

Институт предпринимательской деятельности



**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСЛОВИЙ,
БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Сборник материалов
XVI Международной научно-практической конференции

(Минск, 14 мая 2019 г.)

Минск
«Ковчег»
2019

УДК 334.012.32(476)(082)

ББК 65.9(4Бел)я43

П42

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Институт предпринимательской деятельности» (г. Минск, Беларусь),
Общественное объединение «Минский столичный союз предпринимателей и работодателей»,
Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса (г. Курск, Россия),
Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск, Россия),
Институт экономики природопользования и устойчивого развития
Национальной академии наук Украины (г. Киев, Украина),
Университет экономики и права «КРОК» (г. Киев, Украина),
Воронежский государственный университет (г. Воронеж, Россия),
Юридический институт Пятигорского государственного университета (г. Пятигорск, Россия)

Редколлегия:

канд. пед. наук, доц., ректор Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» В.Л. Цыбовский (главный редактор); канд. биол. наук, доц. первый проректор Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» В.В. Швердов; канд. юрид. наук, доц., начальник научно-исследовательского отдела Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» Ю.Л. Сиваков; канд. ист. наук, доц., декан факультета экономики и бизнеса Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» А.Л. Дашкевич; канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой коммерческой деятельности Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» В.Ф. Карпович; канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой экономики и управления Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» А.В. Сиваграков; канд. философ. наук, доц., зав. кафедрой общенаучных дисциплин Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» Р.Г. Пашко; канд. экон. наук, доц., проф. кафедры экономики и управления Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» Е.Г. Киреенко; магистр менеджмента, науч. сотрудник научно-исследовательского отдела Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» Н.В. Славинская

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф. Г. А. Хацкевич; д-р юрид. наук, проф. Н. Л. Бондаренко

П42 **Повышение** эффективности управленческой деятельности по формированию условий, благоприятствующих развитию малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь : сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции (Минск, 14 мая 2019) / редкол.: В.Л. Цыбовский (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Ковчег, 2019. – 264 с.

ISBN 978-985-7223-66-4.

В сборнике освещаются особенности предпринимательской деятельности в условиях инновационной экономики, эффективные стратегии управления человеческими ресурсами, совершенствование институциональных механизмов устойчивого развития малого и среднего предпринимательства. Отражены проблемы подготовки специалистов и роль информационных технологий в сфере предпринимательства.

Адресуется научным работникам, профессорско-преподавательскому составу, аспирантам, магистрантам и студентам.

УДК 334.012.32(476)(082)

ББК 65.9(4Бел)я43

ISBN 978-985-7223-66-4

© Учреждение образования «Институт предпринимательской деятельности», 2019
© Оформление. ООО «Ковчег», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Приветственное слово ректора Института предпринимательской деятельности Цыбовского В.Л. к участникам XVI Международной научно-практической конференции</i>	10
---	-----------

ПРИВЕТСТВИЯ

<i>Ендовицкий Д.А.</i>	Председатель Совета ректоров вузов Воронежской области, ректор Воронежского государственного университета, доктор экономических наук, профессор	11
<i>Черевань И.В.</i>	Ректор Киевского университета рыночных отношений, кандидат экономических наук, доцент	12

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

<i>Сиваков Ю.Л.</i>	Интеллектуальные технологии управленческой деятельности – как средство эффективной реализации стратегии развития отечественного предпринимательства	13
<i>Рабышка В.Э.</i>	Зварот да мінулага – кіраванне грамадствам і эканамічнай дзейнасцю ў гарадах і паведах ВКЛ	15
<i>Чугаенко Ю.А.</i>	Специфические условия, при которых осуществляется управление человеческими ресурсами в Украине	18
<i>Лищук Е.Н., Чистякова О.А.</i>	Российская практика применения профессиональных стандартов для работодателей и молодых специалистов	20
<i>Ломсадзе Д.Г.</i>	Институциональный подход к теневой экономике: концептуальные проблемы теории и практики	23

СЕКЦИЯ 1

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<i>Алпысбаева М.Е., Асаинов А.Ж.</i>	Условия развития экономики конкурентоспособности малого бизнеса промышленных предприятий	26
<i>Андилевко Т.В.</i>	Модель неполной занятости как новая технология в управлении человеческими ресурсами	27
<i>Астраух Ю.В., Шастак Е.Ф.</i>	Пути активизации кадрового потенциала	29
<i>Астраух Ю.В.</i>	Современные технологии управления персоналом организации	30
<i>Возмитель И.Г.</i>	Особенности менеджмента в новой виртуальной реальности	31

