на уровне оперативного реагирования, так и определения тенденций для планирования и прогнозирования. В последствии нынешней ситуации в городе, и из-за боевых действий в УЖХА г. Донецка

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

начали все больше поступать обращения по поводу разрушений и повреждений домов и придомовых территорий. За 2014 - 2015 год обращений поступило по повреждению домов в количестве 3391 домов и о разрушениях 369 домов.

Более детально рассмотрим по районам города разрушения и повреждения в табл. 1

| 34

Таблица 1

Разрушения и повреждения по районам города

№п/н	Районы	Поврежденные дома	Разрушенные дома
1.	Буденовский	54	2
2.	Ворошиловский	103	-
3.	Калининский	91	1
4.	Киевский	777	101
5.	Кировский	96	6
6.	ООО «Текстильщик-2005»	106	-
7.	ООО фирма «Содействие»	76	-
8.	ООО «Горняк - 2005»	121	-
9.	Куйбышевский	740	121
10.	Ленинский	203	7
11.	Петровский	934	111
12.	Моспино	90	20
	Итого	3391	369

Исходя из этих данных видно, что количество обратившихся больше в Киевском районе по повреждённым домам, а вот по разрушенным – в Куйбышевском районе города, по сравнению с другими районами города. Тематика обращения граждан говорит о том, что население больше всего волнуют вопросы реформы ЖКХ, порядок оформления субсидий на жилищно-коммунальные услуги, выполнение обязанностей жилищных учреждений перед жильцами, а также восстановление разрушений и ремонт поврежденных домов.

В 2015 году в работе контрольно-организационного отдела УЖХА г. Донецка проводилось:

- 1) контроль над недопущением фактов самовольного строительства объектов жилья и прочих объектов на территории города;
- 2) контроль над собираемостью платежей населения за оказанные жилищные услуги;
- 3) содействие созданию на территории города предприятий различных форм собственности, осуществляет в соответствии с законодательством ДНР контроль за их деятельностью;
- 4) контроль над выполнением мероприятий по предоставлению льгот,

установленных законодательством, отдельным категориям граждан.

Выполняет и осуществляет контроль над выполнением решений и распоряжений Комитет по управлению имуществом г. Донецка по вопросам управления и распоряжения муниципальным имуществом, находящийся на балансе УЖХА г. Донецка и подведомственных ей предприятий.

| 35

Работа отдела по взаимодействию с общественными организациями направлена на осуществление взаимодействия УЖХА г. Донецка с общественными объединениями, политическими партиями, молодежными, женскими, благотворительными организациями, профессиональными союзами, религиозными объединениями, национально-культурными обществами, инициативными группами граждан с целью создания благоприятной общественно-политической обстановки в городе.

Таким образом, с целью повышения качества услуг ЖКХА г. Донецка и эффективности функционирования предприятий жилищно-коммунального комплекса необходимо сформировать экономически обоснованную схему государственно- частного партнерства в управлении ЖКК, которое представляет собой форму отношений между частным бизнесом и государственными органами власти.

Список литературы

1. Управление жилищного хозяйства г. Донецк [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://kvartira-online.com.ua/organy-soglasovaniya-i-nadzora/33-upravleniya-donetska/31-upravlenie-zhilishchnogo-khozyajstva-g-donetsk.html>

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Кудратова Ю.К.,

бакалавр кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Козлов В.С.,

*к.э.н., старший преподаватель кафедры
менеджмента непроизводственной сферы,*

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Сфера услуг является одной из основных отраслей общественного производства, призванной чутко реагировать на потребности и спрос

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

населения. Управление предприятием сферы услуг и принятие необходимых управленческих решений требует наличия большого объема информации в данной сфере. Центральное место в управлении предприятием сферы услуг занимает маркетинговые исследования и прогнозирование спроса как метод управления рынком сферы услуг. Необходимо учитывать основные этапы проведения маркетинговых исследований, принципы сегментирования потребителей услуг и применение этого на практике. | 36

В связи современными условиями экономической и политической нестабильности в регионе реализация основных этапов повышения конкурентоспособности затруднительно. Нестабильная среда экономики – экономическая система, характеризующаяся неустойчивостью и непредсказуемостью происходящих экономических процессов, динамикой экономических подъемов и спадов, негативной динамикой показателей функционирования экономики, что в результате создает угрозу экономической безопасности государства и его хозяйствующих субъектов.

Сферой услуг для исследования был выбран транспортный потенциал региона, а именно железнодорожная инфраструктура.

Инфраструктура железнодорожного транспорта – технологический комплекс, включающий железнодорожные пути общего и необщего пользования, предприятия железнодорожного транспорта, инженерные сооружения, электрические сети и другие устройства технологического использования для предоставления услуг по перевозке пассажиров и грузового железнодорожным транспортом [1].

Состоянием железных дорог определяется мощь и уровень развития государства, безопасность и экономические перспективы. Сегодня трудно себе представить отрасль экономики, отрасль промышленности, которая могла бы функционировать без работы железной дороги, развиваться и выполнять свои задачи, не прибегая к услугам железнодорожного транспорта. На сегодняшний день упорным трудом идет работа по восстановлению Донецкой железной дороги.

В условиях рыночных отношений конкурентоспособность является решающим фактором успеха в бизнесе и обеспечении экономической безопасности, при этом немаловажная роль в функционировании национальной экономики отводится оценке конкурентоспособности и выявлению конкурентных преимуществ на различных уровнях хозяйствования для осуществления эффективной деятельности в условиях острой конкурентной борьбы.

Железнодорожный сегмент транспортного потенциала занимает ведущее место. Основной сферой деятельности железнодорожного транспорта являются оказание услуг в перевозке грузов и пассажиров в международном, междугородном и пригородном сообщениях.

Для оценки уровня конкурентоспособности транспортного предприятия | 37
важной задачей является установление конкретного состава факторов, их количественная и качественная оценка. Экономическая эффективность функционирования предприятия в условиях изменения производственных отношений зависит от трех групп факторов:

- факторы, отражающие степень удовлетворения запросов потребителей;
- факторы, отражающие эффективность оказания услуг в производственной деятельности предприятия;
- факторы, отражающие степень превосходства оценочных показателей конкретного вида деятельности, процесса или оказания услуг предприятием по первым двум группам факторов и их отличие от аналогичных показателей других предприятий и оказываемых ими услуг или производства товара [2].

Обеспечение устойчивого роста качественных и количественных показателей хозяйственной деятельности региона невозможно без усовершенствования (постепенного роста) инфраструктуры железнодорожного транспорта и в целом транспортного потенциала региона. Оценивание отдельных сегментов и потенциала в целом, позволяет получить реальную информацию относительно ключевых проблем и адекватно принимать управленческие решения для их разрешения [3].

По результатам оценивания конкурентоспособности сферы услуг менеджеры учитывают перспективы дальнейшего развития и обеспечивают рост экономики отрасли по пути инновационного развития. Поэтому в современных условиях оценивание и дальнейшее повышение конкурентоспособности становится одной из главных стратегических целей экономического развития, как отрасли, так и региона в целом.

Список литературы

1. Закон Донецкой Народной Республики «О железнодорожном транспорте» (Принят Пост. Нар. Сов. 13.11.2015). Опубликовано 10.12.2015г.
2. Исследование конкурентных преимуществ автомобильного и железнодорожного транспорта. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ojkum.ru>lib/b_latkin_embulaev_2008.pdf](http://ojkum.ru/lib/b_latkin_embulaev_2008.pdf).

3. Козлов В.С. Удосконалення системи оцінки транспортного потенціалу регіону. Журнал «Економіка Промисловості». Інститут економіки промисловості НАН України. – № 2-3 (54-55). Донецьк. Вид-во ІЭП НАН України, 2011.- С.171-174.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ И СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

| 38

*Лазаренко Н.В.,
к.э.н, доцент,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Актуальность темы публикации объясняется тем, что одной из наиболее важных задач функционирования предприятия является решение проблем обеспечения стабильного развития, формирование адекватных моделей поведения предприятия в условиях динамичной рыночной среды. Отдельные аспекты данной проблемы, связанные с определением приоритетных направлений развития производственной и социально-экономической составляющих потенциала предприятия, требуют дальнейшего исследования.

Цель данной работы заключается в выявлении особенностей формирования и развития системы управления потенциалом предприятия в современных условиях, отличающихся негативными тенденциями в межгосударственных экономических отношениях и рядом кризисных явлений.

Вопросам теории и практики формирования, использования и развития потенциала предприятия посвящены труды многих ученых, таких как: Л.И.Абалкин, В.М.Архипов, В.Н.Авдеенко, В.А.Котлов, С.А.Айвазян, М.Ю.Афанасьев и др.

В наиболее общем виде потенциал предприятия можно определить, как совокупность явных и скрытых возможностей всех составных элементов экономической деятельности, которые могут быть реализованы в процессе воспроизводства в определенных условиях хозяйствования [1].

Процесс обоснования стратегии развития потенциала предприятия, который предусматривает установление целевых ориентиров в решении комплекса производственных, экономических, социальных и других задач, определяет необходимые ресурсы и пути достижения поставленных целей, тесно связан с осуществлением единой экономической политики и государственной стратегии развития всего хозяйственного механизма страны.

В современных условиях система управления потенциалом развития предприятия должна быть направлена на:

- достижение более высоких темпов экономического роста;
- поэтапное совершенствование производственно-технических факторов и организационно-управленческих структур;
- обеспечение высокого качества работы персонала и достойного уровня жизни работников и членов их семей.

| 39

В структуре потенциала предприятия основу составляет производственная система, воспроизводство которой обеспечивает совокупность финансового и инвестиционно-инновационного потенциалов. Достаточность финансового потенциала предприятия не только свидетельствует об эффективности (результативности) осуществления производственно-хозяйственной деятельности предприятия, но также является источником формирования инвестиционно-инновационных ресурсов. Они, в свою очередь, посредством поддержания производственного процесса на конкурентном уровне и создания импульсов развития формируют предпосылки для приобретения производственной системой достаточного производственного потенциала.

Однако наличие производственных ресурсов в определенном количестве и пропорции является необходимой, но не исключительной предпосылкой результативного использования производственного потенциала предприятия. Не меньшее значение имеет способность производственной системы объединять эти ресурсы в уникальные комбинации взаимодействия между собой и внешней средой хозяйствования, что обуславливает формирование в ней конкурентных преимуществ, устойчивых к постоянно меняющимся условиям агрессивной рыночной среды. С этой целью предприятие должно обладать достаточным интеллектуальным потенциалом, способным поддерживать производственную систему на высоком конкурентоспособном уровне.

В условиях ускорения научно-технического прогресса, повышения уровня информатизации общества, многообразия форм развития техники и технологии роль и значение информационных и трудовых ресурсов в достижении эффективной производственно-хозяйственной деятельности предприятия неуклонно возрастает.

Персонал предприятия все в большей степени испытывает необходимость в обновлении информационного обеспечения и расширении интеллектуальных знаний. Интеллектуальный капитал предприятия, который занимает особое

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

место в системе производственного потенциала в результате развития информатизации производственного процесса, отражает единство интеллектуальных возможностей и компетентности работников разных профессионально-квалификационных групп в разнообразных сферах производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

| 40

Методология построения модели производственного потенциала развития предприятия постоянно совершенствуется, что находит отражение в развитии «теории производства» и «теории Х-эффективности». Одним из важных этапов явилось расширение комплексного набора факторов производства, которые наряду с основными оказывают опосредованное влияние на производственный процесс [2].

К социально-экономическим факторам, влияющим на эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, относятся:

- уровень мотивации персонала;
- квалификация работников;
- затраты на профессиональное обучение и т.п.

Реализация нового подхода к проектированию мер по повышению эффективности производства предусматривает: оценку параметров модели исходного производственного потенциала, идентификацию факторов эффективности, определение влияния факторов эффективности на производственный процесс.

Производственная функция, которая отражает зависимость результатов производственного процесса от основных факторов эффективности производства, определяется как:

$$P_i = \exp\{\beta_0\} L_i^{\beta_1} K_i^{\beta_2} \exp\{\varepsilon_i\} \quad , \quad (1)$$

где P_i – фактический объем производства i -го объекта, $i=1, \dots, N$;

L_i – объем трудовых затрат,

K_i – объем капитальных (основных производственных) средств по i -ому объекту,

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ – параметры,

ε_i – величина, характеризующая результат случайных влияний на i -й объект.

Если обозначить $\ln L_i$ через $x_i^{(1)}$, $\ln K_i$ через $x_i^{(2)}$, через $x_i^{(j)}$ – логарифмы значений других сопутствующих факторов, тогда:

$$P_i = \exp \left\{ \beta_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j x_i^{(j)} + \varepsilon_i \right\} \quad (2).$$

Концепция стохастической маржинальной производственной функции предусматривает распределение величины ε_i на две составляющие:

$$\varepsilon_i = V_i - U_i,$$

$$\text{где } V_i = N(0, \sigma_V^2),$$

U_i – независимая от V_i величина, имеющая усеченное в нуле нормальное распределение с математическим ожиданием δz_i и дисперсией σ_U^2 .

Если исключить из производственного процесса все факторы эффективности, то проектный объем производства повысится до уровня:

$$P_i^{pot} = \exp \left\{ \beta_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j x_i^{(j)} + V_i \right\} \quad (3).$$

Ожидаемый результат производственного процесса при условии исключения влияния факторов эффективности является маржинальным производственным потенциалом предприятия.

Идентификация степени влияния факторов является одной из главных задач определения стохастического маржинального производственного потенциала предприятия. При фиксированных затратах и возможности целенаправленного влияния в результате решения заданий совершенствования управления потенциалом предприятия устанавливаются такие значения факторов эффективности, при которых ожидаемый экономический эффект от реализации мероприятия достигает максимального значения.

Управление персоналом через оценку и стимулирование повышения его потенциала сводится к решению трех взаимосвязанных задач. Во-первых, к формированию производительных способностей, которые в наибольшей степени должны соответствовать требованиям качества рабочей силы на конкретном рабочем месте. Во-вторых, к созданию таких социально-экономических и производственных условий, при которых максимально используются способности работника к данному труду. В-третьих, эти процессы не должны вредить организму и интересам личности работника.

Таким образом, система управления потенциалом предприятия призвана обеспечить неуклонный экономический рост и перспективный уровень развития предприятия в долгосрочном периоде. Необходимо качественно развивать материально-технические, структурно-функциональные и социально-трудовые составляющие потенциала. Это требует усиления внимания предпринимательских структур к эффективному управлению персоналом,

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

своевременным технологическим и организационным изменениям, к поиску алгоритмов определения и использования потенциальных возможностей (резервов) роста эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Список литературы

1. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / О.С.Федонін, І.М.Репіна, О.І.Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с. | 42
2. Айвазян С.А. Оценка экономической эффективности перехода к достижимому потенциалу / С.А.Айвазян, М.Ю.Афанасьев // Прикладная эконометрика. – 2009. – № 3(15). – С. 43-55.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Лунина А. В.,

бакалавр кафедры менеджмента непродуцтвенной сферы,

Лаврищева М.В.,

к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непродуцтвенной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкий государственный

университет управления», г. Донецк

Современное состояние мировой экономики показывает, что уровень развития инновационной сферы – науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний – обеспечивает основу стабильного экономического роста и определяет границу между богатыми и бедными странами. Именно поэтому в данных условиях актуальной становится проблема эффективного и устойчивого развития субъектов хозяйственной деятельности в различных сферах бизнеса за счет использования инноваций, обеспечивающих стратегические конкурентные преимущества на рынке.

Проблемами развития инновационной среды в современной экономике занимались такие ученые как: Тебекин А. В., Дармилова Ж. Д., Барышева А. В.

Целью исследования является определить роль инновационного развития в современном обществе, а так же выявить взаимосвязь между стабильным экономическим ростом страны и уровнем развития инновационной сферы.

Мировой опыт развития экономики доказывает, что эффективное и устойчивое развитие субъектов хозяйственной деятельности в различных сферах бизнеса достигается за счет масштабного использования инноваций, обеспечивающих стратегические конкурентные преимущества на рынке.

Современные предприятия различных отраслей функционируют в условиях высокой сложности, неопределенности и динамичности окружающей социально-экономической среды. Основная причина медленных темпов инновационного развития предприятий и более крупных бизнес структур – отсутствие должного инновационного обеспечения, как на этапе создания инноваций, так и на этапе их внедрения. Если не использовать научно обоснованные инновационные подходы, то обычные методы повышения производительности – рационализация и автоматизация процессов – не приведут к серьезным результатам [1].

Инновационная деятельность по своей предметной форме включает научно-исследовательскую, проектно-конструкторскую, проектно-маркетинговую, внедренческую и организационно-управленческую деятельность, охватывая, таким образом, все фазы инновационного процесса. Инновационная деятельность представляет собой выполнение работ и услуг, направленных:

- на создание и организацию производства принципиально новой или с новыми потребительскими свойствами продукции (товаров, работ, услуг);
- создание и применение новых или модификацию существующих способов (технологий) производства, их распространение и использование;
- применение структурных, финансовоэкономических, кадровых, информационных и иных инноваций (нововведений) при выпуске и сбыте продукции, обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии.

Управление инновационной деятельностью осуществляется на макро- (страна), мезо- (отрасль, регион) и микроуровнях (предприятие). На каждом из них действуют свои специфические задачи, условия, методы. В процесс инновационного развития и роста вовлечены все без исключения отрасли производства, социальной сферы, управления. Они взаимосвязаны не только единством и неразрывностью фаз инновационного цикла, целостностью и взаимосвязью всех составляющих народно-хозяйственный комплекс экономических сегментов и структур, но и единой общей институциональной средой, единой инфраструктурой национальной инновационной системы, единым общенациональным рынком инноваций [2].

При организации управления инновационным процессом особое внимание необходимо уделять таким проблемам, как: целесообразность выбора эффективной технологии, наилучших организационных форм; создание организационного климата, способствующего нововведениям, и

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

стимулирование работников; решение проблем передачи технологии, взаимодействия отделов НИОКР и маркетинга; отбор потенциально успешных проектов; определение экономически целесообразного объема затрат и ресурсов.

Если правильно организовать инновационный процесс, можно повысить производительность на современных предприятиях, а впоследствии улучшить экономический потенциал страны. Поэтому, в современных условиях деятельность государства должна быть направлена на всемерное поощрение внедрения и распространение инноваций. Как свидетельствует мировой опыт, чем больше страна отстает в своем развитии, тем значительнее должна быть роль государственных органов управления в создании инфраструктуры, мобилизации ресурсов, выявлении приоритетов хозяйственного развития, достижении пропорций и взаимосвязей в национальной экономике. Уровень развития инновационной сферы определяет положение страны в мировом хозяйственном пространстве. Использование новых видов техники, технологий, методов управления и организации производства позволяет расширить номенклатуру и объем производства, повысить конкурентоспособность продукции на внутреннем и внешнем рынке. Государственная инновационная политика должна:

- содействовать повышению инновационной активности, обеспечивающей рост конкурентоспособности отечественной продукции на основе освоения научно-технических достижений и обновления производства;
- ориентироваться на всемерную поддержку инноваций, составляющих основу современного технологического уклада;
- сочетать государственное регулирование инновационной деятельности с эффективным функционированием конкурентного рыночного инновационного механизма;
- содействовать развитию инновационной деятельности в ДНР, межрегиональному и международному трансферу технологий, международному инвестиционному сотрудничеству, защите интересов национального инновационного предпринимательства.

Формами государственной поддержки инновационной деятельности являются:

- 1) прямое финансирование;
- 2) создание сети технополисов, технопарков и т. п.;
- 3) предоставление индивидуальным изобретателям и малым внедренческим предприятиям беспроцентных банковских ссуд;

4) снижение государственных патентных пошлин для индивидуальных изобретателей;

5) отсрочка уплаты патентных пошлин по ресурсосберегающим изобретениям [3].

Таким образом, важнейшим фактором повышения экономического роста страны и качества жизни населения является развитие инновационной сферы. Для этого в ближайшем будущем необходимо становление государственной инновационной политики в ДНР, которая будет способствовать повышению инновационной активности населения, обеспечивающей рост конкурентоспособности отечественной продукции на основе освоения научно-технических достижений и обновления производства.

Список литературы

1. Тебекин А. В. Т29 Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 476 с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс. – с.8-9.
2. Дармилова Ж. Д. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для бакалавров / Ж. Д. Дармилова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 168 с. – с. 7.
3. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. / Под ред. д. э. н., проф. А. В. Барышевой. – 3 е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 384 с.106-107.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мешкова В.С.,

*к.э.н., доц. кафедры экономики предприятия,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Важнейшей, существенной характеристикой общественного производства является его экономическая эффективность. В современных условиях эффективность хозяйствования становится решающей предпосылкой социально-экономического прогресса.

Задача состоит в определении эффективности производства, которая начинается с установления критериев эффективности. Содержание критерия эффективности производства вытекает из необходимости максимизации получаемых результатов или минимизации расходов исходя из поставленных целей развития предприятия. Такими целями могут быть: обеспечение

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

выживаемости, достижение устойчивого роста, структурная перестройка, социальная стратегия. При всем многообразии этих целей доминирующей становится задача достижения лучших экономических результатов – извлечение наибольшей массы прибыли с учетом долгосрочной перспективы развития.

| 46

В каждый данный момент не все факты повышения экономической эффективности одинаковы и равнозначны с точки зрения экономических интересов предприятия и его конкурентоспособности. Есть резервы эффективности, мотивация которых связана с ростом текущей доходности производства, с рентабельностью продукции, а есть резервы эффективности, которые зависят от использования ресурсов, авансированного капитала, активов предприятия.

Современный мир вошел в период стремительных структурных изменений, которые затрагивают практически все сферы жизни и деятельности человека, и, чтобы выжить, предприятия должны своевременно реагировать на них. Изменения среды, в которой они действуют, разнообразны, но наиболее всеобъемлющий характер имеют, очевидно, следующие: во-первых, универсализация мировой экономики на рыночных принципах; во-вторых, универсализация мировых информационных процессов на основе революции в области информационных и коммуникационных технологий; в-третьих, объединение усилий человечества с целью противодействия разрушению среды обитания. При этом следует учитывать:

- доходность предприятия зависит от правильного выбора рынка и идентификации потребностей клиентуры. Размер прибыли и объем продаж определяются возможностью предоставления товаров и услуг, отвечающих требованиям эпохи и запросам клиентов. Именно вопрос о том, каким образом добиваться увеличения прибыли: наращивать объем продаж или повышать цены. Прибыль – это, прежде всего, показатель реакции потребителей.

- пути совершенствования системы управления устанавливаются исходя из ее состояния на предприятии. Улучшение достигается благодаря ликвидации бесполезных и бессмысленных управленческих усилий, внедрению новых технических средств, например, информационных технологий, способствующих изменению системы управления и делопроизводства. В конечном итоге, дело сводится к снижению удельной (на единицу продукции) величины основных фондов и оборотных средств, то есть созданию минимизированного по ресурсам производства, превращению и упрощению организационной структуры предприятия.

– результаты реализации 1-го и 2-го пунктов зависят от деловых и личностных качеств руководителя, его способности стать лидером. Чтобы добиться успеха, президент компании, начальник отдела, директор предприятия, исполнительный директор должны иметь определенную силу лидерских качеств. В этом случае сила – это сочетание твердого образа мышления, незаурядных способностей, абсолютной решимости и духовной уверенности. Она обеспечивает осуществление на практике цепочки «идея – предвидение – стратегия – тактика», нацеленного на рыночную ситуацию [1].⁴⁷

Факторы, влияющие на экономический рост – разнообразные, количество их достаточно велико. Для выяснения характера влияния каждого из них надо идентифицировать и классифицировать их. Целесообразно выделить следующие группы факторов, влияющих на рост эффективности экономики в целом [2]:

– объективные экономические факторы: действие объективных экономических законов (закон спроса и предложения, закон стоимости и другие); наличие предпринимательских рисков; время; циклические колебания;

– факторы государственного регулирования экономики: законодательная база; бюджетно-налоговая политика; денежно-кредитная политика; политика в сфере внешнеэкономической деятельности; социальная политика; структурная политика; институциональные факторы;

– инновационные факторы: уровень развития науки; инновационная политика; содействие НТП; техническая оснащенность производства, обновление основных производственных фондов; информационные ресурсы;

– инвестиционные факторы: уровень привлечения иностранных инвестиций; инвестиционная активность внутри страны; эффективность размещения инвестиционных ресурсов; капитальные блага;

– объективные природные факторы: географическое положение страны; климатические условия; наличие полезных ископаемых, минеральных ресурсов; богатство флоры и фауны; плодородие земель;

– демографические факторы: численность населения; состав населения; уровень занятости; уровень образования населения;

– субъективные психологические факторы: ментальность, уровень сознания нации; отношение к труду; экономическая культура (уровень экономической преступности, коррупция) предпринимательские способности; общая социально-политическая атмосфера в стране;

– форс-мажорные факторы: природные катастрофы, стихийные бедствия; техногенные катастрофы, аварии; войны, террористические акты.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Таким образом, участники рынка, не имея возможности влиять на объективные экономические факторы, в процессе своего функционирования, конечной целью которого является получение прибыли, а следовательно, обеспечение роста национальной экономической системы, должны стараться как можно больше использовать их положительный характер и максимально избежать негативного влияния этих явлений на рост системы хозяйствования. | 48

Список литературы

1. Канэко Т., Яманэ К. На пути создания высокоприбыльного предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2002. - №3. – с. 80 – 89.
2. Перепьолкіна О.О. Економічне зростання в умовах перехідної економіки // Фінанси підприємств. – 2005. - №5. с. 110 – 119.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ФА ДЛЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Моргун К.О.,

Бакалавр кафедры менеджмента непродуцтвенной сферы,

Кириллова А.И.,

преподаватель кафедры финансов,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Актуальность изучения проблемы финансовой грамотности населения является очень важной на сегодняшний день. Сейчас в Донецкой Народной Республике идет становление финансовой системы, и государство нуждается в финансово-грамотных специалистах и населении.