<i>Гармидер Л.Д., Гончар Л.А.</i>	Современные подходы в управлении трудовыми ресурсами	34
<i>Глухая А.Я., Евтушенко О.А.</i>	Современные тенденции в развитии персонала	36
<i>Дашкевич А.Л.</i>	Взаимодействие учреждений высшего образования с субъектами малого и среднего предпринимательства: отдельные аспекты организационно-правового механизма	37
<i>Длусская В.В.</i>	Проблемы эффективности нормативно-правового регулирования субъектов малого предпринимательства Республики Беларусь	39
<i>Довдиенко М.Н.</i>	Социально-экономические аспекты профессионального развития человеческих ресурсов в предпринимательских структурах	40
<i>Дробышевская В.Н., Климович Н.И.</i>	Современные подходы в управлении человеческими ресурсами	42
<i>Журавлева О.И.</i>	Английский менталитет и фразеология	44
<i>Карпович В.Ф., Холоповский В.П.</i>	Организационно-правовая среда и ее роль в развитии предпринимательства в Республике Беларусь	46
<i>Кислая Т.И.</i>	Влияние международных рейтингов и индексов на инвестиционную привлекательность Республики Беларусь	50
<i>Крамаренко А.К., Кучко А.А.</i>	Оценка системы управления персоналом. Аутстаффинг персонала	53
<i>Лутохина Э.А.</i>	Персонифицированный подход к мотивационному управлению человеческими ресурсами в условиях цифровизации экономики	56
<i>Мигас В.В.</i>	Мировые тенденции в развитии прямых иностранных инвестиций: уроки для Республики Беларусь	58
<i>Орлова Е.И.</i>	Актуальные проблемы управления персоналом в условиях дистанционной занятости в Республике Беларусь	60
<i>Пашко Р.Г.</i>	Человеческие ресурсы в условиях инновационного развития «интеллектуальной» экономики Республики Беларусь	63
<i>Разумовская И.Г., Ходенков А.Л.</i>	К вопросу о формировании человеческого капитала в концепции устойчивого развития	65
<i>Русак А.Н.</i>	Цифровые компетенции персонала и способы их формирования в предпринимательских структурах	67
<i>Смоликова Т.М.</i>	Мировые торговые площадки в развитии глобального рынка медиапотребления	69

<i>Холоповский В.П., Гончарова В.В.</i>	Качество торгового обслуживания – основной показатель конкурентоспособности предприятия	72
<i>Чикурова Т.Ю., Барканова В.А.</i>	Взаимодействие персонала отеля с иностранными гостями	75

СЕКЦИЯ 2

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСЛОВИЙ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ

<i>Астраух Ю.В., Кондратенко Н.С.</i>	Коммерческая деятельность предприятия общественного питания	78
<i>Бибик Т.Б., Бахмат В.А.</i>	Социальное партнерство как фактор обеспечения устойчивости предпринимательских структур	79
<i>Варейко О.Г., Дорошко О.С.</i>	Понятие рентабельности предприятия	80
<i>Гайдай Н.В.</i>	Анализ факторов, повышающих доходность производственной деятельности компании в области жилищного строительства при использовании модели с применением счетов эскроу	83
<i>Глумов А.А.</i>	Производственные сетевые структуры как фактор развития среднего и малого бизнеса на региональном уровне	86
<i>Григорян А.Л.</i>	«Первая эмпирическая правильность» и современная датировка кондратьевских циклов	89
<i>Гринюк Н.А.</i>	Определение социально-экономической эффективности в системе потребительской кооперации	91
<i>Гурский А.А., Киреенко Е.Г.</i>	Рентабельность хозяйственной деятельности предприятия	94
<i>Демидова Е.С., Макаревич В.В.</i>	Повышение эффективности логистической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса	95
<i>Дорошкевич Н.М.</i>	Перспективные направления бухгалтерской информации в устойчивом экономическом развитии	97
<i>Ермакова Е.В.</i>	Формирование эффективной инвестиционной стратегии государства с учетом развития инновационного предпринимательства	99
<i>Злотникова Л.Л.</i>	Предпринимательская деятельность в сфере физкультуры и спорта	101
<i>Иванов Г.В.</i>	Внешнеэкономическая политика Республики Беларусь на мировом пространстве и оценка вклада предпринимательских структур в ее реализацию	103

<i>Изакова Н.Б., Капустина Л.М.</i>	Проблемы развития малого промышленного бизнеса в России	106
<i>Киреенко Е.Г.</i>	Тенденции в области устойчивого развития малого и среднего предпринимательства	109
<i>Кирейчук Ю.Н.</i>	Перспективы развития ремесленного туризма в Республике Беларусь	111
<i>Козловская З.Н.</i>	Социальное предпринимательство – новый инструмент решения социальных проблем	113
<i>Колупанович М.В.</i>	Социальные и экономические эффекты развития малого бизнеса, темпы и направления их динамики	116
<i>Кравчук Е.А.</i>	Развитие предпринимательской инициативы и стимулирование деловой активности в Республике Беларусь	118
<i>Кулиш И.М.</i>	Влияние уровня развития академического предпринимательства на раскрытие потенциала территории	120
<i>Кухарева Д.А.</i>	Государственные закупки как инструмент развития экономики	123
<i>Лин С.Д.</i>	Направления использования трудовых ресурсов сельской местности Беларуси	125
<i>Ломсадзе Д.Г., Дедюрина Е.О.</i>	Контрафактная продукция в ЕС и европейский опыт борьбы с ней	127
<i>Макланов И.М.</i>	О трансформации конкуренции на рынке банковских услуг	132
<i>Микулич В.А.</i>	Торфовозные узкоколейные дороги. Проблемы использования линий узкой колеи в логистике	135
<i>Микулич В.А.</i>	Мировые экономические кризисы. Дефолт, экономический кризис 1998 года	137
<i>Мойсеенок О.В.</i>	Социальное предпринимательство как направление развития общества Беларуси	140
<i>Молчанов А.М., Чепикова Н.Н.</i>	Динамика и структура финансового состояния РУП «Белоруснефть-Особино»	142
<i>Нечаева Е.Н.</i>	Инновации и инновационная политика – приоритетное направление устойчивого социально-экономического развития	145
<i>Перепелица М.С.</i>	Индекс экономической политики в сфере МСП как инструмент совершенствования инновационной политики	145
<i>Петушков Е.Н.</i>	Роль банковской системы в развитии малого и среднего бизнеса Республики Беларусь	148

<i>Резанова Е.В.</i>	Бизнес-ассоциация и ее роль в формировании благоприятных условий для развития предпринимательства в регионах Беларуси	150
<i>Санникова Е.О., Ончукова Г.Е.</i>	Проблемы контрактной системы в сфере закупок и направления их решения	152
<i>Семенова Е.Н., Кузнецова М.Е.</i>	Страхование организаций сельского хозяйства на территории Республики Хакасия страховой организацией СПАО «Ингосстрах»	155
<i>Соколова И.Н., Соколова А.В.</i>	Мероприятия по увеличению прибыли предприятия	157
<i>Спринчак А.И.</i>	Социально-ориентированное предпринимательство как катализатор инновационного развития сельских территорий	159
<i>Субракова Л.К.</i>	Роль государственных субсидий в развитии фермерского хозяйства	162
<i>Суходольская Т.Г., Яроцкая Н.А.</i>	Повышение эффективности финансово-экономической деятельности ООО "Фурнитоп" за счет использования SMM	166
<i>Сысоева Т.Л.</i>	Продвижение персонального бренда как инструмент развития малого бизнеса	169
<i>Тюлькина И.А., Соколова Н.Г.</i>	К вопросу правового регулирования отношений в сфере публично-частного партнерства в России	172
<i>Шарана Е.В.</i>	Перспективы развития государственно-частного партнерства в системе профессионального образования Республики Беларусь	174
<i>Шарана Е.В.</i>	Социальное партнерство как фактор развития и укрепления материально-технической базы учреждений профессионального образования Республики Беларусь	177
<i>Bombin A. Yu.</i>	Evaluation of the Efficiency of Small Businesses	179
<i>Hasanov E.L.</i>	About Innovative Research of Financial Mechanism for Implementation of the Strategy Based on Tax Policy	181
<i>Moroz A.M.</i>	The Main Directions of Strategic Management of the Enterprise	184
<i>Tretyakova E.V.</i>	Providing the Effectiveness of Management Activities to Create Conditions for the Development of Small Business	186