Мировой опыт свидетельствует о том, что подавляющее число населения финансово неграмотны и мировая общественность только приступает к разработке программ по улучшению финансовой грамотности населения. Доля финансового грамотного населения выше в развитых странах (Скандинавские страны, Германия, Великобритания, США, Канада, Австралия). Также существуют страны, в которых доля финансово-грамотных людей мала (Бразилия, Индия, Российская Федерация, Китай).

Исследования по изучению финансовой грамотности и способам ее улучшения посвящены работы таких ученых как: Никушина А.Н., Данилова Т.В., Моисеева Д.В. [1-3].

Проблематикой финансовой грамотности населения активно занимается и Российская Федерация. При поддержке Министерства Финансов РФ разработан

курс Новосибирского Государственного Университета по повышению финансовой грамотности россиян.

На сегодняшний день уровень финансовой грамотности населения Донецкой Народной Республики находится на низком уровне. Одним из возможных способов анализа состояния финансовой грамотности может быть использование методов финансового анализа, а именно «метод деревьев» (теория принятия решений). | 49

Метод дерева решений – это способ представления правил в иерархической, последовательной структуре, где каждому объекту соответствует единственный узел, дающий решение.

Исследования по изучению метода деревьев осуществлены такими учеными как: Зайцева Т. В., Мифтахова А.А. [4-5].

Теория принятия решений учит расчленять сложные проблемы на отдельные фрагменты и просчитывать возможные положительные либо отрицательные моменты любой ситуации. Данный метод представляет собой подробную схему ветвей решений, что позволяет соотнести альтернативы, риски и вероятность того или иного исхода.

Деревья решений успешно применяются для решения практических задач в следующих областях: в промышленности (контроль качества продукции), в медицинской сфере (диагностика различных заболеваний), метод дерева решений весьма успешно применяют при разработке компьютерных игр на выбор стратегий.

Наиболее часто метод деревьев используется в банковской сфере, а именно при оценке кредитоспособности клиентов банка при выдаче кредитов. В становлении банковской сферы Донецкой Народной Республики данный метод оценки может быть достаточно эффективным.

Для практического применения метода дерева решений необходимо иметь разумное число вариантов развития. Метод особенно полезен в ситуациях, когда решения, принимаемые в момент времени, сильно зависят от решений, принятых ранее, и в свою очередь определяют сценарии дальнейшего развития событий.

Финансовая грамотность для современного человека становится неотъемлемой частью его жизни. Применение метода деревьев может помочь людям просчитывать множество различных ситуаций довольно простым методом без использования сложных расчетов.

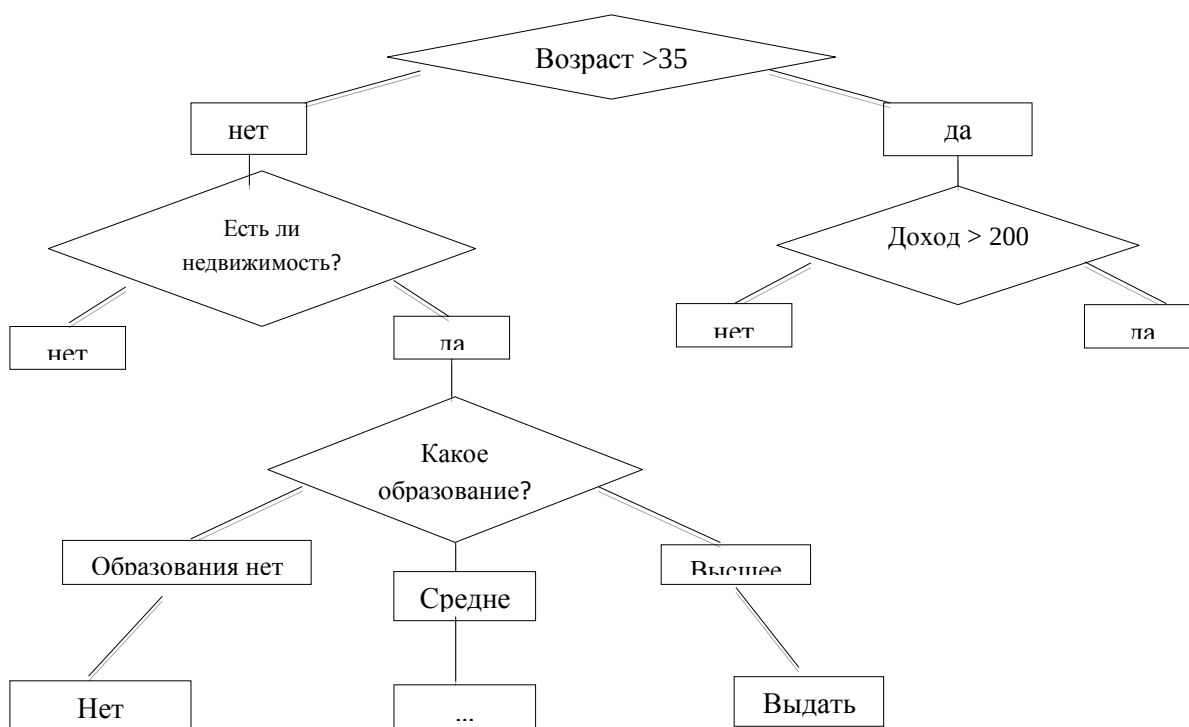


Рис. 1. Оценка кредитоспособности клиента банка при помощи метода деревьев (ФА)

Население Донецкой Народной Республики имеет недостаточный уровень финансовых знаний. Для преодоления данного барьера необходимо создать программу по улучшению финансовой грамотности населения. Финансово грамотное население – это ключ к становлению сильного гражданско-правового общества, повышению уровня жизни, образованию среднего класса и благополучию страны.

Список литературы

1. Никушина А.Н. Перспективы повышения финансовой грамотности населения в современной России /А.Н. Никушина// Вестник SCI-Article. – 2015. – №26. – С. 46-54.
2. Данилова Т.В. Основные направления повышения финансовой грамотности населения в Российской Федерации /Т.В. Данилова// Международная студенческая электронная научная конференция. – 2015. – №7. – С. 85-94.
3. Моисеева Д.В. Финансовая грамотность населения России: проблемное поле и концептуальная модель /Д.В. Моисеева// Известия ВолгГТУ. – 2015. – №2. – 13-23.
4. Зайцева Т. В., Васина Н. В. Программная реализация метода деревьев решений для решения задач классификации и прогнозирования /О.П. Пусная// Научные ведомости БГУ – 2013. – №8. – 151-158.
5. Мифтахова А.А. Целесообразность использования метода деревьев решений для решения задач классификации. /А.А. Мифтахова// Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2014. – №12. – 198-212.

**К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ НЕОБХОДИМОСТИ
ПРИНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

Петренко С.Н., | 51

д.э.н., профессор,

Бессарабов В.О.,

ассистент, аспирант,

*ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк*

В современных условиях, управленческие решения, направленные на снижение социальной напряженности, улучшение качества жизни населения, защиту окружающей среды, участие в преодолении социальных проблем приобретают особую актуальность. Все это свидетельствует о росте значимости социальной ответственности при формировании стратегических интересов бизнеса.

Вопросам, связанным с исследованием социальной ответственности бизнеса (СОБ) посвящено значительное количество научных работ зарубежных и отечественных ученых. Среди них стоит выделить работы Бедфорда Н., Боуэна Г., Березины А., Возницкой Н., Воробей В., Грицины Л., Карнеги Е., Кэролла А., Котлера Ф. и др.

Цель исследования: учитывая динамическое развитие социальных и экономических отношений, возникает необходимость в определенной адаптации исследований как зарубежных, так и отечественных ученых к современным реалиям. Отсутствие должного освещения в научной литературе теоретических и практических наработок в данном направлении обуславливает цель работы, которая заключается в определении сущности социальной ответственности бизнеса.

Анализ трактовок СОБ позволил сделать вывод об их ориентации на бизнес-круги, поскольку в них преимущественно определены направления и мероприятия социально ответственной деятельности, такие как: устойчивое развитие, экологические и социальные проблемы, этические нормы, развитие местных сообществ, обеспечение потребностей персонала, построение гражданского общества, забота о будущих поколениях, потребителях продукции, деловых партнерах, построении диалога с обществом.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Следует обратить внимание на неоднозначность трактования самой сути СОБ. В частности, различные компании определяют ее как обязательства, теорию и практику бизнеса, способ построения отношений, направление деятельности, содействие реализации определенных мероприятий. Такое различие в понимании сути можно объяснить уровнем интеграции СОБ в деловую практику, которая может варьировать от проведения нерегулярных благотворительных акций до интеграции социальных и экологических целей компании. | 52

В последние годы возрос интерес отечественных ученых к проблемам социальной ответственности. Появилось немало авторских трактовок этой категории, проанализировав которые следует отметить некоторые, общие идеи:

СОБ – это деятельность или одно из направлений деятельности предприятия; СОБ является добровольной деятельностью; СОБ не включает соблюдение предусмотренных законодательством норм и требований.

Учитывая современные реалии бизнеса трудно в полной мере согласиться с данными утверждениями:

- во-первых, СОБ не следует рассматривать как комплекс мероприятий, направленных на периодическое поддержание имиджа. Изначально СОБ – это совокупность исходных принципов, на которых должна строиться вся деятельность предприятия, которые нужно постоянно и системно соблюдать, учитывая взаимодействие с внешней и внутренней средой предприятия;

- во-вторых, социально ответственное ведение бизнеса является общественно обусловленным, так как формируется четкая информация на запрос заинтересованных сторон, которые могут существенно повлиять на функционирование предприятия и финансовый результат деятельности;

- в-третьих, дискуссионным является мнение, что СОБ следует рассматривать только лишь как обязательства по соблюдению законов, стремлению к реализации долгосрочных целей, которые являются полезными для общества [3, с. 8]. Сторонники данного подхода, ограничивают социально ответственную деятельность инициативами самого бизнеса и тем самым отрицают социальную ответственность компании в части соблюдения законодательных требований (уплата налогов, своевременная выплата заработной платы, соблюдения экологических требований и стандартов), считая несоблюдение таких требований невозможным вследствие введения санкций и штрафов.

Таким образом, отсутствие единого мнения в трактовании сущности социальной ответственности бизнеса обуславливает необходимость

формирования подхода, который бы гармонично объединял экономическую и социальную компоненту в реализации цели ведения бизнеса, принятии управленческих решений. Именно институциональный подход охватывает проблемы экономического и социального развития общества в целом, и субъекта хозяйствования в частности.

Список литературы

1. Геращенко Н.О. Концепція формування цілей проектів соціального розвитку / Н.О. Геращенко // Управління розвитком складних систем – 2012 - №9 – с.27-29.
2. Звонар В.П. Аутсорсінгова модель реалізації корпоративної соціальної відповідальності // Демографія та соціальна економіка : науково-економічний та суспільно-політичний журнал . – Київ, 2009. – № 2 (12). – С. 123-131.
3. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. – Ж.: Изд-во А. Капусты, 2005. – 302 с.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ СТРУКТУРАМИ
В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕННОСТИ РЕСУРСОВ**

Смирнов С. Н.,

к. тех.н., доцент,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г.Донецк*

Предпринимательские структуры функционируют под влиянием внешней среды, которая постоянно меняется, и имеет высокую степень неопределенности. Под влиянием внешней среды может измениться направление деятельности, способность предпринимателя вовремя погашать задолженности, обеспечивать прибыльность, рационально использовать кадровый потенциал. Ресурсы при этом, как правило, весьма ограничены. Управленческие механизмы бизнес-структур должны оставаться эффективными в условиях подобных изменений.

Целью исследования является обоснование предложений по управлению предпринимательскими структурами в условиях нехватки ресурсов.

Предпринимательские структуры – это самостоятельно функционирующие экономические единицы, деятельность которых подчиняется законам предпринимательства и заключается в постоянном поиске оптимальной формы соответствия рыночным требованиям в конкретный момент развития рынка.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Нехватка ресурсов, в первую очередь финансовых, ставит перед малым бизнесом ряд проблем:

- отсутствие имущества, которое может быть принято как достаточно ликвидный залог для обеспечения гарантий возврата кредита;
- сложная процедура получения банковского кредита;
- регулярная потребность в малых кредитах для пополнения оборотных средств;
- потребность в финансовых ресурсах для начала собственного дела [1, с. 53].

Малые предприятия, в отличие от крупных корпораций и финансово-промышленных групп, практически не имеют возможности оказывать давление на государство, например с целью финансирования их из бюджета или предоставления льгот в случае финансовых трудностей. Поэтому их деятельность в целом основывается на прочной финансовой дисциплине, что положительно влияет на повышение ее эффективности.

Собственные финансовые ресурсы предприятий малого бизнеса является наиболее важным источником финансирования экономического роста, поскольку их использование по сравнению с другими источниками имеет определенные преимущества. Конечно, это простота, скорость привлечения и то, что при их использовании предприятие не несет дополнительных расходов (уплаты ссудного процента), что в свою очередь, способствует финансовой устойчивости и обеспечению платежеспособности. Во-вторых, управление сохраняется в руках владельцев и менеджеров предприятия. Собственные финансовые ресурсы формируются за счет прибыли и амортизационных отчислений [2, с. 28].

Большое значение для начинающих производителей имеет реальный доступ к источникам кредитования. Одним из путей облегчения функционирования субъектов малого предпринимательства является поддержка их деятельности через развитие услуг микрокредитования. Формирование предложения услуг микрокредитования для субъектов малого предпринимательства может осуществляться небанковскими финансово-кредитными учреждениями, основная функция которых – посредничество между потребителями микро кредитных услуг и источниками финансирования. Для активизации сферы микрокредитования, усиление финансовых позиций субъектов малого бизнеса и появления новых видов финансовых институтов и новых видов финансовых услуг на отечественном кредитном рынке

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

необходимо разработать и ввести правовые и организационные основы небанковских финансовых институтов микрокредитования [3, с. 86].

Организации малого бизнеса имеют ряд особенностей в области управления персоналом, к которым можно отнести:

- личностный характер взаимоотношений между работником и предпринимателем в небольшом коллективе организации;
- ведущая роль предпринимателя-руководителя в деятельности организации, его вовлеченность в производственный процесс;
- высокий образовательный уровень, обусловленный содержанием деятельности и высокими профессиональными требованиями;
- гибкость и неформальность управления персоналом;
- повышенные требования к личным качествам работника. Малый коллектив быстрее освободится от работников, чьи качества не соответствуют принятым нормам и ценностям данного предприятия.
- принципы отбора персонала иногда ориентированы не на прямые, а на косвенные доказательства профессиональной пригодности;
- социальная незащищенность. Благополучие персонала непосредственно зависит от руководителя [4, с. 162].

Сотрудники предпочитают оставаться в качестве уникальных специалистов, владеющих «особыми секретами», пытаются остаться единственными носителями профессиональных технологий, настаивают на их «непередаваемости». Сотрудники стремятся всеми доступными им способами сохранить собственную автономию, что рано или поздно приводит к тому, что все организационные инвестиции в персонал остаются невозвратными.

Компании часто нужен только один маркетолог, один специалист по рекламе, один системный администратор и т. д. Отсутствие массовости превращает всех сотрудников в специалистов, они перестают чувствовать себя и реально быть исполнителями, и это порождает дополнительные трудности управления. Результативность сотрудников трудно оценивать, практически невозможно ввести обоснованные нормы выработки и сформировать планирование деятельности.

Управленческие проблемы небольших организаций показывают, что именно в маленьких компаниях эффективность деятельности обеспечивается только индивидуальными особенностями сотрудников. Фактически речь идет о том, что в небольших по численности организациях как нигде очевидна связь общего и кадрового менеджмента. Именно поэтому собственно кадровые подходы к решению управленческих проблем, не дают результата, а

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

специалисты в области кадрового менеджмента вынуждены просить профессиональную поддержку коллег, компетентных в вопросах общего (организационного) менеджмента.

Одной из проблем выступает проблема дисбаланса функциональной структуры маленьких компаний, несоответствие распределения функций структуре бизнес-процессов и организационной структуре (границам должностей). В малочисленной организации некоторые сотрудники (иногда – половина состава) фактически занимают 2-4 должности и вынуждены самостоятельно определять соотношение этих должностей [5, с. 95].

Построение системы управления персоналом в организациях малого и среднего бизнеса имеет свои закономерности, во многом отличные от сходных по содержанию закономерностей развития систем управления персоналом крупных предприятий и организаций.

Одним из путей облегчения функционирования субъектов малого предпринимательства является поддержка их деятельности через развитие услуг микрокредитования. Формирование предложения услуг микрокредитования для субъектов малого предпринимательства может осуществляться небанковскими финансово-кредитными учреждениями, основная функция которых – посредничество между потребителями микро кредитных услуг и источниками финансирования.

Для мотивации трудовой активности целесообразно заключать контракты на выгодных для сотрудников условиях с гарантией длительной занятости. Если работник занимает несколько должностей, то следует

Список литературы

1. Данилюк М. Передумови створення фондів гарантування позик в Україні / М. Данилюк, У. Бережницька, Є. Микитюк // Регіональна економіка. – 2006. - № 1. – С. 52 – 58.
2. Міщук О.В. Фінансове забезпечення економічного зростання в умовах реалізації інвестиційно-інноваційної політики / О.В. Міщук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С. 25 – 30.
3. Глущенко С.В. Напрями кредитування суб'єктів малого бізнесу в Україні / С.В. Глущенко // Економіка і прогнозування. – 2005. - № 4. – С. 81 – 94.
4. Антонова А.Н. Особенности системы мотивации персонала на предприятиях малого бизнеса / А.Н. Антонова, Ю.В. Стародубова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. - № 12 (54). – С. 159-163.
5. Кудрявцева Е.И. Проблемы управления персоналом на предприятиях и в организациях малого и среднего бизнеса / Е.И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. – 2007. - № 4. – С. 89-98.

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ
СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ЧП «СОБОР М»)**

Сыроватка А.С.,

Вольская Е.М., | 57

*проф. каф. «менеджмента организаций» ,д.гос.упр., доцент,
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия
строительства и архитектуры» г. Донецк*

Частное предприятие «Собор М» предлагает высококачественные двери и мебель из натурального дерева, а также производство деревянных лестниц по индивидуальным заказам.

В работе были рассмотрены методы управления.

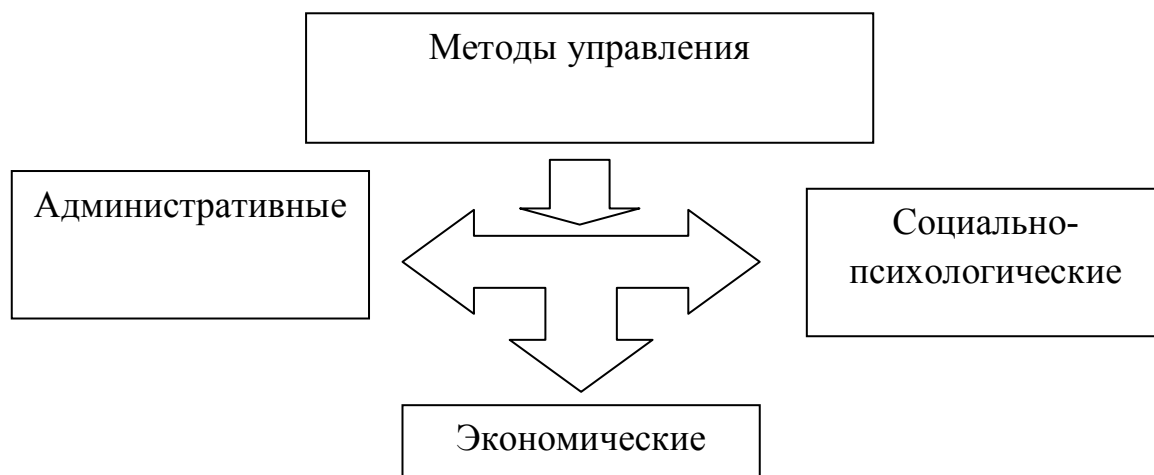


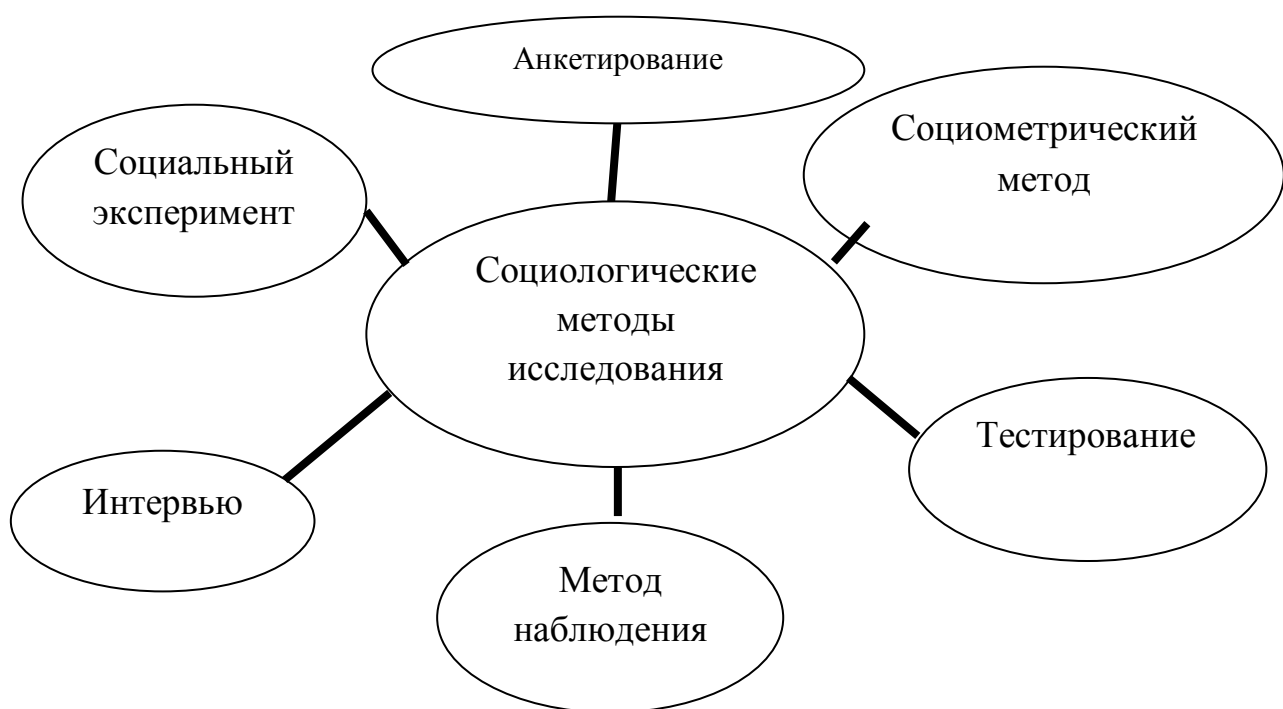
Рис. 1.1. Методы управления

Итак, административные методы базируются на власти, дисциплине и известны в истории как метод кнута. Экономические методы основываются на правильном использовании экономических законов и по способам воздействия известны как метод пряника. Социально-психологические методы основаны на способах мотиваций и морального воздействия на людей и известны как метод убеждения.

Социальный эксперимент является разновидностью аналитического исследования. Его проведение предполагает создание специальной экспериментальной ситуации путем изменения обычных условий функционирования исследуемого объекта.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Далее рассмотрим более подробно некоторые социологические методы исследования:



| 58

Рис. 1.2. Социологические методы исследования.

Эксперимент – метод, цель которого состоит в проверке тех или иных гипотез, результаты которых имеют прямой выход на практику.

Метод – основной способ сбора, обработки или анализа данных.

Интервью – целенаправленная беседа, цель которой – получить ответы на вопросы, предусмотренные программой исследования [1].

В работе так же были рассмотрены регуляторы мотиваций.

Таблица 1

Регуляторы мотиваций		
Регуляторы мотивации		
1. Рабочая среда	2. Вознаграждение	3. Чувство безопасности
Рабочее место Уровень шума Фоновое звучание музыки Эргономика Столовая Дизайн Удобства Чистота Физические условия работы	Зарплата и прочие выплаты Выходные Дополнительные выгоды Системы медобслуживания Социальные проблемы	Опасение стать лишним Ощущение своей принадлежности к компании Уважение и одобрение окружающих Приемлемый стиль управления Отношения с окружающими Осведомленность о том, как в компании обращаются с работниками

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

Главные мотиваторы		
4. Личностное развитие	5. Чувство причастности	6. «Интерес и вызов»
Ответственность Экспериментирование Новый опыт Возможности для обучения	Владение информацией Консультации Совместное принятие решений. Коммуникация Представительство	Интересные проекты Развивающий опыт Возрастающая ответственность Обратная связь с продвижением к цели

| 59

Теперь дадим некоторый комментарий к блокам в таблице.

1. Рабочая среда оказывает мощное влияние на работника, поэтому организациям не стоит жалеть средства и усилий на создание благоприятной обстановки для тружеников.

2. Вознаграждение сейчас обычно включает не только зарплату, но много других выплат, а также выходные дни и особенно дополнительные выгоды: жилье, личное медицинское страхование, персональные автомобили, оплаченное питание и т.п.

3. Чувство безопасности. Это чувство связано с наличием работы, с отсутствием неуверенности в завтрашнем дне, с признанием и уважением окружающих, принадлежностью к группе и др.

4. Личностное развитие и рост. Ныне происходит (как уже сказано) эволюция взглядов менеджеров на отношение к личности. Если раньше главное внимание уделялось повышению квалификации работников, то теперь – развитию человеческих ресурсов.

5. Чувство причастности к общему делу присуще каждому работнику, он хочет ощущать свою «нужность» организации, поэтому руководители должны по возможности давать работающим полную информацию, иметь отлаженную обратную связь, знать мнение о коренных вопросах производства.

6. «Интерес и вызов». Значит, что большинство людей ищет такую работу, в которой бы содержался «вызов», которая бы требовала мастерства и не была слишком простой. Даже чисто исполнительские работы надо стремиться превратить в интересные, приносящие удовлетворение.

Примером социально-психологических методов управления могут служить удовлетворение и стимулирование персонала. Чтобы сохранить хороших сотрудников, следует следить, чтобы они были счастливы и довольны, стараться их стимулировать для лучшего выполнения ими работы, что, в свою очередь, принесёт пользу организации.

Социологические исследования показывают, что наибольший вес среди форм мотивации имеет оклад и индивидуальная надбавка, а затем уже следуют

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

различные виды премий. На фоне других выделяются медицинское страхование, возможность материальной помощи. Достаточно значимыми так же являются такие мотивационные формы: хороший моральный климат в коллективе, карьера, хорошие условия труда, оплата путевок, социальные отпуска. Среди наиболее возможных факторов демотивации выделяются: | 60 нарушение негласного контракта, неиспользование каких-либо навыков работника, которые он сам ценит, игнорирование идей и инициативы [2].

Управление персоналом предприятия осуществляется с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления. Используемые частным предприятием социально-психологические методы эффективно осуществляют духовное стимулирование, создавая благоприятный психологический климат в коллективе и чувство принадлежности к предприятию. Установленный на фирме стабильный размер вознаграждения персонала предотвращает увеличение текучести кадров и снижает затраты на поиск новых трудовых ресурсов.

Основными слабыми сторонами существующей системы стимулирования труда работников ЧП «Собор М» являются следующие аспекты:

- в основном стимулировании, то есть при определении размера оклада и премиальных, не уделяется внимание дополнительно отработанному времени сотрудниками, что значительно снижает заинтересованность и производительность;
- фонд экономического стимулирования в цехах не образуется, а выделяется им из централизованных источников;
- оперативным управлением производственного подразделения занимаются сотрудники, не имеющие специального образования для осуществления данного вида деятельности [3].

Руководство предприятия понимает необходимость в систематизации и четком планировании системы социально-психологического развития предприятия. Для улучшения социально-психологического развития коллектива предприятия эта проблема, не решается за один день, и не с помощью одного или нескольких мероприятий, недостаточно необоснованно повысить уровень заработной платы или оказать материальную помощь, разработать систему обоснованных мероприятий, которые реально улучшат уровень жизни работников, общую атмосферу на предприятии, а как следствие производительность труда.

Подводя итоги на предприятии необходимо:

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

- минимизировать психологические конфликты (скандалы, обиды, стрессы);
- сформировать корпоративную культуру на основе норм поведения и образов идеальных сотрудников;
- свободно выражать собственное мнение при обсуждении вопросов, касающегося всего коллектива.

Список литературы

1. Управление персоналом организации. Под ред. Л.А. Костина. М., 2007.
2. Основы управления персоналом: Учебник для вузов Под редакцией доц. А.С. Булатова, - М.: Дело, 2006.
3. Грачев М.В. Суперкадры. Управление персоналом в международной экономике. - М.: Дело, 2006.

СТИЛИ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

**Тарков В.В.,
Лапишина Е.А.,
ст.преподаватель**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г.Донецк

Экономическая, политическая нестабильность, кризисные явления в экономике и обществе требуют взвешенных подходов к решению данных проблем, и управленческие решения играют здесь ключевую роль. Ведь, именно от того, насколько руководство предприятия, государства осознает свою степень ответственности, будет зависеть экономическое благополучие фирмы или страны. Каждый руководитель в своей деятельности склоняется к тому или иному стилю управления. В менеджменте сегодня выделяют сразу несколько типов поведения, каждый из которых по-своему эффективен. Методы и стили менеджмента, применяемые руководящим лицом, могут меняться, в зависимости от того, какие задачи ставит перед собой и коллективом руководитель. Поэтому назвать один, наиболее эффективный стиль менеджмента не представляется возможным. При этом стоит отметить, что в условиях кризисов именно от руководства требуется слаженность и определенная «авторитарность» для приспособления к тем условиям, в которых оказалась та или иная структура.

Цель исследования: определить стиль управления, который способен быстро и качественно предотвратить кризисные явления в организации или государстве.

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

В условиях экономических и политических кризисов, геополитических преобразований, многие государства страдают от подобного рода диспропорций в мире. Важно, что многие страны не способны предотвратить такие диспропорции, и в первую очередь, это связано с неэффективными управленческими решениями или же из-за того, что человек-руководитель не является человеком-лидером. Лидерство – это существенный компонент деятельности менеджера, связанный с оказанием целенаправленного влияния на поведение отдельных лиц или целой рабочей группы; инструментами такого влияния выступают навыки общения и личностные качества менеджера, отвечающие внутренним потребностям группы. Существует две точки зрения на наличие или формирование лидерских способностей. Первая заключается в том, что лидером нужно родиться, а воспитать в себе лидерские качества – дело безнадежное. Вторая утверждает, что лидерские способности развиваются, хотя для этого необходимы определенные психофизиологические задатки (острое внимание, хорошая память, склонность к продуктивному мышлению и др.) Сегодня преобладающим является второй подход, совмещающий теории наследственности и воспитания.

А.Томпсон и А.Дж. Стрикленд, раскрывая особенности осуществления стратегического управления, выделяют следующие роли, которые обязан исполнять современный лидер: предприниматель и стратег, администратор и исполнитель, помощник, наставник, оратор, распределитель ресурсов, советчик, политик, ментор и любимый руководитель [1, с.120]. Руководитель наделен правом принимать решения: с одной стороны, он руководит производственным процессом, а с другой – людьми, осуществляющими этот процесс. Из этого фактора вытекает его повышенная моральная ответственность за принимаемые решения (на предприятии), профессиональный уровень и психологический климат коллектива. Такие цели у руководителя должны быть повседневным делом, но кризис, который системно разрушает устои организации, может окончательно разрушить иерархическую модель построения организации. Поэтому, стиль управления, который основан на способности главы фирмы или ее подразделения организовать работу, должен быть гибким, то есть таковым, который способен изменить управленческую политику без особых затрат и потерь.

В основном выделяют три основных стиля руководства: либеральный, авторитарный, авторитарный [1, с.125]. Каждый из данных стилей имеет свои особенности, при этом главная особенность каждого должна быть основана именно на гибкости в управлении. Либеральный или демократический стиль

основан на посреднической функции руководителя, связанный с представлением интересов коллектива. Данный показатель является ключевым в принятии решений, но при обсуждении того или иного вопроса, когда требуется быстрое и качественное решение, возможна ситуация, когда коллектив не в полной мере включается в работу и это может привести к непредвиденным последствиям. В данном случае, принятие решений должно быть четко структурировано и должно опираться исключительно на совет руководителей, которые имеют полномочия при принятии решений. Анархический стиль строится на попустительстве, когда нет четкого контроля, и руководитель верит в профессионализм подчиненных, не учитывая психологический фактор. Данный стиль управления в период спада в конечном итоге приведет организацию к убыткам или сразу к стадии «смерти». В период сложных преобразований руководитель данного стиля управления, способен допустить ряд ошибок, ведь в моменты ухудшения ситуации именно руководитель обязан взять на себя ответственность за положение дел в фирме, а в данном случае – это нереально. Авторитарный (автократический) стиль руководства основывается на единоличном управлении коллективом. Руководитель видит в подчиненных лишь исполнителей и его не интересует то, как они относятся к его распоряжениям. Такой руководитель определяет не только задачи, но и способы их решения: инициатива со стороны подчиненных не принимается. Осуществляется тотальный контроль исполнения распоряжений, инструкций, приказов. В данном стиле нет гибкости и это главная его черта, которая в условиях кризиса будет сломана, так как в условиях нестабильности нужно корректировать свою политику, основываясь на предложения и разработки своих подчиненных.

Ни один из перечисленных стилей руководства не является совершенным и абсолютным. При выработке своего стиля руководства управленец должен иметь среди своего инструментария средства, стимулирующие сознательное отношение к общему делу, формирующие чувство хозяйственности [2, с.60-73]. Оптимальность того или иного стиля проявляется и зависит от конкретной ситуации. Так, авторитарный стиль соответствует ситуации, когда положение в организации выходит из контроля (в случае кризисной ситуации) и руководитель применяет в основном жесткие средства принуждения для достижения поставленных целей. Демократический стиль необходим там, где рабочая группа находится на высоком уровне зрелости, где отмечается хорошая дисциплина и порядок. Стиль невмешательства может применяться, если рабочая группа доросла до такого уровня, что может активно действовать на

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

началах самоуправления, в противном случае этот стиль неэффективен. Этот стиль дает наилучшие результаты при руководстве творческими коллективами.

Наиболее популярным должен быть так называемый ситуативный подход к руководству. К факторам, определяющим ситуацию в производственной организации, обычно относят: специфику целей и стратегию, уровень ее развития, технологию, особенности экономической ситуации, в которой действует предприятие, специфику региона, уровень ответственности, заинтересованности, дисциплинированности, квалификации и социокультурного развития работников [3, с.147-148]. Перспективной задачей для руководителей является задача установления партнерских отношений с подчиненными (развитие патернализма). Это подразумевает осознание работодателями личностной равнозначности подчиненных, их желание и право работать в комфортных условиях. Именно на такой основе можно выработать тактику и стратегию развития фирмы или государства с учетом нестабильной среды.

Настоящие руководители исходят из того, что нет незаменимых менеджеров – есть незаменимые рабочие. Именно их эффективная работа обеспечивает успех корпорации.

Таким образом, в современных экономических условиях, кроме профессионализма, руководитель должен обладать творческими способностями, умением объединять людей для решения производственных задач, которое должно быть основано на знании психологии личности; желательно наличие таких качеств, как предприимчивость, рационализм, проницательность. Не менее важными личными качествами руководителя становятся эрудиция и корректность. Все это позволяет эффективно наладить производство. Руководители должны строить стратегию роста и учитывать специфику среды, в которой находятся. Ведь именно от управленческих решений зависит развитие общества, экономики и мира в целом.

Список литературы

1. Андриенко Е.В. Этика бизнеса и делового общения: курс лекций / Е.В. Андриенко. – Донецк.: Юго-Восток, 2011. – 320 с.
2. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 288 с.
3. Стратегические аспекты управления НИОКР: монография./ Гольдштейн Г.Я. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. – 244 с.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНЫМ ПАРТНЕРСТВОМ НА ОСНОВЕ
ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Филипюк А. О., | 65

аспирант,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г.Донецк*

Современный уровень социально-экономического развития региона формирует новые направления и приоритеты развития государственно-частного партнерства. Социально-экономические процессы региона испытывает следующие трудности:

- неразвитость финансовой инфраструктуры, недостаток финансовых ресурсов для развития бизнеса;
- неэффективность налоговой политики;
- недостаточные возможности поиска новых деловых партнеров и формирования деловых связей;
- недостаток квалифицированных кадров, знаний и информации для ведения предпринимательской деятельности;
- административные барьеры [1].

Несмотря на существующие проблемы развития социально-экономических процессов, повышение эффективности государственно-частного партнерства является тем стратегическим направлением управленческой деятельности, которое содействует социально-экономическому развитию региона.

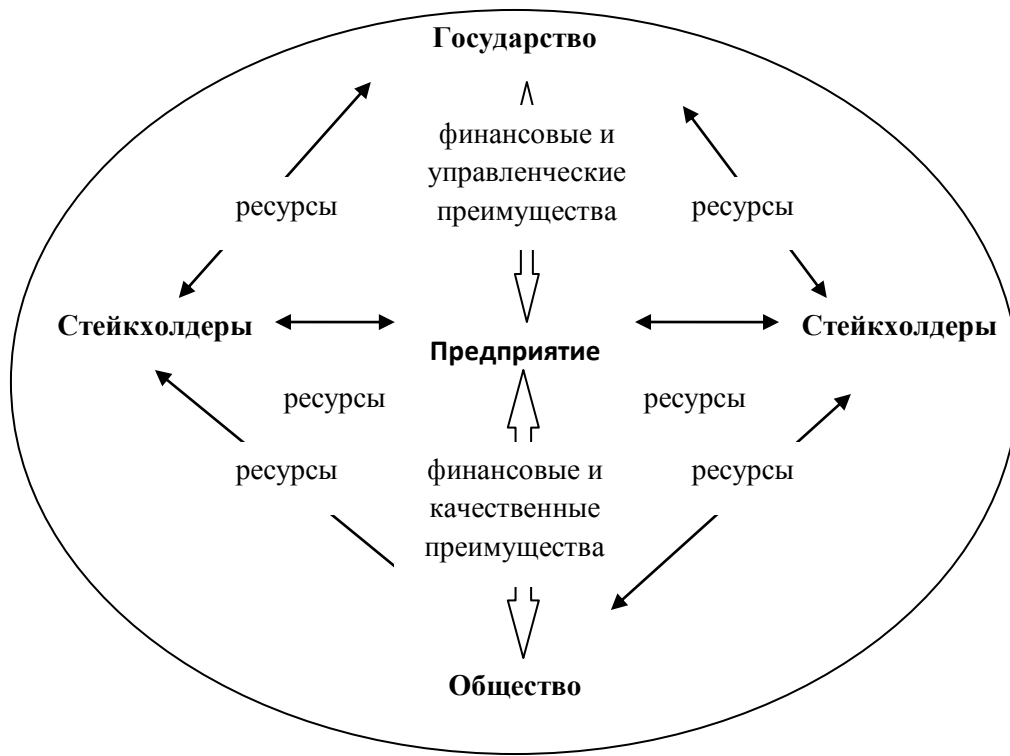
Цель исследования: развитие теоретических рекомендаций по совершенствованию механизма управления государственно-частным партнерством на основе централизации управленческой деятельности.

Под государственно-частным партнерством (ГЧП) понимается совокупность социально-экономических отношений, складывающихся между государством и частным бизнесом [4].

ГЧП осуществляется через организационный механизм взаимодействия субъектов. Организационный механизм взаимодействия субъектов отношений в области ГЧП характеризуется сложностью и неоднородностью связей в условиях неопределенности, что является сдерживающим фактором роста

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

экономики государства, прибыли предприятий, уровня жизни общества и снижает эффективность ГЧП (рис. 1).



| 66

Рис. 1. Организационный механизм взаимодействия субъектов отношений в области ГЧП

Приведенный механизм свидетельствует, что:

1. Большое количество связей препятствует эффективному взаимодействию.
2. Ресурсы рассредоточены и неэффективно используются.
3. Нет прямой связи между государством и обществом.
4. Преимущества данного вида взаимодействия ограничены.

Минимизировать негативные аспекты механизма взаимодействия субъектов отношений в области ГЧП можно за счет реорганизации структуры управления, а именно:

1. Создать центр ГЧП, который аккумулировал бы возможности всех участников.
2. Сократил количество связей, сделал их эффективнее.
3. Упростил процесс взаимодействия.

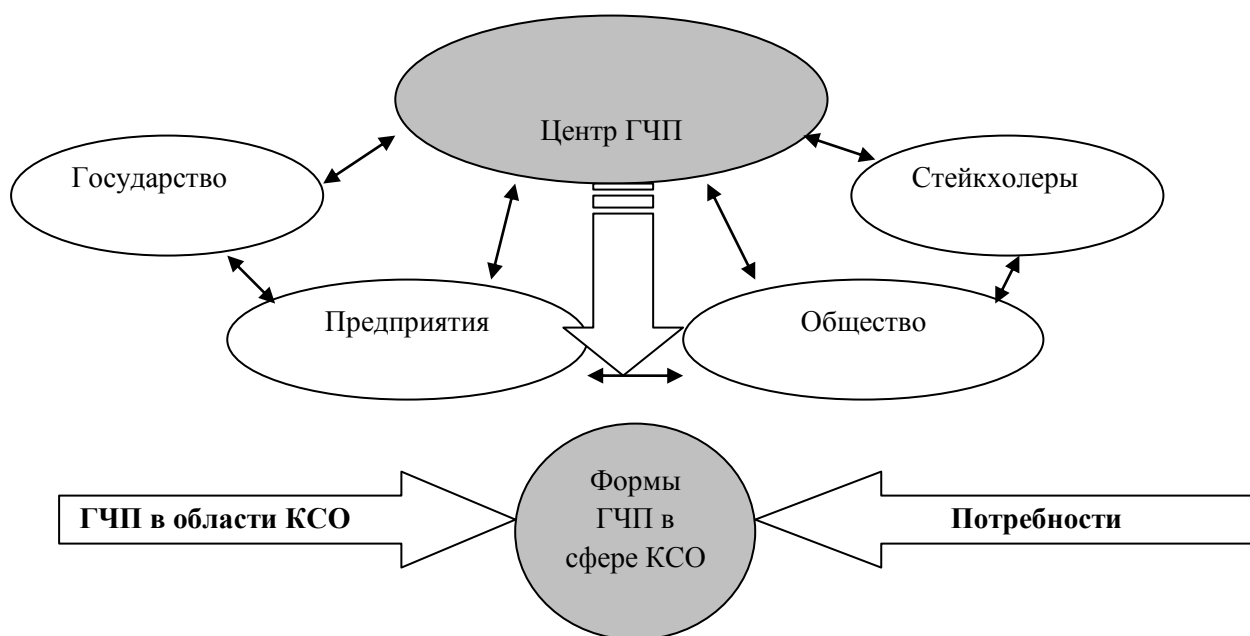


Рис. 2. Совершенствование организационной структуры механизма взаимодействия субъектов отношений в области ГЧП

Усовершенствованная организационная структура применима к следующим объектам управления ГЧП в области КСО:

- природные ресурсы;
- объекты производственной инфраструктуры, включая автомобильные и железные дороги, трубопроводный транспорт;
- энергетические предприятия и линии электропередачи, гидротехнические системы, морские, речные и воздушные порты, линии связи и коммуникации;
- объекты социальной инфраструктуры (в первую очередь здравоохранение, образование);
- объекты в сфере общественных услуг, включая объекты муниципальной собственности: общественный транспорт, городское хозяйство, коммунальные услуги, объекты экологии [3].

Развитие малого и среднего предпринимательства, государственная поддержка, которое выражается в форме ГЧП, является тем стратегическим направлением, которое содействует социально-экономическому развитию региона. Без совершенствования организационного механизма взаимодействия государства и бизнеса невозможно добиться синергии государства и бизнеса в области КСО. Поэтому его реорганизация является важным стратегическим направлением деятельности всех сторон партнерства. Применение подхода с

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

использованием центра ГЧП предоставит определенные преимущества. Повышение эффективности использования механизма ГЧП крайне необходимо для динамичного социально-экономического развития. Вместе с тем реализация принципов концепции КСО, в свою очередь, способствует эффективному развитию взаимосвязи государства и бизнеса, а также общества на территориях ведения хозяйственной деятельности. | 68

Список литературы

1. Целевая программа развития и поддержки малого и среднего пред- Ц 34 принимательства в городе Донецке на период до 2020 года: моногр. / А.А. Лукьянченко, А.И. Амоша, Г.А. Гришин, В.И. Ляшенко и др.; НАН Ук- раины, Ин-т экономики пром-сти. – 2-е изд., доп., перераб. и испр. – Донецк, 2013. – 214 с.
2. Бухвальд Е. М. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании репутационных активов современной корпорации и интеграция КСО в стратегию корпоративного управления / Е. М. Бухвальд // Экономика и инновационное образование / Красноярск: научно-инновационный центр, 2011. – № 10.2. – С. 874-885.
3. Варнавский В. Г. Исследование взаимосвязи социального инвестирования и качества экономического роста / В. Г. Варнавский // ФЭС: Финансы, экономика, стратегия. Серия «Инновационная экономика: человеческое измерение». – 2011. – С. 57-61.
4. Валитов Ш. М. Неоднозначность трактовки понятия «государственно-частное партнерство» / Ш. М. Валитов // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: межвуз. сб. тр. молод. ученых / под ред. Л. С. Шаховской. – Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2010. – С. 86-89

УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Хмельницкий Б.В.,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г.Донецк*

Деловую активность предприятия необходимо рассматривать как активность его персонала. Управлять активностью персонала можно посредством факторов, оказывающих на нее влияние. Выявление таких факторов позволит менеджерам определить, в каких подразделениях, на каких участках работы необходимо проводить мероприятия (комплексы мероприятий) в работе с кадровым составом для повышения деловой активности всего предприятия.

Целью исследования является обоснование мероприятий по повышению деловой активности персонала в различных подразделениях промышленного предприятия.

Предприятие следует рассматривать не только как производственную, но и как социально-экономическую единицу. Предприятие – это коллектив людей различной квалификации, связанных определенными социально-экономическими отношениями и интересами. Организация в целом немыслима без коллектива. Основной производительной силой является человек. Он обеспечивает жизнедеятельность предприятия [1. с. 306].

Рассматривая предприятие как имущественный комплекс, как совокупность всех ресурсов, необходимо заметить, что понятие «деловая активность» может быть применимо только к трудовым ресурсам, т.е. персоналу предприятия. Только работа персонала, его деятельность может характеризоваться трудовой и деловой активностью. В этом и должен заключаться ее экономический смысл.

Деловая активность – это свойство человека (коллектива сотрудников) и реальное проявление этого свойства, заключающееся в мобильности, предприимчивости, инициативе. У предприятия может быть огромный потенциал, но без активности работников этот потенциал не перерастет в экономическое развитие, экономический рост.

Любой сотрудник может делать свою работу на нормальном, низшем или высшем уровне исполнения. Выполнение работы на нормальном уровне не дает основания руководству делать замечания, тем более применять санкции, но и поощрять работника за такую работу тоже нет оснований – он просто выполняет свои обязанности, не двигаясь дальше. Но даже при нормальном уровне исполнения можно говорить об эффективности работы. Если же сотрудник будет выполнять работу на высшем уровне, это уже будет проявлением активности в своей сфере деятельности.

Рассматривая деловую активность предприятия с точки зрения активности его персонала, нужно отметить, что для каждого структурного подразделения и каждого отдела по-разному проявляется и эффективность работы, и, соответственно, деловая активность [2. с. 165].

На крупных промышленных предприятиях, существует такая проблема, как безынициативность некоторых менеджеров. Особенно заместителей начальников участков, старших мастеров. Они нуждаются в том, чтобы им «сверху» ставили задачу. Линейные руководители не могут показать высокий результат без указания «свыше».

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

Ряд функциональных руководителей (главный бухгалтер, бухгалтерия, плановый отдел, отдел труда и заработной платы, главный конструктор, технолог) – от них и не нужно ждать инициативу, они работают в контексте задач всей организации. Возможно, таким работникам не так и нужно себя проявлять, как «творческим личностям». Прежде всего, от них ждут исполнительности, чтобы они все выполняли точно, в срок, с соответствующим качеством. Вопрос повышения деловой активности здесь решается за счёт грамотной и чёткой постановки задачи с обозначением сроков выполнения, назначения ответственных, своевременного контроля над исполнением. Понятие «исполнительская дисциплина» здесь приобретает особую значимость. | 70

Анализ деятельности производственных руководителей завода (начальников цехов, участков) показывает их первоочередную нацеленность на достижение плановых показателей. Они рассматривают персонал, как необходимый ресурс для выполнения плана. Нередко имеет место слабое взаимодействие с кадровыми службами в решении вопросов формального характера: оценка трудовых результатов, аттестация, переаттестация, показатели работы и т.д. В результате менеджеры среднего звена, направляя все силы на решение производственных задач, не имеют возможности объективно оценить и рационально использовать кадровый потенциал своего коллектива. Кроме того, затрудняясь в принятии правильных и обоснованных решений, они необоснованно проводят частые совещания, которые нередко уводят внимание участников в надуманные проблемы и отвлекают от реальной работы.