СЕКЦИЯ 3
УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

<i>Беликова Н.В., Чистякова В.И.</i>	Основные аспекты управления кадровыми рисками	188
<i>Борчук А.Л.</i>	Гуманистическая парадигма будущих предпринимателей	193
<i>Варейко О.Г.</i>	Миссия и идеология современных организаций сферы услуг	195
<i>Волошко Н.О.</i>	Теоретико-методические аспекты формирования организационных структур предприятий	198
<i>Воронова И.И.</i>	Организационная культура субъектов предпринимательства в российском регионе	200
<i>Данченко С.Н.</i>	Зарубежный опыт управления экономикой университетов в условиях инновационных процессов	203
<i>Довнар Р.И.</i>	Эффективное управление молодыми учёными в УО «ГРГМУ» как фактор ускоренного развития молодёжной науки	204
<i>Захаревич В.Ю.</i>	Обучение переводу иноязычных текстов по специальности	206
<i>Ибрагимова З.Ф.</i>	Развитие человеческого капитала как основа успешной модернизации экономики	208
<i>Ковалькова Т.А.</i>	Профессиональный портрет диспетчера управления воздушным движением	211
<i>Красюк Н.И., Кулик А.О., Михайловская Д.О., Хамитова Д.С.</i>	Профессиональная компетенция конференц-переводчика: структура и содержание	213
<i>Красюк Н.И., Якубовская К.А.</i>	Роль сурдопереводчиков со знанием иностранного языка в межкультурной коммуникации	215
<i>Кульбицкая Л.Е., Киреенко К.К.</i>	Социокультурный аспект межкультурных коммуникаций в современном мире	217
<i>Кульбицкая Л.Е., Уханов И.Е.</i>	Современные методы адаптации персонала	219
<i>Кульбицкая Л.Е., Шеметов М.А.</i>	Лидерские качества руководителя	221
<i>Кульбицкая Л.Е., Козловская Т.Н.</i>	Организационная культура: к вопросу определения	224
<i>Лихорад О.И.</i>	Влияние билингвизма на восприятие мира и работу мозга	226
<i>Лобикова О.М., Лобикова Н.В.</i>	Влияние корпоративной культуры на результаты деятельности предприятия ЖКХ	228

<i>Лысюк А.И.</i>	Проблема трудоустройства белорусских студентов, получивших образование за границей: результаты экспертного опроса	230
<i>Марудова Е.Г.</i>	Концепт как основа когнитивного структурирования текста	232
<i>Мирук Ю.Л.</i>	Арго как феномен организационной культуры	234
<i>Небелюк В.В.</i>	Развитие индустрии гостеприимства в регионе как тактика поощрения активного студенчества к самозанятости	236
<i>Пунчик Н.Н.</i>	Дифференцированный подход к обучению	239
<i>Разладава М.У.</i>	Метады актуалізацыі беларуска-французскіх карэспандэнцый ў галіне філалагічнай навукі і адукацыі	241
<i>Славинская Н.В.</i>	Особенности управления человеческими ресурсами на основе организационной культуры	244
<i>Соколовская М.Г.</i>	Дистанционное высшее образование как инструмент развития белорусского общества: социологический анализ	245
<i>Сороко Н.Ф.</i>	Роль самостоятельной работы в формировании навыков самообразования студентов	247
<i>Суходольская Т.Г.</i> <i>Железовская Т.</i>	Приоритетные направления развития системы мотивации кадрового потенциала	249
<i>Тарасенок З.Н.</i>	Актуализация тренинговых технологий в корпоративном обучении сотрудников организаций индустрии гостеприимства	251
<i>Шевченко Е.П.</i>	Правовое обеспечение системы управления человеческими ресурсами	252
<i>Яблочников С.Л.,</i> <i>Яблочникова И.О.</i>	Кадровый потенциал в условиях четвертой промышленной революции и цифровизации экономики	254
<i>Яковчук В.Н.</i>	Организационная культура как фактор повышения личностного предпринимательского потенциала	257
<i>Yumagulova .M.</i>	Types of Business Systems: Entropy of Development	259

*Приветственное слово ректора
Института предпринимательской деятельности
Цыбовского Виктора Леонидовича*

**к участникам XVI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСЛОВИЙ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ»**

Уважаемые участники конференции, коллеги, друзья, позвольте выразить признательность в Вашем лице всем, проявившим заинтересованность и принимающим участие в работе XVI Международной научно-практической конференции «Повышение эффективности управленческой деятельности по формированию условий, благоприятствующих развитию малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь». Обсуждение указанной проблемы позволит нам всем понять настоящее и увидеть черты будущего экономики нашей страны.