Результативность руководителей коммерческих подразделений во многих случаях снижается из-за нехватки полномочий. Например, начальник коммерческого отдела, в обязанности которого входит поиск заказов, для загрузки предприятия на квартал, полугодие, год. Собрать первичную информацию и вести переговоры по крупным дорогостоящим заказам и провести переговоры, до подписания договора в большинстве случаев не удается, так как заказчик, как правило, соглашается на общение только с первым руководителем. И только после основных переговоров, начальник коммерческого отдела завершает сделку и готовит договор по сделке, отобразив все пожелания и договоренности первых руководителей. Расширение полномочий работников коммерческого отдела следует оформить соответствующими документами.

В ряде случаев понятие «ответственность» руководителями крупных структурных единиц (например, начальников производственных цехов)

понимается некорректно. Они обязаны перепоручать часть ответственных функций своим заместителям и помощникам, а не «замыкать» все на себя.

В противном случае никакой вопрос невозможно решить без личного присутствия руководителя (в выходной день, в период отпуска, болезни и т.д.). Никто не знает, как поступить в конкретной ситуации, не хватает понимания. | 71
Такой подход очень важен, его необходимо применять во всех структурных подразделениях (главный, бухгалтер, инженер, механик конструктор технолог и т.д.) Важно своевременно формировать резерв, это и стимул, и решение возникающих ситуаций с отсутствием специалиста по разным причинам. Хотя сегодня технологии позволяют быть далеко от рабочего места и общаться на расстоянии в некоторых случаях как (командировка, отпуск отгул и т.д.).

Деловая активность заключается в мобильности, предприимчивости, инициативе и результативности отдельных работников и трудовых коллективов. Деловая активность является необходимым условием экономического развития предприятия.

В одних случаях деловая активность существенно повышается за счёт усиления исполнительской дисциплины – работа с функциональными руководителями. В других достаточно своевременно давать необходимые распоряжения – для менеджеров среднего и нижнего звена производственных участков.

Необходимо наладить более чёткое взаимодействие производственных руководителей с кадровыми службами и ограничивать их ответственность за счёт расширения полномочий заместителей.

Список литературы

1. Добровольский Д. В. Оптимальное распределение персонала по уровню квалификации / Д.В. Добровольский // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. - 2007. - № 2. - С. 304 – 308.
2. Сидоренко И. В. Управление активностью персонала предприятия / И.В. Сидоренко // Проблемы современной экономики. – 2009. - № 4. – С. 164-166.

**О СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДАХ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТЕРМИНА
«УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ» В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ**

Черкашина Т.В.,

*преподаватель кафедры иностранных языков, | 72
ГОО ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Накопление, распространение и передача знаний от поколения к поколению во все времена определяли развитие человеческой цивилизации. В последние десятилетия знания приобрели особую значимость в социальном и экономическом развитии общества. Это связано с действием ряда фундаментальных факторов и, прежде всего, с информационной революцией и возникновением новой экономики.

Понимание растущей роли человеческих ресурсов, организационного управления и информационных технологий в повышении эффективности современных компаний явилось основной причиной того, что со второй половины 90-х годов специалисты различных научных направлений стали активно исследовать и обсуждать проблематику управления знаниями. Таким образом, можно констатировать, что актуальность и важность проблематики «управления знаниями» осознается большинством специалистов, занимающихся корпоративным управлением и IT-технологиями для целей управления организацией.

До настоящего времени не существует единого взгляда ученых и специалистов на определение понятия «управление знаниями» и области его действия. Это обусловлено неустойчивым категориальным аппаратом исследуемого феномена, а также масштабом и характером его воздействия на организационно-экономическое развитие организаций.

Поэтому целью данной работы является рассмотрение эволюции категории понятия «управления знаниями» (УЗ) для формирования новой модели УЗ в современной системе образования с позиции экономики и системе образования

Как одно из направлений менеджмента, управление знаниями выделилось сравнительно недавно.

Впервые формулировка «управление знаниями» прозвучала в 1986 г. в выступлении Карла Виинга, американского ученого и консультанта по управлению, где он выступил с инициативой «Управление активами

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

компаний» в Швейцарии, проводившейся Международной организацией труда под эгидой ООН. [1, с 7].

Именно Карл Вииг своими публикациями заложил научные основы по управлению знаниями.

На данном этапе существует сотни работ – монографий статей, отчетов, содержащих результаты исследований и практический опыт. Среди них необходимо выделить исследования работы зарубежных авторов: Прусака и Т. Давенпорта, И. Нонака и Х. Такеучи, У. Буковича и Р. Уильямса и Т. Стюарта. «КМ Glossary» известного эксперта Дэвида Скирма включает более 150 определений с множеством ссылок на различные интернет-ресурсы, в том числе термины, отражающие современные подходы менеджмента (управление эффективностью, работа в команде), организационное обучение, технические термины» [9].

Проводятся исследования и в российских научных центрах. С каждым днем появляется все больше информации о разрабатываемых проектах и программных систем в управлении знаниями, в создании корпоративных систем управления знаниями.

В России появились отдельные научные исследования и публикации по управлению знаниями в контексте эволюционного развития экономической системы народного хозяйства при формировании экономики знаний. Согласно примечанию В.П. Колесова, «в частных попытках по созданию стандарта КМ (knowledge management, КМ, теория управления знаниями) широко используется междисциплинарный подход с уклоном в ту или другую область [8].

Среди российских специалистов, занимающихся проблематикой УЗ, наблюдаются существенные расхождения относительно русскоязычного эквивалента этого термина. Некоторые авторы, занимающиеся в основном теоретическими аспектами УЗ, применяют термин «управление знаниями». Однако, по мнению В.А. Дресвянникова, более точной является формулировка – управление созданием / производством и использованием знаний [2]. В этом случае необходимо более точно определить, что входит в определение понятий «создание знаний» и «производство знаний» и в чем их различие. Так, под созданием знаний следует понимать интеллектуальную деятельность человека, которая осуществляется на практике. Человек создает свои собственные знания, проявляющиеся как интеллектуальные модели, умения, навыки, необходимые для его общественной и личной жизни, профессиональной деятельности. Такой личностной интеллектуальной деятельностью нужно управлять, поскольку она

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

определяет эффективность жизни человека, жизнедеятельность которого без нее невозможна. Что касается производства знаний, оно представляет собой социально-экономическую деятельность, направленную на создание системы знаний организации или предприятия, предназначенных как для внутреннего использования, так и для продажи на рынке интеллектуальных продуктов. В этом случае знания рассматриваются как источник доходов. Обе формы рождения знаний – внутри личностная и организационная – тесно связаны, поскольку личностные знания персонала являются источником организационных знаний. | 74

Один из крупнейших российских исследователей данной проблематики Б.З. Мильнер дает несколько определений управления знаниями, в каждом из которых подчеркивается тот или иной аспект УЗ:

1) новой области приложения организационных механизмов, управленческих приемов и экономических стимулов, порождающей реальные конкурентные преимущества компаний;

2) систематического, точного и продуманного формирования, обновления и применения знаний как ресурса управления с целью максимизации эффективности предприятия и прибыли от активов, основанных на знаниях;

3) формализации и доступа к практическому опыту, знаниям и экспертным данным как объекта управления, которые создают новые возможности, способствующие совершенствованию деятельности, стимулирующие инновации и увеличивающие потребительную стоимость [6].

Известный ученый М.К. Мариничева дает следующее определение «управление знаниями – это создание организационных, технологических и коммуникационных условий, при которых знания и информация будут способствовать решению стратегических и тактических задач организации» [5].

Таким образом, можно констатировать, что к настоящему моменту в области направления менеджмента – «управление знаниями» сложилась достаточно неоднородная картина, которая включает целый ряд разных понятий, направлений и школ. Изучив различные определения понятия «менеджмент знаний», можно сделать вывод, что в каждой организации должно быть четко сформулировано то определение, которое будет отражать специфические процессы, понимаемые под термином «управление знаниями».

Список литературы

1. Лессер Э., Прусак Л. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 248 с.

2. Дресвянников В.А. Построение системы управления знаниями на предприятии: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2008. С. 26.
3. Карнаух И. В. Управление знаниями организации // Пространство экономики . 2009. №2-3.
4. Клейнер Г. Знания об управлении знаниями // Вопросы экономики. 2004, № 1. С. 152.
5. Мариничева М.К. Управление знаниями на 100% : Путеводитель для практиков. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
6. Мильнер Б.З. Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. 2003. № 1.
7. Попов Э.В., Фоминых И.Б., Харин Н.П., Виньков М.М. Управление знаниями // Аналитические обзоры. <http://www.rfbr.ru/pics/20742ref/uprznau.pdf>.
8. Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. д-р экон. наук, проф. В.П. Колесов. М.: ИНФРА-М, 2008. – с. 432.
9. The Knowledge Management Scenario: Trends and Directions for 1998-2003, Gartner Group, 1999. <http://www.gartnergroup.org>

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Шепилова В.Г.,

*к.э.н., доцент кафедры туризма,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г.Донецк*

Развитие туристской отрасли в Донецкой Народной Республике на сегодняшний день предполагает разработку и осуществление новых механизмов и форм управления туристскими предприятиями, учитывающих общественные интересы и территориальные потребности в объемах, структуре, разнообразии рекреационных услуг и занятости населения.

В связи с этим проблемы совершенствования управления, как на уровне отдельной туристической фирмы, так и на уровне всей отрасли, становятся важными и актуальными объектами теоретических и прикладных исследований.

Целью исследования является разработка теоретических основ, а также обоснование системы мер по совершенствованию управления развитием туристической фирмы, направленных на повышение результативности туристской отрасли в текущем и долгосрочном периодах.

В условиях формирования рынка туристических услуг в регионе эффективное функционирование туристской фирмы становится возможным

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

при адаптации используемых организационных форм и методов управления к изменившимся условиям внешней среды. Боевые действия на территории региона привели к значительным разрушениям туристских объектов, но, тем не менее, интерес к региону не ослаб, туристские фирмы возрождают свою деятельность с целью формирования рынка туристских услуг в новых условиях. | 76

Туристская фирма, как предприятие, предоставляющее услуги, сталкивается с множеством проблем. Источниками повышенной сложности управления являются: высокая степень неопределенности рыночной ситуации; сезонная нестабильность спроса на туристские услуги; ужесточение конкуренции в туристском бизнесе; нехватка финансовых ресурсов и т.д.[1]. Функционирование туристских предприятий в этих условиях делает необходимым создание более совершенных систем управления, обеспечивающих их устойчивое развитие в условиях неопределенности рыночной среды и адаптированных к требованиям формирующегося рынка туристских услуг. Основными направлениями активной региональной политики на современном этапе является создание благоприятной среды для формирования современной туристской отрасли в соответствии с принципами и нормами международного права, а также условий для формирования инвестиционного климата в регионе [2]. Одним из этапов перехода к структурным изменениям социально-экономической основы развития региона и создания благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристского рынка является совершенствование нормативно-правовой и экономической базы, регулирующей отношения в сфере туризма.

Важность стратегического управления туристским предприятием в текущем и перспективном периоде обусловлено особенностью туристского продукта и спецификой его производства. Туристский продукт, как результат деятельности туристской фирмы, представляет собой продукт потребления, состоящий из услуг материального и нематериального характера. Все это предъявляет определенные требования к управлению его производством и реализацией туристического продукта. Система управления туризмом в регионе должна предусматривать формирование и усиление таких ее функций как лицензирование и сертификация, от которых напрямую зависит качество туристического продукта, а также продвижение национального туристического на зарубежных рынках. Управление предприятием туристской сферы необходимо рассматривать как комплексную систему управления структурной моделью формирования турпродукта. Это достаточно

продолжительный, многоплановый, комплексный и различный по времени и месту процесс производства и реализации продукта, имеющий специфические характеристики и удовлетворяющий особый вид потребностей людей.

Для обеспечения устойчивого развития предприятий туристической сферы в условиях неопределенности рыночной среды необходимо изучение | 77
основных тенденций и противоречий развития туристической отрасли в современных условиях; раскрытие особенностей туристских фирм как объектов управления; обоснование роли стратегического управления развитием турфирмы в условиях нестабильности и неопределенности действия факторов внешней среды; разработка и анализ подходов к созданию системы управления развитием турфирмы в условиях формирующегося рынка туристских услуг; определение принципов и критериев стратегического управления развитием туристической фирмы; определение этапов формирования и реализации стратегии развития туристической фирмы в регионе.

Стратегия управления туристическими предприятиями должна ориентироваться на слияние в единый технологический процесс исследований рынка, производства и реализации туристических услуг, создания нормативно-правовой базы функционирования туристической сферы с использованием принципов и методов современного стратегического менеджмента. Это позволит в условиях конкуренции досконально изучить потребности отдельных групп потенциальных потребителей туристических услуг. Эти потребности должны быть поставлены в основу формирования собственной стратегии развития туристического предприятия на краткосрочную и долгосрочную перспективу.

Список литературы

1. Адельсеитова Е.Б. Стратегическое управление предприятиями индустрии туризма / Е.Б. Адельсеитова, Е.Р. Абдураимова// Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 235. – С.7–8.
2. Косолапов А.Б. Менеджмент в туристической фирме/ А.Б.Косолапов. – М.: КноРус, 2009. – 145с.

**УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ
КОМПЛЕКСОМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ДНР**

Яковлев А.А., | 78

бакалавр кафедры туризма,

Шенилова В.Г.,

к.э.н., доцент кафедры туризма,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

В современных условиях туризм играет все более важную роль в мировой экономике, в экономике отдельных стран и регионов, потому что является постоянно развивающимся экономическим комплексом. Следует отметить, что Донецкая Народная Республика обладает благоприятными историко-культурными, природно-климатическими условиями, а также рекреационными ресурсами, следовательно, можно утверждать, что развитие туристической отрасли в ДНР может стать важнейшим катализатором экономического роста региона.

Целью исследования является раскрытие сущности туризма как перспективного направления региональной политики в Донецкой Народной Республике, а также выделение основных направлений для развития туристско-рекреационного комплекса.

В настоящее время, несмотря на имеющийся туристско-рекреационный потенциал, туризм играет невысокую роль в экономике региона. Доход, который можно было бы получать от уже существующих туристских потоков, не служит источником повышения уровня жизни населения. Недостаточный уровень развития регионального туризма обусловлен рядом причин внешнего и внутреннего характера, среди которых наиболее негативно сказываются последствия боевых действий. Однако, регион по-прежнему представляет культурную, досуговую и историческую ценность для туристов, именно поэтому данный комплекс требует особенного регулирования в условиях нестабильности экономической среды. Туристско-рекреационный комплекс – это целенаправленно формируемая совокупность предприятий (туристских и поставщиков услуг и товаров), функционирующих для удовлетворения потребностей туристов, сконцентрированных на ограниченной территории, обладающей определенными туристско-рекреационными ресурсами [1].

Первоочередной задачей государственной политики в сфере туризма должно стать создание в ДНР современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, который будет обеспечивать широкие возможности для удовлетворения потребностей местного населения и иностранных граждан в разнообразных туристических услугах. Республике | 79
нужно исследовать рынок туризма, а также провести инвентаризацию туристских ресурсов.

Учитывая, что ДНР выходит на уже сложившийся туристский рынок, необходимо найти наиболее выгодные, перспективные для региона направления в развитии туризма, которые вначале не потребуют крупных капитальных вложений и позволят использовать ее преимущества.

Одним из наиболее перспективных направлений в развитии туризма может стать «образовательный туризм». Это понятие включает в себя различные виды деятельности, направленные на: организацию краеведческого поиска, проведение учебных экскурсий в пределах региона, организацию походов по родному краю и категорийных походов; проведение исследовательских экспедиций, открытие школьных музеев, создание профильных туристских лагерей, проведение соревнований по туристскому многоборью [2]. Благодаря этому молодежь получает возможность приобщиться к земле отцов и дедов, почувствовать связь поколений, стать патриотами своего Отечества.

В свою очередь, большую роль имеет формирование современной маркетинговой стратегии продвижения туристического продукта на внутреннем и международном рынках. Главной задачей стратегического маркетинга является нацеливание туристической фирмы на использование привлекательных экономических возможностей, т. е. возможностей, адаптированных к ее ресурсам и ноу-хау, которые обеспечивают потенциал для роста и рентабельности. Его задачами являются: уточнение миссии фирмы, определение целей, разработка стратегии развития и обеспечение сбалансированной структуры товарного портфеля [3].

С целью создания имиджа республики как туристско-привлекательного региона государственным структурам особое внимание следует уделить специфике направляющих рынков и особенностей продвижения продукта в сфере туризма. Чтобы увеличить поток, как местных, так и иностранных туристов, что в свою очередь повысит доходности сфере туризма, а также увеличит информированность населения о туристских ресурсах и возможностях республики необходимо поднимать вопросы рекламы и продвижения

СЕКЦИЯ 1 УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР СТАБИЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ

туристского продукта ДНР. Ежегодно необходимо планировать участие в международных туристских выставках, ярмарках и биржах, а также издать рекламно-информационную печатную продукцию. В сети Интернет необходимо создать официальный туристский сайт, разделы которого содержат подробную информацию о туристских достопримечательностях ДНР, популярных туристских маршрутах, туристских организациях, предлагаемых ими турах и услугах. В дальнейшем, создание республиканской системы маркетинга, которая будет формироваться, и функционировать на основе сети информационных центров городов и районов республики. | 80

Туристическая индустрия нуждается, со стороны государства, в обеспечении более эффективного использования человеческих, информационных, материальных и иных ресурсов с учетом рынка труда и задач социально-экономического развития области.

Необходима система мероприятий в рамках целевых республиканских программ по развитию туризма, которая должна включить: разработку нормативно-правовых актов, проведение рекламных кампаний, содействие в продвижении инвестиционных проектов по развитию объектов и инфраструктуры туризма, совместную с ВУЗами республики разработку образовательных стандартов по подготовке специалистов для туризма и смежных отраслей, формирование отраслевого заказа, ведение мониторинга кадров и другое. Финансирование мероприятий может быть осуществлено из республиканского бюджета в пределах ассигнований на целевую программу [2].

Таким образом, государственное регулирование туристской деятельности в ДНР должно быть направлено на создание высокоэффективного и конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса как одного из перспективных секторов развития экономики республики. Формирование туристско-рекреационных комплексов на уровне региона является действенным и очень востребованным инструментом решения проблем развития туризма и развития территорий. От того, насколько эффективно проводится развитие туристско-рекреационного комплекса в регионе, непосредственно зависит уровень его социального и экономического развития. Вышеперечисленные направления позволят значительно увеличить поток туристов и приток финансовых поступлений в экономику региона, а также обеспечат рост налоговых отчислений в республиканский бюджет, развитие смежных отраслей экономики и повышение занятости населения.

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

Список литературы

1. Полякова И.А. Туристско-рекреационный комплекс: сущность, функции, структура/ И.А. Полякова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 13(132). – С. 376-381.
2. Кривенко А.В. Туризм как перспективное направление региональной политики ПМР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pmr21.info/text.php?cat=9&name=turizm&arch=onsite> | 81
3. Туриянская М.М. Стратегические аспекты антикризисного управления туристскими предприятиями // Культура народов Причерноморья. – 2012. – №236. – С.93-97.

**КРЕАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
УПРАВЛЕНИЯ**

Благодарная Д. Ю.,

Моргун К. О., | 82

Новоселецкая Ю.В.,

бакалавры кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Ободец Р.В.,

д. э. н., доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Ранее креативность рассматривалась как свойство личности, а на сегодняшний день становится актуальным управление коллективным творчеством. Развитие креативного менеджмента направлено на управление человеческим капиталом, принятие управленческих решений в условиях неопределенности, мотивацию творчества, повышение уровня эффективности работы проектных групп, при этом становится важным анализ креативности, как руководителя, так и подчиненных.

Основная проблема заключается в том, что креативность основана на иррациональных процессах мышления, а управление обычно базируется на рациональных процессах, таким образом, при управлении креативностью нужно создавать такие стили управления, которые дали бы возможность совместить эти два противоположных по структуре процесса.

Цели исследования заключаются в том, чтобы раскрыть сущность креативного менеджмента, проанализировать условия развития креативного менеджмента, рассмотреть проблемы современно креативного менеджмента, проанализировать специфику креативного менеджмента.

В современном мире рынок товаров и услуг переполнен однотипными фирмами-производителями. Это обуславливает высокий уровень конкуренции. Перед управляющими подобных фирм встает вопрос: как же стать лидером в своем деле и не дать другим занять это место? Именно по этой причине возникает необходимость в постоянном развитии, внедрении инноваций и предложении новых, оригинальных и своеобразных идей. Эти и множество других факторов привели к возникновению креативного менеджмента. Креативный менеджмент является деятельностью по управлению творческим процессом [1].

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Креативный – это буквально «творческий, созидательный». Он касается проблем управления коллективом, причем таких, которые относятся к не поддающимся четкой формализации предметным областям и подчиняются подвижным, «дрейфующим» критериям целеполагания [2].

Креативный менеджмент, объединяет наработки в различных областях деятельности, нестандартно применяет информацию, технологию и другие виды ресурсов, приобретает на этой основе новые, оригинальные решения, которые способствуют налаживанию прогрессивных взаимосвязей между внешней и внутренней средой, а также формированию этой среды.

Креативный менеджмент нужен не только для того, чтобы управлять наукоемкими производствами и творческими группами, но и принимать своеобразные решения сложных задач. Методы, приемы и инструменты креативного менеджмента являются интеллектуальной техникой работы менеджера. Такая техника разнообразна.

Примерами интеллектуальной техники являются «мозговой штурм», контрольные графики и диаграммы, анкеты и опросы, «бенчмаркинг» («определение эталона», процесс оценки своей деятельности по отношению к лучшей из вашей области – выбор промышленного лидера), широкий спектр графических методов и временных диаграмм для отслеживания изменений.

Очень важно уделять внимание проблемам креативного менеджмента потому, что необходимо стремиться к улучшению качества управленческих решений и их интенсификации на всех этапах – от общегосударственного до отдельного рабочего места. Для того чтобы достичь успеха в этом деле требуется многое. Во-первых, необходимо определить и внедрить в действие новые, более обоснованные с научной позиции и с психологической точки зрения, методы подготовки начальной информации для лиц, которые принимают решения. Во-вторых, проблемы креативного менеджмента организационно смыкаются с управлением кадрами, когда нужно создавать временные творческие коллективы [3].

Особая сложность решения этих проблем заключается в том, что нужно, с одной стороны, перерабатывать множество исходной информации, с другой, - учитывать специфику, и характер их деятельности: ведь у каждого из них есть свои навыки, принципы, стереотипы, и все это нужно учитывать. Решения этой проблемы должны включать в себя использование творческого потенциала всех сотрудников коллектива, особенно если разрабатываются крупные решения глобально-стратегического масштаба.

В наше время инновационные идеи перестали быть уделом одиночек, а стали результатом коллективной работы групп профессионалов. При разработке новых продуктов взаимодействуют группы маркетологов, дизайнеров, конструкторов, инженеров, экономистов, специалистов по продажам, потребителей, поставщиков.

| 84

При работе творческого коллектива можно выделить две стадии: дивергентную, когда формулируются различные варианты решения задачи и конвергентную, когда вырабатывается компромисс и осуществляется выбор самого лучшего решения.

Основными элементами управления такими творческими группами являются: постановка задачи, формирование рабочего коллектива, планирование и распределение заданий, ресурсы, свобода действий, поощрение, организационная поддержка, право на ошибку, уважение мнения партнеров [4].

В настоящее время тема креативного управления является актуальной. Основной частью креативного менеджмента является создание и мотивация деятельности человеческого капитала, активизация его творческого потенциала. Он основан на современных технологиях творчества и командной работы. Так же множество руководителей используют именно креативные методы управления, которые позволяют добиться высокой эффективности и результативности работы управленцев.

Таким образом, в связи с жесткой конкуренцией на современном рынке товаров и услуг работодатели многих фирм заинтересованы в сотрудниках, которые способны нестандартно мыслить, находить новые идеи и подходы к управлению. Творческий процесс очень важен в деятельности менеджера. Для этого управленцам нужно следить за выполнением определенных условий, которые будут препятствовать подавлению проявления креативности. Результатом этого будет отлично сработанный коллектив и его большой творческий потенциал.

Список литературы

1. Цыганкова В.Н. Проблемы при реализации креативного менеджмента в организации // Креативная экономика. – 2013. – № 9. – С. 54-58.
2. Макаренко О.Г. Креативный менеджмент /О.Г. Макаренко, В.Н. Лазарев// Вестник УлГТУ. – 2012. – № 4. – С. 154-158.
3. Якубов М.Р. Креативный менеджмент: практический аспект /Якубов М.Р.// Креативная экономика. – 2013. – № 11 – С. 19-24.
4. Горшкова Л.А., Горбунова М.В. Традиционный и креативный менеджмент: правомочно ли разделение? // Креативная экономика. – 2012. – № 11. – С. 26-32.

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

| 85

Кантаровский Т. М.,

бакалавр кафедры менеджмента непродуцированной сферы,

Ободец Р.В.,

д. э.н., доцент кафедры менеджмента непродуцированной сферы,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Недостаточное развитие технологий менеджмента в малом и среднем бизнесе на современном этапе развития деловых отношений. Недееспособность и нецелесообразность старых технологий в современном управлении.