Проектируя экономическую культуру будущего, мы исходим из того, что она представляет собой целостную совокупность подходов на организацию и всестороннее обеспечение экономической и трудовой деятельности человека, реализуемых в обществе. Предполагается, что предпринимательство будет основной движущей силой развития общества.

Общество как социальная сфера, в которой могут создаваться благоприятные условия для развития и эффективной реализации потенциала каждого партнера на основе синергетических усилий разных участников, дает большую надежду на устойчивость, гарантирующую человеку личную и имущественную безопасность, а также научно-обоснованный уровень профессионального становления.

Сегодня мы наблюдаем, что в Республике Беларусь немало субъектов хозяйствования малого и среднего бизнеса, которые, сформировав человеческий капитал, уделяя особое внимание человеческому фактору, правомерно позиционируют себя как высокоэффективные организации, а в условиях неопределенности периодически появляются так называемые «золотые возможности», когда за короткий период времени компании могут заработать значительный капитал.

Мы исходим из того, что эффективная управленческая деятельность, построенная на современных, научно обоснованных принципах, является тем ключевым фактором успеха, который позволит сформировать благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь.

Открывая нашу конференцию, хочу пожелать всем участникам плодотворной работы, интересных дискуссий и удачи во всех начинаниях!

*Председатель Совета ректоров вузов Воронежской области, ректор Воронежского государственного университета, доктор экономических наук, профессор
Ендовицкий Дмитрий Александрович*

Уважаемые коллеги, участники и гости конференции!

От имени многотысячного коллектива Воронежского государственного университета позвольте поздравить вас с началом работы XVI Международной научно-практической конференции «Повышение эффективности управленческой деятельности по формированию условий, благоприятствующих развитию малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь», а также выразить искреннюю признательность руководству и сотрудникам Института предпринимательской деятельности за многолетнее плодотворное сотрудничество в области науки и образования.

Конференция, которая сегодня начинает свою работу в вашем институте, позволит обсудить место высшей школы в создании базовых институтов устойчивого социально-экономического развития наших стран на основе формирования интеллектуального и творческого потенциала специалистов новой генерации, которым предстоит решать принципиально новые задачи созидания и взаимодействия в условиях внешних шоков и угроз современного мира.

Важно отметить, что модель нашего сотрудничества может послужить основой для решения не только подобных научно-образовательных проектов, но и прикладных задач по созданию высокоинтеллектуального общества и инновационной конкурентоспособной экономики в рамках реализации совместных стратегических проектов Российско-Белорусского содружества.

**Желаю всем участникам конференции успешной творческой работы,
интересных дискуссий и доброго здоровья!**

*Ректор Киевского университета рыночных отношений,
кандидат экономических наук, доцент
Черевань Ирина Викторовна*

*Участникам, организаторам и гостям XVI Международной научно-практической
конференции «Повышение эффективности управленческой деятельности
по формированию условий, благоприятствующих развитию малого и среднего бизнеса
в Республике Беларусь»*

Уважаемые участники, организаторы и гости конференции!

Разрешите мне выразить благодарность за приглашение принять участие в столь представительном форуме.

Малый и средний бизнес имеет большое значение для политической, экономической и социальной стабильности каждой страны. Это определяется тем, что он решает многие социально-экономические задачи, такие как: создание дополнительных рабочих мест, уменьшение уровня безработицы, повышение материального благосостояния. Кроме того, малый бизнес участвует в формировании среднего класса, а также в развитии конкурентной среды.

Особенно актуальным на нынешнем этапе являются такие направления развития малого и среднего предпринимательства, как внедрение интеллектуальных технологий управленческой деятельности, пути и методы доступа предприятий к современным зарубежным технологиям, поддержка и стимулирование инновационной деятельности и другие.