Изучить современные технологии развития в малом и среднем бизнесе. Оценка их эффективности. Возможность дальнейшего их развития.

Современный мир не стоит на месте, с каждым днем различные отрасли продвигаться все дальше и дальше. Область менеджмента также не отстает, успешный руководитель должен понимать, что постоянное развитие путь к успеху. Многие компании, которые пытались сохранить уже наращенные годами схемы работы попросту не выдерживали конкуренции и постепенно уходили из рынка. Возникает вопрос какие же пути развития существуют в современном менеджменте? Итак, в современном менеджменте существует несколько технологий развития малого и среднего бизнеса. На данном этапе первое место занимает технологи CALS (Continuons and Life Cycle Support). В переводе на означает «Непрерывное развитие и поддержка Жизненного Цикла» По своей сути сегодня CALS является стратегией повышения эффективности бизнес-процессов, реализуемых в ходе жизненного цикла (ЖЦ) продукта.

Стратегией CALS является создание единой информационной сети (ЕИС) для всех участников ЖЦ продукции и обеспечения возможности взаимодействия проектных организаций, производственных предприятий, поставщиков, организаций сервиса и конечного потребителя на всех стадиях ЖЦ [1].

Основными свойствами ЕИС являются следующие:

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г

- ЕИС включает в себя полную информацию о всех видах продуктов, собранную на каждом этапе ЖЦ;
- данная информация может быть представлена только в электронном виде (без исключений);
- любой участник ЖЦ в соответствии с правилами доступа может пользоваться информацией, представляемой ЕИС;
- ЕИС использует только международные, государственные и отраслевые стандарты, которые регламентируют вопросы представления и обмена данными о продукте.

Целью применения CALS как концепции организации и информационной поддержки бизнес-деятельности является повышение эффективности процессов разработки, производства, послепродажного сервиса, эксплуатации изделий.

Эффективность этих процессов обеспечивается за счет следующих факторов:

- ускорения процессов совершенствования и конкурентоспособности продукции;
- сокращения издержек производства и использования данной продукции;
- придания изделию новых свойств и повышения уровня сервиса в процессах его эксплуатации и технического обслуживания [2].

Непрерывное совершенствование (Continuous Improvement, CI). Продуктивное, непрерывное развитие БП организации, должно осуществляться постепенно, снизу-вверх, на основе запасов, которые находятся на предприятии, и характеризующееся сохранением социального равновесия, в силу естественного характера изменений, на основе самоорганизации людей и коллективов. Речь идет о технологии непрерывного улучшения всех бизнес-функций в рамках БП предприятия самими исполнителями. Небольшие предложения от каждого сотрудника не приводят к существенным затратам, но накапливаются и в результате приводят к росту качества, снижению совокупных затрат, сокращению длительности цикла БП.

CI может осуществляться за счет постепенного отказа от неэффективных видов деятельности, передвижения границ между подразделениями, делегирования полномочий с целью повышения производительности и экономии требуемых ресурсов. Все чаще на практике применяется комплексный подход, включающий: процедуры оптимизации БП, использование передовых технологий, инновационные решения, управление персоналом.

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Сильные стороны – метод не вызывает сильного сопротивления персонала и социальных потрясений и позволяет осуществлять постоянное совершенствование БП в текущем режиме.

Слабые стороны – обеспечивает только постепенные улучшения по отношению к существующему уровню ведения бизнеса; характеризуется отсутствием оперативности принятия решений; опирается на инициативный и ответственный персонал, которого в организации может не оказаться. | 87

Инжиниринг. Использование формализованных методов и приемов для детального построения и внедрения моделей БП, с целью удовлетворения потребностей конкретных групп клиентов в условиях сильной дифференциации спроса и предложения. Инжиниринг является следствием перехода от массового унифицированного производства к учету потребностей индивидуального клиента и предполагает проектирование БП путем определения его целей и задач; внешних и внутренних потребителей; места и роли в системе БП предприятия, механизма реализации; границ; входов и выходов; критериев эффективности БП, на основании которых после внедрения модели становится ясно, выполняется реальный БП в соответствии с разработанной в ходе инжиниринга моделью, или нет.

Сильные стороны – проектирование деятельности предприятия в виде БП позволяет в последующем контролировать ход ее выполнения и управлять ею, причем дает возможность проектировать БП по-разному в зависимости от особенностей той или иной группы клиентов.

Слабые стороны – сам процесс проектирования БП является довольно сложной и трудоемкой задачей, и не всегда та модель БП, которая была получена в результате инжиниринга, может быть внедрена на практике и быть эффективной.

Реинжиниринг. Метод, основанный на отказе от старых порядков, правил и методов при перепроектировании БП. Реинжиниринг, в понимании его родоначальников Майкла Хаммера и Джеймса Чампи, предполагает создание БП «с чистого листа». Второй подход (Томас Дэй-венпорт) появился в результате анализа критических замечаний в адрес метода «чистого листа» и предполагает предварительный анализ и описание существующих БП.

Классическое определение реинжиниринга БП дано М. Хаммером и Дж. Чампи: «Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения драматических усовершенствований в критических, современных показателях деятельности, таких как стоимость, качество, уровень обслуживания и скорость (оперативность)».

«Фундаментальное переосмысление» – ответы на вопросы, «что делать, как и почему?»; «радикальное перепроектирование» – существенный характер изменений, глобальная перестройка; «драматические усовершенствования» – большой масштаб и драматический характер, поскольку несут ломку устоявшихся правил и норм; «критические показатели» означают важность, поскольку ошибки в управлении ими могут стать критическими; «современные показатели» – учет текущей ситуации [3].

Среди основных методов реинжиниринга можно выделить: устранение излишних или длинных потоков работ, разрывов и «слепых мест» в БП; сокращение ресурсов, вовлеченных в БП; выполнение БП самим клиентом или поставщиком (вывод ключевых БП за пределы компании); встраивание в БП механизмов контроля; объединение нескольких работ в одну; упрощение работ [4].

Сильные стороны – в случае успеха дает огромный рост эффективности, производительности и обеспечивает серьезные конкурентные преимущества.

Слабые стороны – большие финансовые затраты, риск; сопротивление персонала нововведениям; мобилизация всех ресурсов на достижение цели; возможность только одного реинжинирингового проекта в единицу времени.

Перепроектирование (концентрированное улучшение). Представляет собой совершенствование существующего БП посредством моделирования его оптимальных параметров и обычно применяется к БП, которые в целом работают хорошо, но могут работать еще лучше. Дж. Харрингтон, К.С. Эсселинг, Х. Ван Нимвеген считают, что «перепроектирование процесса обычно снижает затраты, длительность цикла и количество ошибок на – 30-60 %» [6].

Перепроектирование предполагает построение имитационной модели БП «как есть», ее анализ и поиск способов оптимизации. Например, устранение излишних бизнес-функций, дублирования; упрощение бизнес-функций; сокращение времени и затрат ресурсов на выполнение работ; анализ добавленной ценности; решение текущих проблем; вывод части БП в аутсорсинг, частичная реструктуризация предприятия; ввод новых бизнес-функций; стандартизация и автоматизация БП и т.д. Перепроектирование не предполагает создание принципиально новых способов организации БП, а заключается в доведении до совершенства уже опробованных методик. В результате проводится сравнительный анализ БП, чтобы гарантировать, что перепроектированный БП будет лучше предыдущего [5].

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Сильные стороны – позволяет осуществить совершенствование существующего БП с учетом имеющегося опыта, методик и технологий предприятия и обеспечить, таким образом, конкурентное преимущество.

Слабые стороны – новый БП строится как улучшенная версия старого, что не всегда позволяет обеспечить существенный рост эффективности.

| 89

Сегодня мы рассмотрели технологии, которые совершенствуют менеджмент сейчас и будут совершенствовать его в ближайшем будущем. Многие ученые говорят о том, что люди без управления – это просто группа, которая не способна сделать ничего продуктивного и полезного, на мой взгляд без менеджмента и управления, человечества просто бы не существовало в том виде в котором оно существует сейчас. Каждый должен понимать значение этой глубочайшей науки, которая позволяет нам эффективно направлять людей на осуществление их целей. В свою очередь «Мы» как будущие управленцы должны пытаться разработать и улучшить технологии которые существуют сегодня ведь как в свое время говорил Сократ: «Нет предела совершенству». Только непрерывное развитие и новые стратегические решения позволят нам и дальше сохранять, и улучшать системы управления с помощью которых наш мир становится только лучше!

Список литературы

1. Акимов О. Ю. Малый и средний бизнес. Эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития.- М.: Финансы и статистика, 2012.
2. Брусиловский В.В. Особенности управления бизнес-процессами в интегрированной бизнес-группе // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. 2013. № 3. С. 73-76.
3. Дудин, М.Н. На веслах... через океан...Инновации и предпринимательство в зарубежных странах. Возможность применения зарубежного опыта развития малого инновационного предпринимательства в Российской Федерации // Креативная экономика. 2011. № 12. С. 48-53.
4. Ермилов Д.П. К вопросу об инновационном предпринимательстве // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10: Инновационные технологии. 2012. № 2. С. 115-119
5. Жуков, А. Стимулирование инновационной деятельности малого и среднего бизнеса // Проблемы теории и практики управления. 2011. №4. С. 8-15.
6. Замесова О. Е. Исследование современного состояния малого инновационного предпринимательства России // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 3. С. 391-395.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА

Красавина А.В.,

бакалавр кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Ободец Р.В., | 90

д. э.н., доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкий государственный

университет управления», г. Донецк

Менеджмент – система управления фирмой, организацией, находящихся в условиях рыночной экономики, она обеспечивает создание условий, необходимых для эффективной работы и развития производственной деятельности. Система управления связана с ориентацией самой организации на спрос и предложения рынка: запросы индивидуальных потребителей; заинтересованность работников в конечных результатах; использование научно-технических достижений; регулирование меж организационных отношений. Особенностью современного менеджмента является направленность на обеспечение ведения хозяйства в фирме в условиях недостаточного количества ресурсов, на необходимость достижения высоких целей с наименьшими затратами, на оптимальное внедрение организации к новейшим рыночным отношениям. Система управления должна быть гибкой и эффективной.

Этим обусловлено постоянное совершенствование менеджмента в промышленных организациях, относящихся к требованиям производства и реализации продукции, усложнения хозяйственных связей и ухудшения проблемы сбыта, повышение работы исполнителя в формировании технических, экономических и других аспектах продукции, повышающиеся научно-техническим прогрессом. На организационную структуру фирмы влияют изменения ситуаций деятельности производства, необходимые для нормальной адаптации самой системы управления. Также эти изменения ведут к перераспределению функций управления. В теории и практике менеджмента выделяют две точки зрения:

Во-первых, экономика, переходящая в рыночные отношения нуждается в усвоении форм и методов управления на уровне организации.

Во-вторых, для выхода предприятия на мировые рынки, необходимо изучение и знание практики менеджмента.

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Исследования показали, что переход на новое хозяйствование прогрессирует положительные процессы, он позволяет ставить вопрос об эффективном управлении организацией как практическую задачу. Но каким прогрессивным и передовым ни был бы зарубежный опыт, его ценность состоит не только в том, чтобы быть образцом для подражания, но и быть | 91
основой анализа собственного опыта и практики.

Хорошее знание мировой практики – залог успеха в бизнесе. Также, это является престижным не только для специалистов, но и страны в целом. Для усиления стимулирующего влияния на улучшение качества продукции и ее конкурентоспособность, нужно найти недостатки в области управления организацией.

Система подготовки и переподготовки специалистов предприятий нуждается в условиях для овладения знаниями экономического механизма менеджмента. Руководители должны знать, что требования конкретных рынков по качеству, цене, технико-экономическим параметрам продукции, срокам поставки должны проводиться заранее поставленного срока, еще на стадии разработки новой продукции, до начала производственного цикла.

Рыночная экономика предъявляет высокие требования квалифицированным специалистам. Самой главной функцией руководителя является разработка и реализация стратегии, которая ориентирована на рыночные мерки. Постоянные новшества продукции должны быть определяющим фактором выживания, стабилизации и развития предприятия.

Важнейшая задача менеджмента является создание культуры в организации, творческий подход, стимулирование работников на дальнейшие нововведения. Руководителю фирмы следует быть инициатором в области реализации технологических и организационных перемен. Первостепенным фактором успеха становится теоретическое и практическое обучение руководителей: высокопрофессиональных; компетентных в социальных, теоретических и экономических вопросах, с наивысшим чувством ответственности за результаты деятельности организации.

Изменения, происходящие в работе руководителя, такие как устойчивая организационная структура и устоявшиеся процессы, на сегодняшний день является недостатком, потому что пассивная организация не позволяет своевременно реагировать на изменения требований рынка. Поэтому, их нужно не только предвидеть, но и среагировать на них.

Характерный рыночный риск и неопределенность ситуаций запрашивает от руководителя самостоятельности и ответственности за принятые решения,

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г

способствует нахождению лучших организационных и научно-технических решений относительно новшеств. Руководителю любого уровня предъявляют высокие требования, такие как:

- наличие общих знаний в сфере управления организацией;
 - компетентность в вопросах связанных с технологией производства | 92
- любой отрасли, к которой относится организация по виду и характеру деятельности;
- навыки анализировать деятельность и действия фирм-конкурентов;
 - умение предвидеть тенденции развития хозяйственной деятельности, спроса, мер государственного регулирования экономики не только в своей стране, но и в других странах мира, на рынках которых организация стремиться повысить или остаться на своих позициях.

Список литературы

1. Альберт М., Мескон М.Х., Хедоури Ф., Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: «Дело», 2007.
2. Вершигора Е.Е. ,Менеджмент: Учеб. пособие. - М.:ИНФРА-М, 2009.
3. Виханский О.С., Наумов А.И., Менеджмент: Учебник.- М.: Гардарики, 2003.
4. Герчикова И.Н., Менеджмент: Учебник.- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТИ, 2002.

МУЛЬТИМЕДИА – ОТВЕТ НА ИЗМЕНЧИВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ АУДИТОРИИ, ИЛИ ПРИМЕНЕНИЕ DIGITAL СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Панченко А.Д.,
бакалавр кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,
Ободец Р.В.,
д. э.н., доцент кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк

Сейчас мы через Интернет, электронную почту, через телевизионную кабельную сеть или просто на компакт-диске можем с одинаковой легкостью получать доступ к текстовой, визуальной и звуковой информации. И это уже не просто способ передачи информации. Это среда, в которой видео становится продолжением текста, а звук иллюстрируется картинками. Еще несколько лет назад интернет-маркетинг казался чем-то новым и необычным, для многих этот термин вовсе не был понятен. На сегодняшний день практически каждая

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

компания имеет в штате специалиста, способного эффективно организовывать рекламные акции, анализировать деятельность конкурентов и способствовать улучшению имиджа компании в сети. Современная действительность демонстрирует, что капитал исчисляется не деньгами, а интересом и лояльностью людей. Поэтому знаний в интернет-маркетинге уже мало – наступает новая эра – digital маркетинга. | 93

Digital маркетинг (цифровой или интерактивный маркетинг) – это использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда [1].

Что касается стратегии Digital маркетинга, то в действительности она требует от аудитории еще большей вовлеченности, чем газеты и тем более телевидение: «Потребитель мультимедийного текста активен, так как потребление продукта требует от него не только «пассивного усвоения материала», но и разработки логики неких собственных действий, необходимых для получения той или иной информации». «Цифровые» технологии позволяют идентифицировать человека, показать его уникальность и отличие от других.

Это использование телевиденья, радио, интернета, социальных медиа и других форм. Уже разработаны ряд техник, позволяющих достигать целевую аудиторию даже в оффлайн среде (приложения в телефонах, sms/mms, рекламные дисплеи на улицах и т.д.). Кроме того, digital-маркетинг начинает широко использовать и традиционные виды рекламы, основная задача которой «захватить» внимание аудитории и перетянуть ее в виртуальный мир. Самый наглядный пример – QR коды в рекламных плакатах и журналах [2].

Интерактивный маркетинг определенно обладает потенциалом к решению ряда задач, которые в данный момент кажутся непреодолимыми для традиционных медиа:

- повышение информативности масс-медиа;
- удовлетворение большего количества потребностей аудитории;
- повышение рентабельность проекта и сокращение сроков его инвестиционной окупаемости [3].

Как пишет журнал iBusiness, 90 % онлайн-ритейлеров уже разработали свои мобильные стратегии. Количество подписчиков страницы BMW - около 6,7 миллионов. Посты от участников публикуются каждые 2 минуты. К записям от имени бренда оставляют не менее 5 тысяч лайков. В среднем, на 1 пост от лица администрации страницы приходится 20-30 постов поклонников BMW.

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г

Во время «Парижского автосалона» 2014 года, для того чтобы пригласить больше поклонников марки для осмотра стенда BMW и его новых эксклюзивных моделей, маркетологи разработали отправку нотификации «push» через приложение марки. Таким образом, если люди зарегистрировались в мобильном приложении, они получали персональное приглашение на салон, что было очень успешным ходом для рекламы марки. | 94

Мобильных устройств в России насчитывается больше, чем людей. 99 % населения страны в возрасте 14-65 лет имеют по крайней мере один мобильный телефон, в обращении находится 225 млн SIM-карт.

Согласно материалу, опубликованному офисом Instagram в январе 2013 года, масштаб цифрового феномена настолько велик, что каждый день более 40 миллионов фотографий публикуются посредством 90 миллионов пользователей. Каждую секунду отправляется 8500 «love» и более, чем 1000 комментариев. В мае 2012 года 1 миллиард фотографий было сделано при помощи Instagram, 5 миллионов было опубликовано в социальных сетях (приблизительно 60 изображений в секунду).

На сегодняшний день один из самых распространённых методов покупки – шоппинг онлайн, вошёл в новую эру социального и медийного интерактива: группа «Thirdsight» разработала программу распознавания эмоционального состояния, поступков посетителей, а также их возраста и пола посредством веб-камер. Это позволяет рекламодателям предложить персонализированную рекламу потребителям. Программа анализирует лица людей в реальном времени и предлагает на экране рекламный ролик, например, девушкам – косметических средств, мужчинам – пены для бритья. Благодаря новым технологиям марка может делать промо-акции через геолокацию: например, если клиент проходит мимо магазина (ресторана, кафе), он получает уведомление о том, что именно в этом магазине на данный момент проходит специальная акция. Более того, он может получить маршрут до нужной точки относительно его местоположения. При условии приобретении товара через несколько дней клиент получает ряд вопросов о его покупке и мнении, ответив на которые в социальных сетях, он получает скидку на следующую покупку.

Forrester Research объявил в 2013 году что – 65 % маркетологов используют мобильный маркетинг, а – 45 % из них уже проводили рекламу марок через мобильный «e-mailing». Также, за последние 5 лет, исследования показывали, что бюджет компании на маркетинговую геолокацию увеличился в 3 раза.

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Практика и высочайшие результаты деятельности многих компаний показывает, что в современных условиях именно функция Digital -менеджмента – создание набора функциональных, эмоциональных и самовыразительных обещаний целевому потребителю, которые для него являются уникальными и значимыми и отвечают его потребностям наилучшим образом – остается основной и наилучшим образом воплощается в том числе в глобальной сети. Эффективные сайты компаний – концептуальные, инновационные и вызывают чувства у клиента. Эффективные видеоролики – эмоциональны, их главная цель – привлечь потребителей и вызвать у них интерес к вещам, которые они будут готовы приобрести и порекомендовать друзьям. Эффективные многофункциональные магазины – сочетание стиля, креативности и эмоций. Эффективная реклама – поддержание стиля и образа реальной марки посредством виртуального мира. Эффективный бренд – мультиэкранный, который существуют в реальном мире, но дополняется через мобильное приложение или другую digital-технологии [4]. | 95

Таким образом, можно предположить, что тенденции в развитии digital сферы будут направлены на создание новых видов взаимодействия с аудиторией. Последние два слова являются ключевыми в понимании сути этого направления. Впервые, в истории появилась такая возможность взаимодействия, когда сами потребители могут создавать продукт, такой – какой они хотят получить. Говорить то, что думают – и быть уверенными, что их услышат. Теперь даже маленькая компания с уникальным и интересным продуктом, без особых рекламных бюджетов может за считанные минуты донести свое сообщение до миллионов потенциальных потребителей, и стать крупной корпорацией. Мы за день потребляем информации больше чем наши предки за год жизни. Мир стал быстрее, мир стал прозрачнее, мир стал интереснее.

Список литературы

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.den-za-dnem.ru/page.php?article=791>
2. Digital маркетинг – что это такое, и с чем его едят? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lib.tsu.ru/win/produkcija/metodichka/6_6.html
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под. ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010. С. 20
4. Казнина О.В. Современные методы продвижения бренда: Digital-брендинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/article-79s1.html>

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В HR МЕНЕДЖМЕНТЕ

Пикалова И.И.,

бакалавр кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Дорофиев В.В., | 96

д.э.н., профессор кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Человеческий ресурс (HR) является важной составляющей любого бизнеса. Менеджер, который имеет в своей команде персонал или постоянно взаимодействует с другими людьми, занимается отбором необходимых кадров для реализации проекта (работ/услуг), понимает насколько важно построение эффективного коммуникационного процесса.

Время является тем чрезвычайно важным фактором, который заставляет постоянно стремиться к усовершенствованию бизнеса упрощению процессов, которые его сопровождают, деловых коммуникаций и т.п. Сегодня информационные технологии активно развиваются и основная информация находится именно в виртуальном виде или в сети Интернет. Поэтому актуальным является рассмотрение новых технологий, которые появились в Интернете и как они могут повлиять на технологии управления в менеджменте.

Технология менеджмента – это система методов эффективного управления, определенные методы сбора и обработки информации, разработка и внедрение систем контроля, определенные принципы управления персоналом [3].

Требования к управлению персоналом возникают в результате постоянного увеличения размеров предприятия, сложностью технологии, необходимостью владения управленческими навыками. В современных условиях все решения по финансовым, организационным и экономическим вопросам подготавливаются и вырабатываются профессионалами в области организации управления, которые осуществляют также наблюдение и контроль за выполнением принятых решений [3].

Целью технологии управления является оптимизация управленческого процесса, рационализация его путем исключения таких видов деятельности и операций, которые не являются необходимыми для достижения результата [3].

Основная функция технологии управления состоит в обеспечении научной и функциональной взаимосвязи процессов управления с конкретными

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

управленческими технологиями, способствующими реализации функций управления. В связи с этим важно формировать мышление нового типа менеджеров, ориентация его на аналитическую и инновационную деятельность, а именно ориентация на облачные технологии, которые с каждым годом всё более укрепляются в нашей жизни [3].

| 97

Для такого менеджера выстраивание эффективных коммуникационных связей между персоналом является одной из главных составляющих успеха в бизнесе, а технологические прорывы в мире способствуют этому. Среди них можно выделить следующие HR технологии внедрение которых планируется начиная с 2016 года [2]:

1. Сдвиг от систем учета к системам вовлечения.

Изначально HR системы были предназначены для сбора, хранения и управления данными о работниках. В системах шло управление вознаграждением, хранились данные о работниках, данные управлению эффективностью, обучения, отпусках и рабочем времени. Эти системы использовались HR менеджерами. Теперь пользователями HR систем являются сами работники. Теперь HR системы самообслуживания, которые должны быть простыми и удобными в использовании. Весь спектр задач, который раньше был «на бумаге», теперь переносится в online.

Обучение работников должно быть полностью интегрированным в их работу – а не тогда, когда у них появляется время, желание или необходимость. Это должно стать нормой, которая будет постоянно давать стимул к развитию. Тем самым происходит глобальный сдвиг – от «системы учёта» к массовой «системе вовлечения».

2. Мобильно все.

Согласно исследованиям Kleiner Perkins в М мире работают 5,2 миллиарда мобильных устройств, 1,6 миллиарда смартфонов, только 789 миллионов ноутбуков и 743 настольных компьютеров. Это значит, что ваши сотрудники пользуются интернетом в 2-5 раз чаще через телефон, чем через компьютер. Это означает, что мобильные средства, в частности Интернет, занимают передовое место. Мобильные приложения малы, имеют простые механизмы считывания, быстры и эффективны, а самое главное работают в один два клика.

Преимущества HR приложений на мобильных устройствах очевидны:

- менеджерам, консультантам, сервисным работникам достаточно лишь мобильного приложения для учёта рабочего времени и контроля;
- онлайн обучение, которое можно проходить где угодно;

- справочник сотрудников, через который можно мгновенно написать связаться с нужным человеком или справочник целей, задач, идей, проектов, в которых делаются заметки;

- внутренние коммуникации, обратная связь и вовлеченность персонала: бизнес требует постоянного взаимодействия: исследования Adobe | 98 показали, что обратная связь от работников возрастает в пять раз, если проводить исследования через мобильные телефоны. И возникает необходимость связаться с коллегами – это сделать проще через, например, через конференцию на мобильном телефоне, чем через долгие корпоративные собрания.

3. Решения, основанные на аналитике и науке.

Характеристики работников, показатели деятельности, обучения и развития, оценки персонала – эти данные синхронизированные с данными в режиме реального времени, дают компании отличную возможность принимать решения, например: кого принимать на работу, как улучшить показатели продаж, как увеличить удовлетворенность клиента, как снизить расходы на персонал и т.д. Таким образом, сегодня HR системы должны быть не просто системами по анализу данных, но системами по принятию решений на основе данных.

4. Системы становятся все более системами режима реального времени.

Многие провайдеры предлагают инструменты признания в режиме реального времени, что сразу показывает «престижность» признаваемых сотрудников и «вознаграждает» их. Этот инструмент оказывает критичное влияние на вовлеченность работников, а вовлеченность становится важной темой управления руководства компании. Так же с помощью мобильных телефонов мы можем получить информацию о локации работников. Так, одна компания установила, что инженеры, которые сидят за обеденными столами большого размера, более производительны.

5. Драматические изменения в управлении эффективностью и управлении талантами

Новое поколение инструментов управления эффективностью включает в себя регулярный онлайн контроль, прозрачность в постановке целей, agile (эластичный) менеджмент и социальное признание. Сам подход к отбору кадров меняется. Привычным стал метод «чёрного ящика», когда на высшем уровне определяется к какой группе сотрудник может быть отнесён: хороший работник или тот кто требует дополнительного развития. Исследования показали, что данную информацию надо доводить до ведома работников,

СЕКЦИЯ 2 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ: КРЕАТИВНОСТЬ И РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

давать им обратную связь. Так, HR системы должны включать в анализ не только показатели деятельности, но навыки, способности, личностные черты.

6. E-learning системы меняются.

Одна из самых старых HR технологий – the learning management system. Была первоначально разработана как система управления расписанием занятий | 99 проводимых в сети. Новые LMS интегрируют процесс обучения с процессами управления талантами и управления эффективностью, включают интегрированный контент и экспертизу менеджмента. Они часто имеют «движки» коллаборации и рекомендаций. Например, менеджер выходит на сделку в несколько тысяч долларов, но не имеет соответствующего сертификата для ее проведения. Система сама предлагает соответствующий курс для получения сертификата.

7. Провайдеры с экспертизой в новых технологиях будут иметь конкурентные преимущества.

Облачные технологии, технологии плоских пользовательских интерфейсов, мобильных приложений, продвинутых аналитик – это все стандарты новых стартапов. Пример компании WhatsApp. Она заработала свои деньги не за счет всевозможных дополнительных функций, а как раз наоборот. Их решения направлены на облегчение коммуникаций. HR провайдерам надо сделать тоже самое.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что будущее стоит за технологиями связанными с Интернетом и мобильными средствами. Вскоре каждая компания, её менеджеры и сотрудники будут одинаково задействованы в информационный процесс коммуникаций. Этому будут способствовать новые технологии, которые помимо сухого накопления информации будут способны анализировать, предлагать рекомендации и постоянно обучать новым востребованным знаниям. Данные технологии в значительной степени могут повлиять на управление в менеджменте, так как взаимодействие сотрудников, обратная связь, а, следовательно, и непрерывный контроль и корректировки в процессе деятельности помогут сделать бизнес-процессы более эффективными и простыми в использовании.

Список литературы

1. Маслова В.М. Управление персоналом // 2-е изд., перераб. и доп. - М.: 2015.
2. Электронный ресурс – [http://www.hr-agent.ru/cgi-bin/hr_agent/index.pl?text=clist&c=254] – «Агентство персонал-технологий» - Технологические прорывы в работе с персоналом
3. Электронный ресурс – [http://infomanagement.ru/lekciya/Tehnologia_upravleniya] - «Основы менеджмента» - Технология управления

**КОРПОРАТИВНЫЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ: НА ПУТИ К
СТАНОВЛЕНИЮ НОВОГО КОРПОРАТИВНОГО СТАНДАРТА**

Брикес В.А.,

магистр кафедры менеджмента непроизводственной сферы, | 100
*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Сейчас, когда происходят изменения в мире очень важно не забывать то, что происходит внутри организации. Поэтому, для того чтобы организация успешна смогла конкурировать на рынке, создавать новую продукцию, необходимо организовать такой процесс, который поможет организации не отставать от своих конкурентов и даже выйти на новый уровень. Поэтому, с началом нового тысячелетия появляется новая дисциплина, как тайм-менеджмент. Она учит как можно правильно организовать свое время. И поэтому в последствии появляется новое понятие, основанное на управлении временем и организацией труда персонала, как корпоративный тайм-менеджмент. Который позволит организации добиться успеха, при правильной организации времени всеми работниками, включая и высшее руководство, что позволит лишнее время потратить с умом.

Целью данного исследования является то, что как правильно организовать корпоративный тайм-менеджмент в организации, для того чтобы организация могла как наиболее эффективно работать, затрачивая меньше времени на ненужную работу и повышения благоприятного климата в организации.

Руководители многих организаций задумываются над важностью правильного управления личным временем. Понимая это – происходит осознание потребности внедрении технологий корпоративного тайм-менеджмента в организации.

Понятие корпоративного тайм-менеджмента было затронуто в монографии Глеба Архангельского в 2003 г. «Организация временем: от личной эффективности к развитию фирмы». С этого момента считается началом понимания идеи внедрения технологий централизованного корпоративного тайм-менеджмента многими руководителями компаний.

Если мы вспомним слова американского ученого П. Друкера, то он говорил, что задача менеджмента XXI в. – это нужно научиться управлять эффективностью управленческого и творческого труда. Поэтому, на мой взгляд,

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

это и придерживается Глеб Архангельский при написании своих трудов в области управления временем [1].

Корпоративный тайм-менеджмент является не иначе, как инструментом построения всей системы работы организации, что позволяет как можно эффективней использовать время каждого работника организации. Не секрет в том, что большинство менеджеров высшего звена берут на себя большой объем работы. Поэтому на плечи работников возлагается больше полномочий, нежели прежде до этого. В результате чего происходит понимание того, что главной задачей в сложившейся ситуации это поиск резервов времени. Тайм-менеджмент относят к науке о управлении временем, но если вспомнить, что нам говорили в школе, время – это относительное понятие и им невозможно управлять. Мы можем заниматься только управлением деятельности самой организации и ничем более. Если мы грамотно поставим цели и задачи, умело оперировать бизнес-процессами, четко рассчитаем время на выполнение всей задач, тогда это и будет ключевыми элементами тайм-менеджмента, что приведет к успешному функционированию нашей организации. | 101

Существует несколько факторов, которые в свою очередь предопределяют потребность внедрения корпоративного тайм-менеджмента, а именно:

1. Происходит быстрый рост темпа изменения в экономической среде, что приводит к тому, что происходит передача сотрудникам организации большего объема полномочий, принятие решений самостоятельных в оперативном управлении и тем самым на этом фоне самостоятельно планировать и организовывать свою работу.

2. Также происходит увеличение удельного веса нематериальных активов в стоимости организации. Успех большинства организаций происходит за счет эффективной работы ведущих топ-менеджеров и специалистов. При этом затрудняя внешний контроль за работой сотрудников, которые имеют творческий характер, но тем самым повышают востребованность самостоятельной организации таких работников к своему делу.

3. Уже давно считается нормальной практикой создание новых видов продукции, выход на новые еще неизвестные рынки, внедрение новых технологий и систем управления организацией. Для ведущих топ-менеджеров и специалистов компании, также происходит рост количества решаемых задач, что в свою очередь требует поиск дополнительного времени для новых проектов, что даст возможность организации развиваться [3].

Корпоративный тайм-менеджмент – это совокупность технологий «встраивания» методов тайм-менеджмента в систему управления организацией.

Исходя из этого, можно сказать, что персональный тайм-менеджмент работников организации является инструментом повышения корпоративной эффективности.

| 102

Корпоративный тайм-менеджмент строится на двух подходах, а именно: на личном тайм-менеджменте и корпоративной организации труда. Для внедрения тайм-менеджмента в организацию необходимо ответить на вопрос: «Как повысить управляемость фирмы и сотрудников, не потеряв при этом преимуществ, которые дают свобода и инициатива людей?».

Для того чтобы внедрить корпоративный тайм-менеджмент в организацию, необходимо предварительно следует изучить, как на данный момент построен рабочий процесс в организации, как распределяют сотрудники свое рабочее время. После того, как будут получены результаты по проведенному исследованию, можно заняться оптимизацией временных затрат, определить и затем решить основной вопрос, что делать неэффективным расходом времени сотрудников. В данном случае корпоративный тайм-менеджмент предполагает проведение специальных тренингов для сотрудников организации, на которых персонал организации может научиться управлять своим временем, организовывать свое рабочее время наиболее эффективно.

После обучающих тренингов, семинаров сотрудников и изучения проблем связанных с организацией рабочего времени необходимо создание корпоративных стандартов. Корпоративный тайм-менеджмент можно выразить в виде корпоративных стандартов, в результате чего под ними понимается введение регламентов, подкрепляемые определенным рядом санкций, при этом оперирование общим понятийным аппаратом, который обеспечивает корректность и правильность постановки задач при условии приоритетности и срочности их, корпоративные стандарты планирования и отчетности, формализация процедур согласования и пр. При этом корпоративный тайм-менеджмент должен учитывать опыт самостоятельной организации более успешных сотрудников организации, который может служить как эталоном для других сотрудников.

Организация, которая внедрила корпоративный тайм-менеджмент получает в результате большую отдачу в виде возрастания эффективности работы работников и всех подразделений организации. Так, отделы, работающие с клиентами меньше будут тратить время на второстепенные операции, что в итоге получается возможность прогнозировать деятельность

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

внутренних отделов. И это дает возможность сократить объем получаемых стрессов работниками во время работы и нормализовать рабочую атмосферу среди них [2, 3].

Для эффективного управления организацией в наше время необходимо правильное распределение рабочего времени всеми сотрудниками. Поэтому сейчас в научный обиход входит понятие корпоративного тайм-менеджмента. Корпоративный тайм-менеджмент – это совокупность технологий «встраивания» методов тайм-менеджмента в систему управления организацией. Следовательно, если корпоративный менеджмент – путь «сверху вниз», от построения системы к эффективности входящих в нее элементов, в частности, эффективному использованию времени сотрудника, то личный тайм-менеджмент – путь «снизу вверх», от персональной эффективности сотрудников к повышению эффективности подразделения или организации.

Список литературы

1. Телегина Т.В. Конспект лекций по дисциплине «Тайм-менеджмент» [электронный ресурс] : для учеб. пособие для студентов специальности «Управление человеческими ресурсами» / Т.В. Телегина. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2009. Режим доступа: http://e-biblio.ru/book/bib/06_management/Time-manag_CEO/hb.html.
2. Блог Тимура Асланова. Понятия и термины: Корпоративный тайм-менеджмент. Режим доступа: <http://supersales.ru/terminy-i-opredeleniya/korporativnyj-tajm-menedzhment.html>.
3. Ахангельский Г.А. Корпоративный тайм-менеджмент: Энциклопедия решений. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 160 с.

УПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНЫМИ КЛУБАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Гридина Н.А.,

*аспирант кафедры менеджмента непродуцированной сферы,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Отсутствие стабильности экономической обстановки на современном этапе заметно понизило возможности государства и других субъектов экономической деятельности в дальнейшем формировании и финансировании отрасли физической культуры и спорта (ФКиС).

В связи со сложным экономическим положением, нестабильным и невысоким доходом населения, возникли многочисленные проблемы в

деятельности спортивных клубов региона. Высокий процент квалифицированных специалистов по различным причинам покинули территорию республики. Физкультурно-спортивные организации, основанные как на бюджетном, так и на частном финансировании, оказались в кризисном положении.

| 104

Для удовлетворения потребностей населения в регулярных занятиях физическими упражнениями возникла необходимость в новых эффективных механизмах и формах управленческой деятельности в системе физической культуры и спорта, обеспечивающих спортивные учреждения бизнес-планами и строго контролирующими условия их выполнения.

Цель исследования – совершенствование управленческой деятельности спортивных клубов с учетом современных достижений менеджмента.

Деятельность спортклубов, несомненно, относится к сфере услуг для населения, в связи с чем, главное – это интересы занимающихся. Одна из новых тенденций – это значительное увеличение количества спортклубов, усиление конкуренции в поисках «своего» клиента, повышение требований к качеству работы. В данной ситуации клуб может выжить лишь при рациональном управлении [1].

Выявлено, что потребителями услуг спортклубов являются клиенты разного возраста, заботящиеся о своем физическом состоянии и имеющие для этого определенные денежные средства. Анализ иерархии мотивов занятий в спортклубе свидетельствует, что у посетителей материальные стимулы не являются доминирующими, на ведущие места выходят вопросы получения удовольствия от занятий, укрепления здоровья, улучшения форм и пропорций тела, активный отдых и мероприятия восстановительного характера.

Проведенный анализ показал, что в клубах необходимо увеличивать перечень предоставляемых услуг, внедрять инновационные формы спортивных и оздоровительных занятий, шире применять методику индивидуальных занятий, позволяющую реализовать личные запросы клиентов и регулярно использовать социальную рекламу для привлечения к занятиям различного контингента занимающихся.

Постановка вопроса о формировании механизма управления спортивными клубами обусловлена необходимостью повышения экономической эффективности организации, определения реальных возможностей содействовать деятельности организации, структурным изменениям с наименьшими издержками. Для этого требуется анализ

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

деятельности клуба, объективная оценка имеющихся ресурсов, разработка путей развития организации на основе специальных знаний [2].

Проблема формирования кадров и управления ими представляется одной из важнейших целей спортклуба и представляет собой разработку конкретных действий по управлению штатом сотрудников, направленных на решение | 105
ключевых задач клуба. Грамотно разработанная кадровая политика позволяет структурировать всю деятельность персонала в целостную систему, которая в дальнейшем будет направлена на увеличение его производительности труда и результативность деятельности клуба.

Инновационный подход к профессиональной подготовке управленцев в сфере физической культуры и спорта с учетом требований рыночной экономики предполагает современную модель специалиста (рис.1).

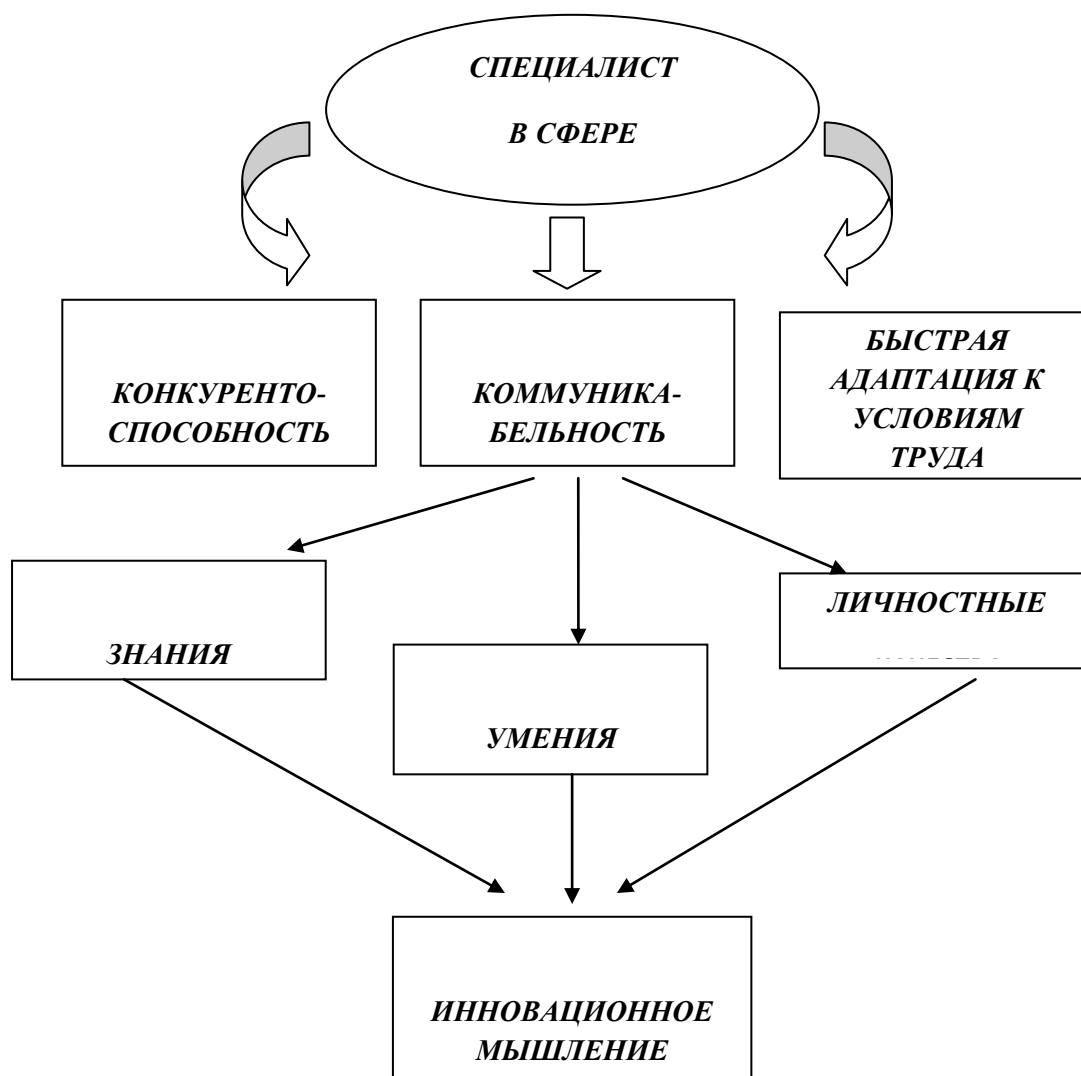


Рис. 1. Современная модель специалиста в сфере ФКиС.

Несмотря на разнообразие спортивных клубов, способы их организации и управления довольно единообразны. Организационная структура управления, как правило, состоит из дирекции, руководителей среднего звена, младших менеджеров и служащих. Такая структура называется линейно-функциональным типом структуры управления [3]. Управляющие, в основном, | 106
занимаются стратегическими вопросами развития бизнеса и анализом основных показателей, однако практически не придают значения концептуальным подходам к изучению маркетинга, управления персоналом, построения системы продаж в новых социально-экономических условиях.

Для успешного функционирования спортклубов в условиях нестабильности необходимо, чтобы работники были готовы к активной экономической, управленческой, маркетинговой деятельности, направленной на привлечение к занятиям значительной клиентской базы.

Руководство спортивным клубом предполагает:

- разработку бизнес-планов и контроль по их выполнению;
- формирование профессиональной команды, обучение и развитие сотрудников;
- знание стандартов сервиса;
- обеспечение соблюдения регламентов и стандартов клуба сотрудниками;
- знания в области экономики и финансов;
- тактическое и стратегическое мышление.

Особую значимость в разработке структуры клуба имеет внедрение стратегической программы, составленной руководством клуба совместно с экономическим, финансовым и рекламным отделами данной организации.

Вопросы управления спортивными клубами на современном этапе недостаточно решены и требуют к себе повышенного внимания. В экономически нестабильных условиях рынок спортивных услуг нуждается в опытных управленцах, способных грамотно спрогнозировать и провести ряд мероприятий для привлечения всех категорий населения с разными спортивными интересами и с разными доходами.

Список литературы

1. Волков Алексей Владимирович. Управление деятельностью частных спортивных клубов: автореферат дис. ... кандидата педагогических наук: 13.00.04. – Санкт-Петербург, 2004. – 20 с.
2. Боткин О.И., Касимов Р.Х., Литвин А.В. Экономические проблемы деятельности спортивного клуба // Вестник Удмуртского университета: экономика. Ижевск. УдГУ, 2003. – С. 236-242.

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

3. Жолдак, В.И. Управление в сфере физической культуры и спорта / В.И. Жолдак, В.Н. Зувев. – М.: Изд-во «Вектор Бук», 2009. – 329 с.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

| 107

Гусак А.С.,

*к.э.н., доцент кафедры туризма,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Развитие туризма в Донецкой народной республике в настоящее время определяется как переход к новому состоянию, связанный с существенными структурными изменения в обществе. В условиях формирования рынка туристических услуг в регионе важное значение приобретает выбор эффективных форм организации бизнеса в условиях конкурентной среды. Как свидетельствует мировая практика, одним из эффективных методов организации бизнеса для начинающих фирм являются франчайзинговые отношения. Сущность этих отношений заключается в том, что компания (франчайзер) передает другой фирме (франчайзи) за вознаграждение право на производство продукции, торговлю товарами и предоставление услуг под торговой маркой франчайзера по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, при этом франчайзер оговаривает правила ведения бизнеса в соответствии с условиями договора франчайзинга [1]. Для региональной экономики эта форма ведения бизнеса является относительно новой, но как показывает зарубежный опыт, франчайзинг может создавать условия для эффективной работы региональных турфирм и укрепления своих позиций на рынке туристических услуг с учетом накопленного опыта франчайзера.

Целью работы является разработка предложений по формированию франчайзинговых отношений в условиях становления регионального рынка туристических услуг.

По данным FRANDATA Corporation, сферами экономики, в которых франчайзинг получил на сегодняшний день наибольшее распространение, являются заведения фаст-фуда – около 20 % общемирового количества франчайзи, розничная торговля (в том числе продуктами питания) – 15 %, сфера услуг (в том числе спортивных и туристических) – около 12 %, автомобильные перевозки и обслуживание - 8 %, строительство – 7 % [2].

Обращение к услугам франчайзи обосновано тем, что он, как правило, более точно знает особенности местного рынка, что позволяет ему эффективно реализовывать практический опыт, наработанный франчайзером. В результате договор франчайзинга позволяет обеим сторонам договора повышать прибыльность своего бизнеса и сокращать коммерческие риски. Финансовые отношения между франчайзером (правообладателем) и франчайзи (правопользователем) базируются на основе выплаты правопользователем первоначального взноса (покупка франшизы), фиксированных единовременных платежей (паушальных взносов), фиксированных регулярных взносов. Размеры этих выплат зависят от вида франшизы, компании правообладателя и объемов ее продаж турпродукта, востребованности на рынке, состояния конкуренции на рынке туристских услуг и других факторов. Эффективность франчайзинговых договорных отношений в сфере туризма зависит от критериев оценки эффективности правообладателя (рис.1) | 108



Рис.1 Критерии оценки эффективности правообладателя

Создание условий для реальной конкуренции франчайзинговых систем с традиционно сложившимися механизмами реализации туристических услуг обуславливает необходимость формирования в регионе соответствующей

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

нормативно-правовой базы. Это связано с тем, что в договорных отношениях стороны франчайзингового договора могут выступать представители разных стран, и для повышения эффективности и развитие франчайзинга в регионе эти отношения должны быть подкреплены серьезной правовой базой. Разработка нормативно-правовой базы, законодательное закрепление поддержки франчайзинговых отношений позволит создать благоприятные условия для формирования эффективного конкурентоспособного туристического рынка, обеспечивающего широкие возможности удовлетворения туристско-рекреационных потребностей населения региона. | 109

Важным условием развития франчайзинговых отношений в регионе является создание благоприятной организационной и экономической среды для развития туризма с учетом интересов региональных туристических фирм и предприятий туристической индустрии, работающих за пределами республики и имеющих наработанную модель бизнеса в сфере туризма. Одним из направлений решения этой проблемы является разработка нормативно-правовой базы, которая позволит повысить эффективность и развитие франчайзинга в регионе и обеспечить прозрачность этой системы и ее элементов.

Список литературы

1. Колинченко М.В. Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития сферы услуг // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. - №3. - С. 70-78.
2. Землянская Н.А., Кузнецов В.И. Франчайзинг как механизм формирования стратегии развития туризма в современной России // [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/6265.pdf>

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Климова П.А.,
*аспирант кафедры менеджмента в
производственной сфере,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г.Донецк*

На сегодняшний день в научных кругах широко обсуждаются вопросы, связанные с социальной ответственностью. По мнению некоторых ученых, социальная ответственность предприятия должна не просто декларироваться в устной форме, но и быть закреплённой в виде локальных нормативных актов.

Кроме того, ее необходимо планировать, как любой другой вид деятельности предприятия. Функционирование в условиях социально-экономической нестабильности обуславливает осознание все большим количеством предприятий необходимости перехода на принципы устойчивого экономико-экологического и инновационного развития, стратегии которого смогли бы нивелировать негативные последствия, а также максимизировать имеющиеся и потенциальные преимущества глобализации. | 110

Само понятие устойчивого развития, по мнению международной Комиссии ООН по окружающей среде и развитию, означает «развитие, которое удовлетворяет потребности нынешнего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности» [1].

Сформулированная в середине 70-х годов XX века концепция корпоративной социальной ответственности включает в себя ряд ключевых принципов и положений, реализация которых содействует устойчивому развитию предприятий, расширяет их возможности для эффективного бизнеса, усиливает их конкурентные позиции [2].

Интеграция принципов корпоративной социальной ответственности в стратегию устойчивого развития предприятий в условиях глобальной финансово-экономической нестабильности открывает возможность для них сосредоточиться на главных приоритетах деятельности, сместить акценты в самой социальной стратегии и включить в нее ряд антикризисных мероприятий, соединить социальные аспекты с экономическими приоритетами. Кроме того, такой подход позволяет просчитать собственные потенциальные конкурентные преимущества, которые возникают в результате инвестирования в социальные программы и проекты [3]. Предприятия, которые внедряют в свою деятельность принципы корпоративной социальной ответственности, смогут сохранить доверие потребителей и общества в сложных кризисных условиях.