Но в этой сфере все еще существует много проблем, которые не способствуют ее эффективному развитию. Серьезной проблемой для украинского предпринимательства на сегодня является долговременная социально-политическая нестабильность, которая сформировала неблагоприятную политико-экономическую среду для развития малого и среднего бизнеса.

Накопленный положительный опыт в Республике Беларусь и других государствах, представленных участниками конференции, бесценен для практиков и развития научной мысли.

**Желаю всем участникам, организаторам и гостям конференции плодотворной
работы, здоровья, счастья и творческих достижений!**

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Сиваков Ю.Л., к.ю.н., доцент, начальник научно-исследовательского отдела
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 октября 2018 г. № 743 утверждена Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года. Если в общих чертах охарактеризовать актуальность и социально-экономическую значимость решения правительства, то следует отметить:

главный посыл Стратегии – больше экономической свободы для бизнеса, формирование конкурентной среды и обеспечение равных условий хозяйствования для субъектов различных форм собственности;

цель – сформировать динамичное развитие сектора малого и среднего предпринимательства, способного улучшить структуру белорусской экономики, повысить ее конкурентоспособность и обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения;

замысел – определение приоритетных направлений на среднесрочную и долгосрочную перспективу, основных задач и принципов совершенствования государственного регулирования и поддержки развития предпринимательства.

В результате реализации Стратегии при согласованных действиях госорганов и бизнеса долю субъектов малого и среднего предпринимательства планируется довести в общем объеме валовой добавленной стоимости к 2030 году до 50%.

Как отметил Министр экономики Республики Беларусь Дмитрий Крутой, в своем интервью телеканалу «Беларусь 1» – *«В Беларуси планируется создать систему мониторинга решений государственных органов, которые будут препятствовать или ущемлять права бизнеса»*. По словам министра, равные условия на рынке для всех субъектов хозяйствования, независимо от формы собственности – это один из основных принципов работы в сегменте малого и среднего предпринимательства.

В целом можно считать, что принято решение стратегическое, разумное, научно обоснованное. Вопрос в том, имеем ли мы гарантии и уверенность, что оно будет выполнено в указанные сроки и в полном объеме. Об этих гарантиях пока речи не идет.

Реализация принятого решения – это своего рода процесс, содержанием которого является:

1. Определение путей и способов реализации замысла правительства через формирование, так называемого, «Soft Way» – «безопасного фарватера», для беспрепятственного движения к заданной цели.

2. Установление критериев и создание индикаторов мониторинга правильности движения заданным курсом и эффективности проводимых мероприятий в процессе этого движения.

3. Создание специализированной системы контроля, через периодическое вычисление «вектора состояния» и уточнение, на этой основе, «вектора ошибки» по отношению к заданным параметрам последовательного выхода на конечный результат.

4. Формирование мотивационной среды для участников процесса реализации конкретного правительственного решения, а также определение действенных стимулов для побуждения к деловой активности, утративших заинтересованность.

5. Организация эффективной системы информационно-аналитического обеспечения процесса реализации принятой на правительственном уровне Стратегии.

В целом, следует иметь в виду, что гарантированная реализация перечисленных задач возможна лишь при использовании интеллектуальных технологий управленческой деятельности, в основу которых должна быть положена современная, инновационная парадигма управления, предопределяющая:

1. Осознание руководящим составом органов государственного управления и исполнительной власти сути и содержания тех революционных преобразований, которые в последний период времени произошли в мировом сообществе. С учетом особенностей трансформаций множества, мобильности и ментальности, нам необходимо под несколько другим углом зрения видеть суть понятия и структуры власти.

2. Понимание того, что сегодня власть переходит от мускулов к интеллекту. Сегодня власть – это сила, проявляемая через реализацию лидерских качеств руководителя, уровень его интеллекта и эрудиции при отношении к людям с «уважением, заботой и честностью» независимо от их социального положения. Эффективность власти проявляется через «устойчивость по предсказуемости», которая должна обеспечиваться руководителем в процессе «балансировочного режима» движения к заданной цели, в рамках SOFT WAY, т.е. «безопасного фарватера».

3. Декларирование ценности и значимости человеческих ресурсов организации и страны в целом, а на этой основе – целенаправленное формирование общественного порядка, способствующего их сбережению, развитию и эффективному использованию.

4. Нарращивание суммарного интеллектуального капитала в обществе, представляющего собой – ценности и ценностные ориентации руководителей.

Соответствие руководителей своему предназначению в сочетании с суммарной компетентностью сотрудников, позволяющее четко определять цели и достигать их с наименьшими транзакционными издержками.

5. Последовательное расширение полномочий руководителей в процессе управленческой деятельности и разумно взвешенное культивирование социальной и других видов их ответственности.

Инновационная парадигма управления реализуется через механизм интеллектуальной технологии управленческой деятельности, представляющий собой:

1. Целенаправленное формирование и последовательное развитие у руководящего состава управленческих компетенций.

2. Повсеместное внедрение в практику управленческой и трудовой деятельности современных технических средств.

3. Оптимизацию объема и содержания функциональных и управленческих задач за счет внедрения современных информационных технологий.

Подводя итог, следует отметить, что основным средством эффективной реализации стратегии развития отечественного предпринимательства является использование руководителями органов государственного управления и исполнительной власти интеллектуальных технологий управленческой деятельности. Что, в свою очередь, предопределяет необходимость:

видения и актуализации тенденций обособления управленческих наук, восприятие управленческой деятельности не только как профессии, но и как искусства;

осознания влияния экономики знаний на поведение физических и юридических лиц в процессе экономической и трудовой деятельности;

осуществление уточнений и корректировок содержания основных классических функций управления, реализуя политику последовательного отказа от принципа «управления по отклонениям», проводя целенаправленную работу по децентрализации управленческих функций, признавая первостепенную важность человеческих ресурсов организации.

ЗВАРОТ ДА МІНУЛАГА – КІРАВАННЕ ГРАМАДСТВАМ І ЭКАНАМІЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦЮ Ё ГАРАДАХ І ПАВЕТАХ ВКЛ

*Рабышка В.Э., к.гіст.н., дацэнт
Інстытут прадпрымальніцкай дзейнасці, г. Мінск*

Кіраванне – якасць, ўнутрана ўласцівая грамадству на любым узроўні яго развіцця. Яно мае ўсеагульны характар і выцякае з сістэмнай прыроды грамадства, з грамадскай, калектыўнай працы людзей. Кіраванне ўнутрана неабходна як для грамадства ў цэлым, так і для кожнай з яго частак, таму ступень арганізацыі механізмаў кіравання можа разглядацца ў якасці аднаго з істотных паказчыкаў ўзроўню развіцця і самога грамадства, і кожнай з яго сфер.

Найважнейшай функцыяй кіравання выступае найбольш поўнае ўключэнне ў кіраўнічую дзейнасць найбольш адораных у гэтым дачыненні грамадзян, стварэнне свайго роду «кіраўніцкай эліты», надзеленай даверам грамадства, якая прафесійна выконвае яго галоўную місію – стварэнне прасторы для самаразвіцця.

Адным з немалаважных аспектаў кіравання грамадствам з'яўляецца кіраванне эканамічнай дзейнасцю. Нягледзячы на тое, што праблема кіравання эканамічнай дзейнасцю «старая, як свет» і з'яўляецца практычна тады ж, калі і само чалавечае грамадства, паколькі патрэба ў кіраванні эканамічнай дзейнасцю існуе ў любым грамадстве на розных стадыях яго развіцця, яна не страціла сваёй актуальнасці і сёння. І выклікана гэта, перш за ўсё, тым, што грамадства, асабліва на сучасным этапе, дынамічна развіваецца. Зварот да названай праблемы надзвычай актуальны і ў цяперашні час, паколькі сітуацыя і ўзровень развіцця сучасных грамадстваў ўнікальныя і патрабуюць адэкватнага ім кіравання эканамічнай дзейнасцю. Зыходзячы з вышэйсказанага асабліва важны гістарычны аналіз дадзенай тэмы, зварот да мінулага нашай дзяржавы, якое мае вельмі важнае значэнне для паспяховага і эфектыўнага кіравання грамадствам і эканамічнай дзейнасцю Беларусі.

Вялікае Княства Літоўскае насіла характар федэрацыі валасцей і зямель, якія захоўвалі сваё асаблівае валасное уладкаванне і аб'яднаных толькі вярхоўнай уладай гаспадара Вялікага князя і яго паноў-рады.