Следует отметить, что формирование стратегии устойчивого развития потребует от предприятий трансформации системы менеджмента, изменений в реализации принципов корпоративного управления и социальной ответственности, а именно:

1. Включение стратегических и тактических мероприятий социальной ответственности в стратегию развития предприятия (постепенная реализация на практике международных инициатив по вопросу корпоративной социальной ответственности).

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

2. Внедрение политики ответственного отношения предприятия к своим работникам.

3. Вовлечение в реализацию принципов устойчивого развития всех групп заинтересованных сторон (акционеров, работников, потребителей, финансово-кредитных учреждений, органов государственной власти, инвесторов).

| 111

Таким образом, если предприятие рассчитывает на стабильную работу в долгосрочной перспективе, ему необходимо разработать стратегию устойчивого развития, базирующуюся на принципах корпоративной социальной ответственности.

Список литературы

1. Спільний європейський економічний простір: гармонізація мегарегіональних суперечностей: монографія. За ред. Д.Г. Лук'яненко, В.І. Чужикова. – К., 2007. – С. 52.
2. Казакевич Г. Социальная ответственность: новые требования к бизнесу в постиндустриальную эпоху / Г. Казакевич // Персонал. – 2012. – № 2. – С. 72-78.
3. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність як конкурентна перевага розвитку сучасного бізнесу / В.М. Шаповал // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сб. научн. трудов. – Донецк, 2010. – Ч. III. – С. 189-193.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СИСТЕМ ЗА СЧЕТ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

*Курепина А.А.,
аспирант,*

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Создание СЭЗ является важным стратегическим решением для формирования привлекательных условий внутреннего и внешнего инвестирования и подъема регионов в сфере инновационной деятельности. В нашем регионе объективно назрела необходимость обеспечения сбалансированности инновационной и инвестиционной деятельности хозяйствующих систем в связи с тем, что сбалансированность инновационно-инвестиционных сфер экономики является непрямым условием интенсификации производства, повышения его эффективности, обеспечения достаточно высоких темпов роста и решения многих других важнейших

Материалы научно-практической интернет-конференции 12 апреля – 9 мая 2016 г.

социально-экономических задач. В свою очередь, свободные экономические зоны являются одним из самых эффективных способов, способствующих увеличению иностранных и отечественных инвестиций, которые будут направляться в инновационную деятельность.

Изучение современного состояния и особенностей функционирования свободных экономических зон в развитых странах на предмет возможности применения подобного опыта в регионе для обеспечения сбалансированности инновационной и инвестиционной деятельности хозяйствующих систем. | 112

Одним из самых эффективных современных макроэкономических инструментов привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику в целом и в инновационную деятельность, в частности, служит создание в той или иной форме особых (свободных) экономических зон, которые на сегодняшний день играют значимую роль в мировой экономике.

При всем разнообразии свободных экономических зон в мире и их теоретических концепций суть данного явления состоит в следующем: создание на определенном участке территории страны экономического оазиса, имеющего беспопшлинный или льготный режим ввоза и вывоза товаров и услуг, налоговые льготы, упрощенные административные процедуры, льготные условия для вложения иностранных инвестиций и тесно связанного с мировым рынком [1].

Мировая практика организации и функционирования специальных экономических зон свидетельствует, что они создаются для достижения разнообразных целей [2]:

- главной целью создания СЭЗ является более глубокое включение стран в процесс развития международного разделения труда;
- СЭЗ нужны также для насыщения внутреннего рынка заинтересованной страны высококачественной продукцией, в первую очередь импортозамещающими товарами;
- СЭЗ призваны обеспечить ускоренное внедрение в производство отечественных и иностранных научно-технических разработок с дальнейшим использованием их результатов во всей национальной экономике страны;
- обучение и подготовка квалифицированных рабочих, инженеров, хозяйственных и управленческих кадров;
- стимулирование экономического развития какой-то территории или конкретной отрасли производства;
- в отдельных странах СЭЗ рассматриваются как региональный метод модернизации экономики в условиях ее перехода от административных принципов функционирования к рыночным.

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

СЭЗ любого типа – особое территориально-хозяйственное и административно-территориальное образование. В различных странах мира используются самые разные обозначения СЭЗ. Так, в России и других странах СНГ чаще всего встречаются понятия «свободная экономическая зона», «зона свободного предпринимательства», «зона наибольшего благоприятствования в торговле», «свободная таможенная зона», «зона свободной торговли» и т. д. В Литве употребляется название «свободная экономическая зона», а также «зона свободного предпринимательства и торговли». В КНР широко распространена практика «специальных экономических зон», «открытых прибрежных городов», «районов экономического развития». На Украине, как и в КНР, приняты термины «специальная экономическая зона» и «специальная (свободная) экономическая зона». Южная Корея ввела в оборот понятия «зона свободного экспорта», «свободная зона», Турция – «зона свободной торговли», Японии – «технополисы». В развивающихся странах действуют «свободные промышленные зоны», странах Западной Европы – такие СЭЗ, как «портовые города» или «города-порты» [1].

Таким образом, свободные экономические зоны являются одним из самых эффективных способов, способствующих увеличению иностранных и отечественных инвестиций, которые в свою очередь будут направляться в инновационную деятельность. В странах с наиболее успешными реализованными проектами по созданию свободных экономических зон норма инвестиций в инновационную деятельность составляют – 35 % ВВП.

Всего в мировом экономическом пространстве существует порядка 25 разновидностей и функционирует около 2000 свободных экономических зон, в том числе более 400 зон свободной торговли, столько же научно-промышленных парков, более 300 экспортно-производственных зон, 100 зон специального назначения (эколого-экономических, оффшорных, туристических и т.д.) Ежегодный торговый оборот зон составляет 15 – 25 млрд. дол.

Большое впечатление от последствий создания СЭЗ оказывает опыт таких стран, как Сингапур, Китай, Ирландия.

Сингапур раньше был известен лишь своим портом и то благодаря расположению на перекрестке мировых морских путей. На протяжении последних нескольких десятилетий он превратился на высокоразвитое государство, которое во всех мировых рейтингах занимает самые высокие позиции. Сейчас это мировой финансово-банковский, торговый, транспортный, нефтеперерабатывающий, туристический и инновационный центр [3].

Сингапур является примером успешного развития так называемых "точечных" зон, ориентированных на экспорт товаров. Либеральный экспортно-импортный режим Сингапура позволяет рассматривать этот город-государство фактически как единую экспортно-производственную зону. Для организации экспортного производства правительство объявило ряд районов | 114 промышленными зонами, то есть территориями, полностью оборудованными для создания промышленных предприятий [4].

Благодаря успешному развитию СЭЗ и инновациям все последние годы Сингапур прочно удерживает ведущие позиции в различных международных рейтингах.

Сингапурское правительство уделяет большое внимание вопросам развития инновационной инфраструктуры и поддержке предпринимательства. В стране размещаются одни из лучших бизнес-акселераторов Азии, включая JFDI.Asia, который недавно привлек более \$ 2 миллионов инвестиций. Создаются новые уникальные программы акселерации международного уровня, такие как NaхAsia.

В настоящее время СЭЗ в КНР продолжают играть значительную роль в развитии местной экономики. В 2014 г. суммарный объем внешней торговли этих зон увеличился на – 14,7 % по сравнению с 2013 г. и составил 699,83 млрд. долл., в том числе экспорт – 394,98 млрд. долл. (+13,6 %), импорт – 304,85 млрд. долл. (+16,2 %) [3].

Следует понимать, что создание СЭЗ отнюдь не является панацеей от всех экономических болезней и стопроцентной гарантией быстрого экономического расцвета какой-либо территории. Особая зона всегда – инновационный проект с высокой степенью риска и значительной вариативностью конечных результатов.

Таким образом, при грамотной политике и учете специфики нашего региона, создание СЭЗ может способствовать увеличению инвестиций, ускорению научно-технического прогресса, росту выпуска наукоемкой продукции, что обеспечит сбалансированность инновационной и инвестиционной деятельности хозяйствующих систем. Позитивная роль создания СЭЗ для конкретного региона весьма значительная, поскольку:

– особые экономические зоны являются мощным катализатором социально-экономического, научно-технического и кадрового развития определенного региона, стимулирует создание новых рабочих мест и развитие высокотехнологичного промышленного производства;

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

- выступают одним из основных каналов обеспечения сбалансированности инновационной и инвестиционной деятельности;
- особые зоны представляют собой пример наиболее прогрессивных форм производства, управления и технологий;
- являются важнейшим инструментом в привлечении иностранных инвестиций и мобилизации местных экономических ресурсов.

| 115

Список литературы

1. Лешина И.Е. Предпосылки и цели создания свободных экономических зон. Проблемы и перспективы развития / И.Е. Лешина // Проблемы местного самоуправления. – 2014. - № 11. – С. 16-24.
2. Капустин А.А. Свободные экономические зоны: мировой опыт и российские перспективы / А.А. Капустин // Вопросы экономики. – 2006. – № 12. – С.5-12.
3. Мировая практика СЭЗ (по материалам World Economic Journal) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://daily-finance.ru/articles/2013-02-01/df/25280>.
4. Савин В.А. О свободных экономических зонах / В.А. Савин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. - №6. – С.23-31.

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕНЕДЖМЕТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДОНБАССА: МОДЕЛЬ 2015

Рыжикова В.И.,

бакалавр кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,

Лаврищева М.В.,

к.гос.упр., доцент кафедры менеджмента непроеизводственной сферы,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

В условиях современной нестабильности Донецк находится на этапе поиска путей становления и социально-экономического развития, требующего серьезных кардинальных перемен. Проблемы восстановления экономики Донбасса требуют незамедлительного решения. Среди основных проблемных вопросов наиболее актуальными выступают проблемы определения основных направлений научно-технической и инновационно-инвестиционной идей и решений восстановления экономики Донбасса. Первым и во многом решающим шагом в разработке таких стратегий является анализ и выбор наиболее эффективных имеющихся инновационных идей и решений, которые требуют незамедлительного участия в развитии экономики промышленного региона.

20-22 мая 2015г. В Донецке состоялся научный форум, с целью обсуждения приоритетных направлений научно-технического обеспечения, устойчивого развития Донбасса и формирование механизмов, повышения социально-экономической эффективности развития региона. Где была проведена Международная научно-практическая конференция «Инновационные перспективы Донбасса», в которой были опубликованы авторы и материалы исследований [1]. Однако, опубликованные исследования, включающие в себя эффективные решения и инновационные идеи, не были проанализированы. | 116

Анализ опубликованных и выбор наиболее перспективных идей и эффективных решений на Международной научно-практической конференции с позиции реформирования менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса.

Проанализировав из общего числа статей, которые опубликованы в Томе №7, можно выбрать наиболее эффективные, инновационные идеи и решения для развития экономики Донбасса [2]. Из них, самыми перспективными являются следующие публикации. Рассмотрим их в алфавитном порядке [3-6].

Гурий П.С. рассматривая концепции реформирования менеджмента под задачи нового индустриального развития Донбасса, проанализировал инновационный потенциал менеджмента как способность видеть необходимость нововведений, проектировать нововведения и успешно реализовывать их в практике управления, а также, инновационную культуру общества в качестве новых стратегических ресурсов развития регионов. Как утверждает автор, в сфере конкретной экономики она позволяет повышать эффективность внедрения новых технологий и изобретений

Автор Гурий П.С. рекомендует создать конкурентоспособный регион нового, следующего поколения, а для этого необходимо решить две задачи:

1. восстановить существующий разрушенный социально-экономический комплекс Донбасса-2015 в целостный социально-экономический комплекс индустриального Донбасса-2020;

2. трансформировать восстановленный индустриальный Донбасс-2020 в неоиндустриальный социально-экономический комплекс Донбасса-2030 [3].

Автор следующей статьи Загорная Т.О. рассмотрела сетевую форму реализации образовательных программ, где предложила перспективные направления международных образовательных программ и условия их реализации. Важной тенденцией в образовании является сетевая форма обучения, когда вуз выходит из собственных стен и образовательной средой

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

для студента могут стать ресурсы нескольких организаций как образовательных (в том числе иностранных), так научных и иных организаций, необходимых для внедрения новейших форм обучения.

1. Преподаватели и студенты могут расширять свой потенциал, опираясь на индивидуальные образовательные траектории и интегрированные формы и методы обучения. | 117

2. Сетевые формы реализации образовательных программ применяются в целях повышения качества образования, расширения доступа обучающихся к современным образовательным технологиям и средствам обучения, предоставления обучающимся возможности выбора различных профилей подготовки и специализаций.

Автор предлагает создать одноуровневые двойные программы, которые будут реализовываться как две образовательные программы разных направлений на одном уровне подготовки, при этом присваивается две степени по разным направлениям подготовки. [4].

Авторы следующей статьи В.А.Кулаков, В.Л. Гетьманская, рассмотрели управление развитием экономики Донбасса в условиях неопределенности, а также, проанализировали проблемы развития экономики Донбасса. Авторами были предложены пути поиска компетентных специалистов, а также уникальных идей для поднятия эффективности работы региона.

Несмотря на то, что Донбасс многие десятилетия был развитым промышленным регионом с развитой инфраструктурой, сейчас, в условиях выделения на его территории новой формы государственности – Донецкой народной республики, существует ряд проблем для его успешного развития. Главными проблемами стали физические разрушения зданий, сооружений, стратегических объектов во время боевых действий, вынужденное переселение жителей в более безопасные регионы, вплоть до переезда на постоянное место жительства в Украину, Россию, Беларусь и прочие страны, экономическая блокада региона. При этом наблюдается острая нехватка квалифицированных кадров, готовых восстановить инфраструктуру, культурные и стратегические объекты, «запустить» экономику Донбасса снова с учетом ориентации на новых партнеров.

Авторами предлагается разделить ресурс на сегменты по определенным признакам. Это может быть разделение по отраслям, по названиям организаций, по названиям профильных министерств. Пользователи сайта должны иметь возможность размещать свои предложения, уникальные идеи по организации, усовершенствованию деятельности в конкретном направлении,

предприятия на закрытой форме сайта.

Таким образом, появится возможность привлекать достойных специалистов не в сжатые сроки, когда «нужно было вчера», а получать качественный резерв кадров для развития экономики региона на протяжении всего цикла[5].

| 118

Инновационное развитие производства, выпуск новых товаров и услуг – вот в этом на данный момент нуждается наша экономика, но в социальной и политической сфере необходим профессиональный, ответственный и скрупулёзный подход. Поэтому, автор считает, что необходимо опираться на наследованные признаки народа, проживающего на территории Донбасса, на его социокультурное наследие, менталитет, традиции, память о предках, героических сражениях и победоносных войнах. Тогда задается вопрос: «Но есть ли у нас в данный момент возможность такого развития?». Автор Стрелецкий В.В. утверждает, имея опыт прошлых лет, можно сформулировать основные направления развития социально-политической сферы:

1. Построение демократии, это – не псевдodemократии, где власть в упор не видит и не слышит свой народ, а где власть находится в постоянном обоюдном контакте с обществом.

2. Недопущение использования власти как инструмента личного обогащения.

3. Построение управления государством на основе открытости, гласности и социальной справедливости.

А так как на данный момент Донбасс находится в состоянии войны и сильнейшей экономической блокады, то в этих условиях все силы необходимо направить в первую очередь на выживание и маломальское восстановление самой необходимой, инфраструктуры. Расходование бюджетных средств. Первоочередными должны быть выплаты пенсий, социальных пособий, зарплат работникам бюджетной сферы (эти люди являются настоящими героями, которые рискуя жизнью; продолжают лечить наших детей, проводить уборку улиц, восстанавливать повреждённые коммуникации), но по возможности необходимо проводить восстановление разрушенных предприятий, запускать производство раннее выпускаемой продукции, востребованной и необходимой на внутреннем рынке с одновременным выходом на рынок Российской Федерации, разработкой новых конкурентоспособных товаров и услуг, как для внутреннего потребления, так и ориентированных на внешние рынки[6].

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

Анализ инновационных идей и решений с позиции реформирования менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса позволяет сделать следующие выводы:

- наиболее сильной идеей является предложение поиска компетентных специалистов, а также уникальных идей для поднятия эффективности работы региона. При этом развивать и привлекать достойных специалистов для развития инфраструктуры, экономики и промышленного региона в целом;
- наиболее сильным решением является предложение создать первый конкурентоспособный регион нового, следующего поколения, при этом учитывая задачи:
- восстановить существующий разрушенный социально-экономический комплекс Донбасса-2015 в целостный социально-экономический комплекс индустриального Донбасса-2020;
- трансформировать восстановленный индустриальный Донбасс-2020 в неоиндустриальный социально-экономический комплекс Донбасса-2030.

Список литературы

1. Инновационные перспективы Донбасса, г. Донецк, 20-22 мая 2015 г. – Донецк: ДонНТУ, 2015.
2. Т. 7: Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса. – 2015. – 234 с.
3. Гурий П.С. Концепция реформирования менеджмента под задачи нового индустриального развития Донбасса/П.С. Гурий// Международная научно-практическая конференция «Инновационные перспективы Донбасса», г. Донецк, 20-22 мая 2015 г. – Донецк: ДонНТУ, 2015. Т. 7: Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса. – 2015. – 234 с.
4. Загорная Т.О. Сетевая форма реализации образовательных программ: процесс и результаты/Т.О. Загорная// Международная научно-практическая конференция «Инновационные перспективы Донбасса», г. Донецк, 20-22 мая 2015 г. – Донецк: ДонНТУ, 2015. Т. 7: Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса. – 2015. – 234 с.
5. Кулаков В.А., Гетьманская В.Л. Управление развитием экономики Донбасса в условиях неопределенности/В.А. Кулаков, В.Л. Гетьманская //// Международная научно-практическая конференция «Инновационные перспективы Донбасса», г. Донецк, 20-22 мая 2015 г. – Донецк: ДонНТУ, 2015. Т. 7: Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса. – 2015. – 234 с.
6. Стрелецкий В.В. Необходимость и возможность инновационного развития Донбасса/В.В. Стрелецкий// Международная научно-практическая конференция «Инновационные перспективы Донбасса», г. Донецк, 20-22 мая 2015 г. – Донецк: ДонНТУ, 2015. Т. 7: Реформирование менеджмента в условиях инновационного развития Донбасса. – 2015. – 234 с.

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СФЕРЫ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА. ПРОБЛЕМЫ, ТРЕБУЮЩИЕ
РЕШЕНИЯ**

Небесная В.В., | 120

*к.б.н., доцент физического воспитания,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Физическая культура и спорт как отрасль народного хозяйства выполняет ряд присущих ей специфических функций и развивается под воздействием не только социально-экономических условий, но и имеет внутренние закономерности развития, которые получают большой простор в зависимости от управленческой деятельности всех государственных и общественных организаций призванных заниматься развитием физической культуры и спорта. Одной из главных функций государства является удовлетворение общих потребностей населения, в том числе в здоровом образе жизни и в занятиях физкультурой и спортом. Сейчас наступил именно тот момент становления государства, когда в условиях нестабильности в регионе необходимо изучить характер и механизмы проявления экономических законов, выявить специфику закономерностей управленческой деятельности в сфере физической культуры и спорта, а также ее экономических взаимоотношений с другими отраслями народного хозяйства.

Цель исследования: изучить специфику деятельности сферы физической культуры и спорта. Определить проблемы, требующие решения.

Физическая культура и спорт – это сфера общественной жизни, ставшая самостоятельной отраслью, имеющая свои учреждения и организации, учебные заведения, специфическую материальную базу (спортивные сооружения) и специалистов. Эта отрасль обладает собственными финансами и управляется государственными и общественными организациями. В связи с недостаточной изученностью специфики физкультурно-спортивной деятельности сложно говорить обо всех проблемах, которые необходимо решить, но многие уже выявлены и к ним относятся:

1. В связи с социально-общественным значением физической культуры и спорта необходимо определить ее место и роль как отрасли народного хозяйства. В силу сложившихся объективных и субъективных причин (многофункциональность, сходство с другими отраслями, практическое участие

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

в проведении физкультурно-спортивной работы многих организаций) ни здравоохранение, ни система образования, ни какие-либо другие «нефизкультурные организации» не способны квалифицированно решить в полном объеме задачи, которые ставят государственные органы, руководящие физкультурно-спортивной работой.

| 121

2. Большое значение имеет исследование экономического содержания и источников финансирования физической культуры и спорта. Важность этой проблемы очевидна, т.к. расходы на физическую культуру и спорт постоянно возрастают. Должны быть научно обоснованы первоочередные направления и объемы финансовых затрат, эффективное использование средств, выделяемых государством на развитие физкультурно-спортивной деятельности.

3. Актуальным остается вопрос развития и использования инфраструктуры, размещения и эксплуатации спортивных сооружений. Использование действующих спортивных комплексов требует улучшение условий для занятий физической культурой и спортом всех слоев населения.

4. Необходимо проанализировать экономические аспекты оплаты труда и организации подготовки высококвалифицированных кадров в области управления и экономики сферы физической культуры и спорта.

5. Предстоит разработать научные основы экономического планирования и прогнозирования физической культуры и спорта. Особенно актуальны вопросы разработки нормативов законодательной базы для обеспечения экономического обоснования и развития различных видов спорта, организации спортивной и физкультурно-оздоровительной работы, подготовки профессиональных спортсменов, развития детско-юношеского и спорта для людей с ограниченными возможностями.

6. Проблемным остается вопрос исследования воздействия физической культуры и спорта на производство, экономическую эффективность и другие стороны финансово-управленческой деятельности предприятий и государства.

В настоящее время можно с уверенностью сказать об отсутствии в регионе специализированных организаций, занимающихся проблемами регулирования, координации управления и экономики сферы физической культуры. Отсутствует единая стратегия действий различных министерств и ведомств, общественных организаций, ученых и специалистов. Поэтому в целях стабилизации в экономике, совершенствования управленческой деятельности и реализации новых социальных требований к системе физической культуры и спорта необходимо осуществить комплекс

первоочередных мер по улучшению физкультурно-спортивной работы и формированию здорового образа жизни населения.

Важнейшей задачей государственного управления в сфере физической культуры и спорта в условиях нестабильности в регионе является формирование оптимальной отраслевой модели управления и стратегии развития, в которой будут учтены указанные проблемы, распределены и согласованы компетенции и полномочия, функции и ответственность всех субъектов физкультурно-спортивной деятельности. | 122

Список литературы

1. Душанин А.П. Государственное управление физической культурой и спортом в Российской Федерации (Организационно-правовые вопросы): автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.13 / А.П. Душанин. – М., 2000. – 19 с.
2. Головнина Н.В. Оптимизация совершенствования физической культуры и спорта на региональном уровне (на примере Волчанского района) / Н.В. Головнина // Педагогіка, психологія та медично-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2004. – № 1. – С. 207-212.
3. Приходько И.И. Финансово-хозяйственная деятельность спортивных школ в современных условиях / И.И. Приходько, Г.Н. Путятин, А.Ф. Куликов // Педагогіка, психологія та медично-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2004. – № 18. – С. 304-310.

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Смирнова Е. А.,
аспирант кафедры менеджмента непродуцтвенной сфeры,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк

Анализ проблем механизмов повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг весьма актуальна во всем мире. Это обусловлено постоянным динамическим развитием всех процессов экономической среды, изменением факторов влияния внешней среды в результате увеличения глобализационных процессов, а также повышения риска внешнеэкономической деятельности.

Целью исследования является анализ проблемы повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг не только на отечественном, но и на мировом рынке на основе выявления сильных и слабых сторон

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

предприятий сферы услуг, а также на основе одного из механизмов повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

Конкурентоспособность предприятия в научной литературе принято считать способностью создавать и реализовывать продукцию, цена и качество которой более привлекательны для покупателей, чем у аналогичной продукции конкурентов на внутреннем и внешнем рынках [2].

На сегодняшний день при выходе отечественных предприятий на мировые рынки, возникают проблемы обеспечения дальнейшего роста уровня конкурентоспособности на международной арене.

Разработка механизмов повышения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг является трудоемким процессом. Причем разработанный механизм повышения конкурентоспособности не всегда стандартный даже для подобных предприятий, которые находятся на одном рынке и различаются целями.

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо знать заранее как возможные помехи, так и последующие перспективы, разбираться как в сильных, так и в слабых сторонах предприятия [1].

Возможными угрозами для стабильной деятельности предприятия являются следующие факторы: возникновение новых конкурентов, рост продаж товаров-заменителей, усиление давления со стороны покупателей и поставщиков, изменение потребностей и вкусов покупателей, а также неблагоприятная политика своего и зарубежных правительств, прежде всего в отношении налогов и регулирования внешнеэкономической деятельности. Чтобы разрешить эти возникающие задачи для закрепления конкурентных преимуществ, необходимо использовать научные подходы к управлению конкурентоспособностью, наличие квалифицированного, инициативного и творческого персонала, а также финансирования [4].

Также на снижения конкурентоспособности предприятий влияют следующие факторы: недостаточная степень адаптации предприятий к рыночным условиям; ослабление внутриотраслевой конкуренции, а именно развитие олигополии, сохранение монополизма; недостаточный финансовый потенциал; низкий уровень менеджмента и маркетинговой деятельности предприятия; отставание от передовых стран мира в области исследований и разработок; отсутствие необходимой информации о ситуации на рынках [5].

При анализе механизмов повышения конкурентоспособности предприятий главной компонентой механизма повышения конкурентоспособности предприятий выступает инновационная модель развития

экономики. Это многофункциональная и комплексная система взаимодействия управления с постоянной адаптацией предприятия к внешней среде и повышением эффективности использования материальных, трудовых, интеллектуальных и финансовых ресурсов.

Данный механизм включает инновационное управление на микроуровне, рыночный компонент функционирования предприятий, новые формы и методы государственного регулирования процессов повышения конкурентоспособности на макро-, мезо- и мегауровне, которые в совокупности определяют конечные результаты деятельности предприятий и уровень удовлетворения потребителей в конкурентоспособных товарах и услугах [3, с.123]. | 124

Основными направлениями повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг в регионе могут быть: развитие инновационно-инвестиционной деятельности и интеллектуальной собственности на предприятиях сферы услуг; адаптация предприятий к внешней среде и прежде всего к рынку; использование инновационных подходов с целью повышения эффективности использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов, формирующих конкурентные преимущества предприятия; создание конкурентной среды в отраслях, разработка предприятиями конкурентных стратегий и периодическое их обновление; формирование спроса на определенный товар и потребностей населения, которые предприятие может удовлетворить; повышение научно-технического и организационно-технологического уровня отраслей, обеспечивающих предприятие необходимыми материальными ресурсами и информацией; правовое обеспечение и совершенствование государственного регулирования процессов повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров [3, с. 126].

Инновационный подход к формированию и реализации организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий является основой для решения многих проблем социально-экономического развития страны и повышения уровня жизни ее населения.

Несмотря на то, что каждый рынок имеет свои уникальные особенности, всё же есть нечто общее в том, как осуществляется конкуренция на разных рынках, и этого вполне достаточно, чтобы сказать, что суть конкуренции может быть выражена единой аналитической концепцией, используемой для выявления природы и оценки интенсивности конкуренции.

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

Список литературы

1. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 170 с.
2. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. Саратов, 2005. – 230 с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки, т.1. Пер. с англ. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 263 с.
4. Портер Майкл Э. Конкуренция: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
5. Мошнов В.А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – №5. – С.18

| 125

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Иванова О.К.,

аспирант кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

ГОУ ВПО «Донецкий государственный

университет управления», г. Донецк

В условиях сложившейся обстановки и кризиса особую актуальность приобретают вопросы выбора предприятием метода управления человеческими ресурсами. Использование и внедрение в деятельность организации инновационных методов управления человеческими ресурсами с целью минимизации издержек на персонал уже стало повседневной практикой для большинства западных компаний.

Так как на сегодняшний день социальные сети и мобильные устройства проникли почти во все сферы бизнеса, самое большое влияние они оказывают на деятельность HR-специалистов в связи, с чем становятся важными инструментами для поиска сотрудников и увеличения производительности предприятия.

Целью исследования является выявления тенденций в области инноваций в управлении человеческими ресурсами.

Непрерывное господство инноваций и креативности проявляется в организациях, признающих, что правильно использованная креативность может придать компании конкурентное преимущество [1].

Среди прочих факторов достижения конкурентных преимуществ компаний важное значение имеет человеческий фактор и инновации в сфере управления человеческими ресурсами. Возрастающая роль в этой области

принадлежит способности и решимости менеджеров организаций, предпринимателей разрабатывать, внедрять и использовать новые, инновационные методы управления человеческими ресурсами. [2].

На сегодняшний день наиболее распространенными инновационными методами в сфере управления человеческими ресурсами являются: аутсорсинг, краудсорсинг, социальные сети и HR-брендинг. | 126

Аутсорсинг. Аутсорсинг (от англ. *outsourcing*: внешний источник) – это передача на исполнение третьим лицам некоторых функций подразделений предприятия по управлению персоналом или использование человеческого ресурса из других компаний. [3].

Иными словами для успешного ведения бизнеса вовсе не обязательно, выполнять все непрофильные функции, связанные с основным видом деятельности организации, или с управлением компанией, своим персоналом, можно возложить ведение этих процессов и на специализированную организацию.

Глобальным примером успешного использования аутсорсинга является компания ИКЕА. На данный момент предприятие использует более 2500 сторонних организаций для производства продукции.

Краудсорсинг. Американский толковый словарь английского языка Merriam-Webster (известен как словарь Уэбстера) в 2011 году пополнился термином «краудсорсинг», в связи с его растущей популярностью. Согласно словарю Merriam-Webster, краудсорсинг – «практика получения информации от больших групп людей онлайн» [4].

Иными словами, краудсорсинг (*англ. crowdsourcing*; *crowd* – «толпа» и *sourcing* – «подбор ресурсов») – это мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью получить нужный для компании конечный продукт в виде решения, готового для реализации или внедрения.

В классическом случае краудсорсинг – это схема, по которой задания посредством Интернета передаются заранее неизвестной группе исполнителей в форме открытого конкурса.

С помощью краудсорсинга в управлении человеческими ресурсами можно эффективно находить талантливых молодых специалистов или решать задачи по внутренним коммуникациям. Таким образом, краудсорсинг является эффективной стратегией минимизации бюджета фирмы, в этой технологии заложен потенциал для создания системы управления подбором кадров.

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

Социальные сети. Крупные, особенно зарубежные, компании уже оценили преимущества использования социальных сетей в качестве инструмента рекрутинга.

В России использование социальных сетей как метода рекрутинга началось с 2006 года. Одно из последних исследований – на тему популярности социальных сетей среди менеджеров по персоналу – провел портал по трудоустройству Head Hunter в сентябре 2010 г. Было опрошено 500 HR-специалистов. Большинство из них (57 %) признали, что прибегали к поиску персонала через социальные сети [5].

Для тех, кто использует социальные сети с целью найма персонала, наиболее популярной сетью является проект «Мой круг», социальные сети «ВКонтакте», «LinkedIn» и «Одноклассники». Хуже всего для поиска сотрудников подходят блоги, Twitter и сеть «Мой мир» (рис.1).

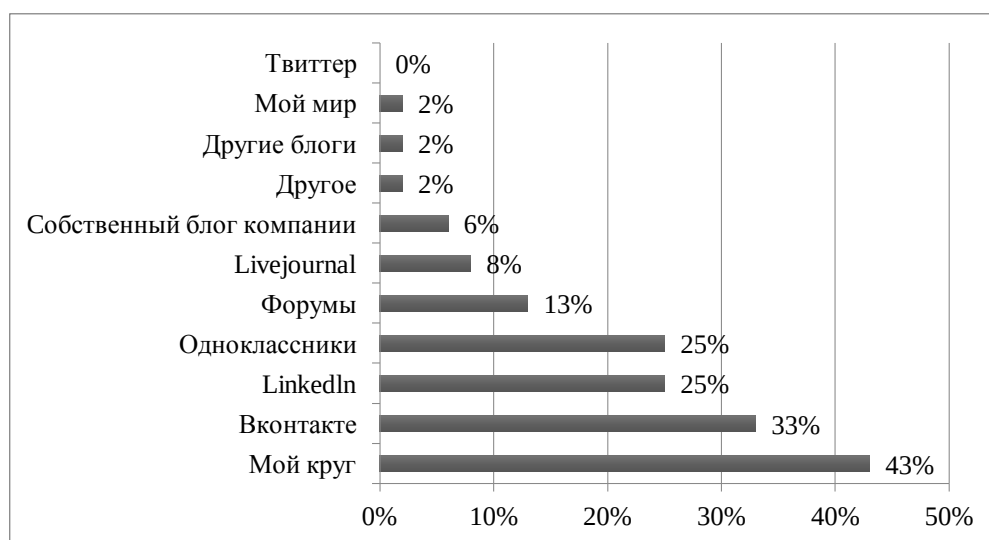


Рис. 1. Популярность социальных сетей для поиска новых сотрудников

Рекрутмент через Интернет характеризуется экономической эффективностью. Так, проведенные исследования подтверждают, что поиск и найм работников таким способом снижает затраты по подбору в среднем в 20 раз, по сравнению с затратами при использовании традиционных методов [6].

HR-брендинг. HR-брендинг – это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя с целью постоянного привлечения лучших из лучших специалистов в своей отрасли [7].

При грамотном использовании этого инструмента у потенциальных работников должно сформироваться мнение о работодателе как о лучшем месте для работы.

Работа в сфере HR-брендинга дает конкурентное преимущество предприятию в первую очередь благодаря большому притоку высококвалифицированных специалистов. Но их не так много, и те компании, которые нацелены на развитие и лидерство, ведут непримиримую войну за эти таланты. Следует отметить, такой специалист в условиях финансовой нестабильности в экономике становится еще более востребованным, т. к. именно с помощью настоящих профессионалов, умеющих в стрессовых условиях придумывать эффективные решения, смогут удержать (или даже повысить) положение компании на рынке. | 128

Поэтому многие предприниматели заблуждаются, считая, что сейчас нет необходимости заниматься HR-брендингом, поскольку в условиях сложившейся обстановки и финансового кризиса на рынке труда появилось множество кандидатов, среди которых всегда можно найти замену ушедшему сотруднику.

В сегодняшних реалиях успешность управления человеческими ресурсами зависит от способности максимально эффективно использовать инновации, к появлению которых привело стремительное развитие интернета, с одной стороны, нестабильная ситуация на рынке труда, с другой. Интернет является на сегодняшний день одним из самых мощных ресурсосберегающих средств на этапе поиска сотрудников.

У компаний с развитой технологической культурой гораздо больше перспектив, чем у тех, кто использует исключительно традиционные способы поиска и подбора персонала. И каждой компании, ориентированной на коммуникацию, необходимо заботиться о том, чтобы адекватно представлять свои интересы в сетевом сообществе.

Список литературы

1. Круглов Д.В. Перспективы инновационной деятельности в промышленности России / Д.В. Круглов, В.В. Синов // СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 190 с.
2. Сивальнева, Н.Н. Управление персоналом как элемент системы конкурентных преимуществ организации / Н.Н. Сивальнева, А.В. Швеков // Управление персоналом. – 2008. – № 22. с. 18-19.
3. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посібн. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Кондор, 2005. – 308 с.
4. Максимов Н. Н., Паршина В. С. Краудсорсинг как способ активизации развития персонала // Молодой ученый. — 2012. — №12. — с. 233-236.
5. Портал по трудоустройству Head Hunter: исследование «Работодатель следит за нами во Вконтакте?»: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hh.ru/article/2015>
6. Орлова Л. Искусство подбора персонала. Как правильно оценить человека за час / Л. Орлова. Минск: Харвест, 2008. – с. 28.

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

7. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. – БХВ-Петербург, СПб.: 2011. – 210 с.

ПРИМЕНЕНИЕ КРЕАТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

| 129

*Соловьёва А. А.,
Соловьёва В. А.,
бакалавры кафедры менеджмента непродовольственной сферы,
Ободец Р. В.,
д. э. н., доцент кафедры менеджмента непродовольственной сферы,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

На сегодняшний день ситуация на рынке товаров и услуг выглядит следующим образом: фирмы производят однотипные товары или же предоставляют одинаковые виды услуг, а главным их отличием является лишь название фирмы и ее логотип. Следствием такой обстановки выступает высокий уровень конкуренции, который остро ставит вопрос о занятии и удержании лидирующих позиций в направлениях деятельности. Собственно, по этой причине появляется необходимость в непрерывном развитии, введении и предложении новых, уникальных и необычных идей, и конечно же инноваций, которые обуславливают существование креативного менеджмента [2].

Креативный менеджмент – это управление человеческими ресурсами на предприятиях (организациях), которое направленно на максимально возможное раскрытие и использование творческих способностей людей на предпроектном и проектом этапе инновационного процесса с целью создания новых, конкурентоспособных идей на уровне открытий и изобретений в каких – либо сферах деятельности человека.

Генерирование новейших идей и исследование новых решений с целью достижения успеха государства, организации и фирмы и в разных сферах – вот, пожалуй, самая главная цель креативного менеджмента. Важным здесь является тот факт, что управление человеческими ресурсами происходит как в самой фирме (штатом), так и за ее пределами (партнеры, поставщики, целевые группы и т.д.)

В переводе с английского «креативный» – созидательный, творческий. В широком смысле слова креативность представляет собой процесс проявления

скрытых способностей и творческого использования их потенциала в некоторой в определенной сфере [1].

Креативность не идентична интеллекту. Она подразумевает способность к синтезу и созданию нового. Результатом креативного синтеза выступают изобретения, новейшие концепции, понимания проблемы, произведения искусства. Креативность считается одной из основных предпосылок для формирования инноваций. Инновациями становятся реализованные на практике новые (креативные) идеи, которые возникают при помощи креативного мышления или же способом заимствования. Креативность всегда являлась основным важным источником развития общества. | 130

Сегодня креативность во многих развитых странах мира становится постоянной практикой и одним из главных источников конкурентного преимущества. Почти в каждой сфере производства выигрывает тот, кто владеет творческим потенциалом [4].

Креативность имеет следующие основные формы:

- научную (открытия);
- техническую (изобретения);
- экономическую (предпринимательство);
- художественную (искусство);
- социальную (отношения с людьми);
- политическую (государственное управление).

Никто не застрахован от столкновений. Креативные люди, так же как и все остальные, имеют все шансы столкнуться с барьерами, блокирующими проявления креативности. К подобным барьерам, к примеру, принадлежит окружающая ситуация, не располагающая к творчеству. Именно поэтому очень важно наличие положительной психологической атмосферы в коллективе, а не раздражительности, неприятности и стрессов, которые всячески мешают развитию творческой деятельности сотрудников [3].

Следующий барьер – это неправильная оплата труда, если руководитель опасается допустить ошибку и лишиться бонуса. Нельзя оплачивать любой шаг специалиста. Это в свою очередь перекрывает умение мыслить креативно, так как тормозит рискованные поступки, без участия которых невозможны революционные перемены.

Нехватка времени – еще один существенный тормоз креативности. В обстоятельствах цейтнота личность никак не может сосредоточиться на определенной проблеме, а в соответствии с этим, вникнуть в её суть. Однако, огромное количество времени имеет и негативное влияние на креативность, так

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

как порой вызывает скуку. Здесь очень важно найти «золотую середину» и ликвидировать все условия и факторы, отвлекающие от решения проблемы.

Отрицательное воздействие на креативность оказывает и атмосфера состязания. С целью получения наиболее эффективного итога нужна командная работа и сотрудничество [5].

| 131

Исходя с вышеизложенного, ясно, что на текущий период тематика креативного управления является немаловажной. Поскольку, применяя как раз креативные способы управления, можно достичь большей производительности и результативности работы менеджеров разных уровней.

Список литературы

1. Большой современный толковый словарь русского языка. 2012
http://eslovar.com.ua/slovar_inostrannyih_slov_russkogo_yazyika/page/kreativnyiy.23562/
2. Ванюрихин Г.И. «Креативный менеджмент» / Менеджмент в России и за рубежом. № 2, 2011- с. 15
3. Кирсанов К. «Креативный и эвристический менеджмент» 3/5/2008
<http://www.ovsem.com>
4. Статья. Стенли Коммерсби «7 заповедей креативного менеджера» / Июль, 2007 -
<http://www.djoen.ru/advertising/pamyatka-kreativnomu-menedzheru.html>
5. Флорида Р. «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» / М., 2005

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Соловьёва Л.В.,

Чичиль А.В.,

бакалавры кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

Ободец Р.В.,

д. э.н., доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы,

*ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

Сегодня экономическое состояние на территории Донецкой народной республики претерпевает тяжелое кризисное время. В связи с нестабильным военным положением многие предприятия региона не в состоянии поддерживать свою деятельность, а те, что находятся в рабочем состоянии, не могут полноценно развиваться и использовать полный потенциал своих мощностей.

Иными причинами дестабилизации в экономике стали: большая потеря высококвалифицированных специалистов и управляющих высшего звена; были утрачены отношения с поставщиками, партнерами и потребителями зарубежных стран; спрос и предложение на товары и услуги резко упал.

Для решения вышеперечисленных проблем становится актуальным изучение инновационного менеджмента, как основного источника развития потенциала региона и выход на новый уровень. | 132

В современном мире инновации являются основной составляющей развития и роста предприятий. Состояния и проблемы инновационной деятельности предприятий рассмотрены в работах В.М. Аньшина, В.А. Бородина, Ф.Ф. Гликина, А.И. Анчишкина, В.И. Кушлина, И.М. Степнова, А.Н. Плотникова и многих других [4].

Инновационный менеджмент – ведущее направление стратегического менеджмента, которое осуществляется руководством компании; это сфера деятельности, предназначенная для формирования и достижения инновационных целей вследствие рационального использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов [5].

Инновационный потенциал предприятия основывается на определенных ресурсах, мы выделили ведущие три направления. Первое, что лежит в основе успешного развития предприятия является высококвалифицированный персонал. Это основной человеческий ресурс, который определяет уровень профессиональной подготовки. Деятельность предприятия в инновационной среде должна быть направлена на совершение новых исследований и, соответственно, получение новых идей и технологий для разработок модернизированного качественного продукта [3].

Вторым фактором повышения уровня конкурентоспособности предприятия является технико-технологический уровень производства, который создает определенные барьеры для реализации инновационной деятельности.

Третьим фактором, от которого зависят инновационные возможности и развитие в целом, является финансовое обеспечение деятельности [4].

Для развития и поднятия этих ресурсов на новый уровень, нашей республике необходимо создать проект «Кластер». Кластер – это объединение субъектов малого и среднего бизнеса функционирующих преимущественно на одной территории и в одной сфере деятельности. Кластеры в своей деятельности объединяют и вспомогательные организации, это производственные и коммерческие структуры, высшие учебные заведения,

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

научные организации и даже органы власти, которые способствуют эффективному развитию отрасли и дополняют друг друга. Они создают основу для притока иностранных инвестиций, обучения широкого круга предпринимателей, развития малого и среднего предпринимательства, повышения гибкости и мобильности компаний, создания широкого спектра сетевых структур [2].

Кластер является платформой развития новых технологий, становления новых лидеров, укрепления деловых отношений в рамках региона [3].

Опираясь на опыт России в кластерной политике поднятия экономики, следует сказать, что большую роль в этом деле играет законодательная база. Президентом РФ Путиным В.В. 07.05.2012 года был издан Указ «О долгосрочной государственной экономической политике», который включает в себя реализацию пяти проектов, одним из которых является реализация инновационных кластеров в разных направлениях деятельности [1].

Учитывая место расположения Донецкого края и его плодовитые земли, становится уместным развитие аграрного кластера. Для этого необходимо принять Постановление «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и производства», которое будет регулировать вопросы кластеров в сельском хозяйстве. Государственная поддержка должна осуществляться посредством выделения субсидий из государственного бюджета и создания условий для развития, а также контролировать деятельность компаний, которые входят в кластер.

Таким образом, для выхода республики из кризиса, необходимо применение инноваций в предпринимательской среде, опираясь на опыт зарубежных стран и компаний, тем самым, повышая эффективность экономики.

Основными инновационными ресурсами являются: квалифицированный персонал; технико-технологический уровень производства; финансовое обеспечение деятельности организаций.

Для поднятия этих ресурсов на новый уровень необходимо внедрять новые проекты, такие как кластер.

Преимущества данного проекта: увеличивается уровень занятости населения; улучшается экономическая и социальная среда региона; развивается инфраструктура; увеличиваются денежные отчисления в бюджет республики; привлекаются научные кадры, что способствуют сотрудничеству с учебными заведениями и появлению новых баз практики для студентов; общее использование современного оборудования, которое принадлежит кластеру;

повышается качество продукции; расширение сферы деятельности и развитие региона.

Список литературы

1. Аркин П.А. Экономико-правовое обеспечение инновационных кластеров России : журнал/ П.А. Аркин, И.Ю. Крылова, А.Н. Крылов. – СПб.: ГРНТИ, 2012
2. Асаул А. Н, Организация предпринимательской деятельности: учебник/ А. Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336с.
3. Баранчев В. П. Управление инновациями: учебник. – М.: Юрайт , 2011. - 711 с.
4. Уколов, В.Ф. Инновационный менеджмент в государственной сфере и бизнесе: учебник / В.Ф. Уколов. - М.: Экономика, 2009. - 400 с.
5. Энциклопедия производственного менеджера. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/innovations-management.html>

| 134

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА В
ФОРМИРОВАНИИ
СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА**

***Черкашина А.В.,**
аспирант кафедры менеджмента непроизводственной сферы,
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления», г. Донецк*

В период становления государства определяющим фактором является формирование гражданского общества и целостности системы управления. Первоочередной задачей такого периода становится разработка современной управленческой концепции развития всех сфер деятельности. Условия нестабильности в регионе требуют от государственной власти в большей мере учитывать интересы незащищенных слоев населения и определенных категорий граждан, используя международный опыт. Поэтому актуальным является исследование и анализ моделей социальной политики отечественных и зарубежных стран, что позволит определить приоритеты и выработать стратегию развития функционирования государственных органов управления в данном направлении.

Цель исследования: анализ моделей социальной политики зарубежных стран.

Социальная поддержка, обеспечение, защита и страхование граждан являются основными направлениями социальной политики государства. Существуют различные классификации моделей социальной политики, но так

СЕКЦИЯ 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ.

или иначе большинство из них базируются на принципах, вытекающих из роли и степени участия государства, институтов гражданского общества и отдельных граждан.

Основываясь на геополитическом аспекте, выделяют следующие модели социальной политики:

| 135

1. Скандинавская – значительную часть расходов на социальные нужды берет на себя государство. Государство несет основную ответственность за социальное благополучие своих граждан и является основным производителем социальных услуг (образование, здравоохранение, забота о детях и престарелых и т.п.). Данная система действует через распределение бюджета или социально-страховые фонды, где доля социальных расходов очень высока. Эта модель воплощается в политике таких стран, как Швеция, Финляндия, Дания, Норвегия. Осуществление целей идет через преднамеренное перераспределение доходов, прежде всего через налоговую и трансфертную политику. Универсальность модели выражается во всеобщности и общедоступности социальной защиты, которая распространяется на все население. Данная модель обеспечивает высокий уровень социальной защиты граждан и высокие показатели уровня жизни.

2. Немецкая модель – государство, как правило, несет ответственность только за выдачу социальных пособий получателям, но не формирует социальные услуги. В данной модели бюджетные отчисления и страховые взносы работника и работодателя на социальные мероприятия примерно равны и основными каналами перераспределения являются как государственные, так и частные социально-страховые фонды. Этой модели следуют Германия, Франция, Австрия, Бельгия. Цель такой социальной политики – создание условий для активной самореализации каждого члена общества в экономической сфере. На первый план выходит создание благоприятных экономических условий для трудоактивного населения, на которое и сориентированы основные меры социальной защиты.

3. Американо-британская модель. Характеризуется минимальным участием государства в социальной сфере. Финансовую основу реализации социальных программ составляют в первую очередь частные сбережения и частное страхование. Государство берет на себя ответственность лишь за сохранение минимальных доходов всех граждан и за благополучие наименее защищенных слоев населения. Подобная модель социальной политики характерна для США, Англии и Ирландии. Социальные программы строго

индивидуализированы, большинство из них прошли приватизацию и используют принцип выборочной помощи отдельным категориям граждан.

4. Советская модель. Характеризовалась главенствующей ролью государства. В стране существовала система государственного бесплатного здравоохранения, образования и социального обслуживания. После распада СССР такая модель получила свое внедрение в современной России, после чего система государственных бесплатных социальных услуг прошла преобразования. Это объясняется тем, что социальная сфера в России в период реформ не была приоритетной в плане преобразований. На данный момент можно выделить ряд принципиально новых признаков, сложившихся за это время. Они выражаются в сокращении масштабов государственного вмешательства в социально-экономическую сферу, формировании негосударственных институтов, участвующих в осуществлении социальной политики. Новая модель характеризуется децентрализацией социальной политики, распределением полномочий в управлении социальной сферой в сторону региональных и муниципальных органов власти, изменением структуры и функций социальных ведомств. Этот процесс сопровождается перераспределением источников финансирования, активизацией внебюджетных потоков на социальные программы, развитием системы социального страхования, введением государственного минимального социального стандарта как механизма переходного общества.

В условиях нестабильности и реорганизации государственной системы изучение международного опыта является принципиально рациональным в выборе концепции формирования социальной политики, что позволит внедрить достоинства и исключить недостатки в стратегическом планировании развития региона.

Список литературы

1. Баликов В.Т. Реализация моделей социальной политики: мировая практика / В.Т. Баликов // Экономические интересы и социальная политика. – Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2006. – 72-84.

2. Роик В. Социальная модель государства: опыт западноевропейских стран и выбор России / В Роик // Человек и труд. – 2010. – № 4. – С. 35-46.

Научное издание

**Материалы региональной
научно-практической интернет-конференции**

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Материалы представлены на языке оригинала.

**Опубликованные материалы отображают точку зрения авторов, которая
может не совпадать с мнением редколлегии журнала.**

**При цитировании или частичном использовании текста публикаций
ссылка на журнал обязательна.**

Подписано в печать 17.05.2016.

Адрес редакции: 83015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а, ГОУ ВПО ДонГУУ