Землі кіраваліся на аснове статутных Грамат, своеасаблівых законаў, якія рэгулявалі ўсе бакі грамадскага жыцця. Статутныя граматы прадугледжвалі наяўнасць у зямель сваёй казны, прысутнасць гарадскіх выбарных на судзе вялікакняскага намесніка, ўсталёўвалі іншыя нормы крымінальнага і грамадзянскага права. Вялікі князь гарантаваў жыхарам зямель асабістую недатыкальнасць і бяспеку. У галіне маёмасных правоў грамадзян Граматамі вызначаліся правы валодання маёмасцю, атрымання спадчыны. Граматы забяспечвалі таксама працэсуальнае права, абаранялі асобу ад ушчамлення з боку мясцовай адміністрацыі.

Асаблівасцю мясцовага кіравання ў ваяводствах і паветах ВКЛ была наяўнасць саслоўна-калегіяльных органаў – сеймікаў (соймікаў), у працы якіх маглі прымаць удзел неабмежаваныя нічым шляхцічы, якія пражывалі у дадзеным ваяводстве або павеце. На гэтых соймах прымалі ўдзел мясцовыя землеўладальнікі і гараджане («мяшчане»), апошнія ў асобе сваіх прадстаўнікоў; аднак чым далей, тым больш землеўладальніцкая шляхта адыгрывала на валасных соймах пераважную ролю і ператварала іх у свае саслоўныя органы, адлучаючыся ад мяшчанства. Заканадаўчае афармленне, парадак склікання паветавых сеймікаў і іх кампетэнцыя былі замацаваны ў Статуце 1566 г. (арт.5 раздзела III).

Некалькі прасцей па структуры выглядала адміністрацыя ў воласці, узначальваў якую ў XVI ст. дзяржаўца. Яму падпарадкоўваліся сельскія войты, сотнікі, сарочнікі, Дзесятнікі, старцы, дзякі, дзіцячыя і іншыя асобы адміністрацыі ўлады.

У вёсках дзейнічалі органы сялянскага самакіравання – сельскія сходы і старцы. Старцы выбіраліся на сельскіх сходах. Старцы назіралі за выкананнем грамадскіх работ

(будаўніцтва мастоў, замкаў, дарог), збіралі і адвозілі ва ўстаноўленыя месцы падаткі, удзельнічалі ў ажыццяўленні правасуддзя.

Па сваім прынцыпам складвалася кіраванне грамадствам і эканамічнай дзейнасцю ў гарадах ВКЛ. Шэраг прывілеяў і льгот у гарадах спрыяў эканамічнай дзейнасці насельніцтва. Натуральна, што чым больш прыкметнай станавілася роля гарадоў у эканамічнай жыцця дзяржавы, тым настойлівей выступалі гараджане з патрабаваннем палітычных гарантый у грамадстве.

Дасягнуты ўзровень гарадскога жыцця апынуўся ў супярэчнасці з традыцыйнымі прававымі нормаў. Мабыць, гэты канфлікт наспяваў на працягу доўгага часу і, натуральна, раней іншых вастрыня яго праявілася ў буйных гарадах. Не выпадкова яны першымі атрымалі Магдэбургскае права. Гэта былі, як вядома, Брэст, Гродна, Слуцк, Полацк, Мінск. Толькі ў змене сацыяльнай структуры насельніцтва і ў змененым узроўні эканамічнай дзейнасці гарадоў у якасці цэнтраў рамяства і гандлю можна знайсці рэальную глебу для зацвярджэння ў гарадах Беларусі Магдэбургскага права. Наданне гарадам самакіравання было, несумненна, прызнаннем за імі пэўнай грамадскай сілы, важнай ролі ў лёсе дзяржавы. Яно склала цэлы этап яго сацыяльна-эканамічнай гісторыі.

Галоўным органам гарадскога самакіравання была рада. Да паўнамоцтваў рады адносіліся: усталяванне коштаў на хлеб і іншыя асноўныя тавары; кантроль за дзейнасцю рынкаў, гасціных двароў, рамесных цэхаў; кантроль за выкананнем сістэмы мер і вагаў; раскладка сярод гараджан падаткаў і іх збор; загадванне гарадской казной і турмой. У канцы тэрміну сваіх паўнамоцтваў рада ўяўляла войту і мяшчанам справаздачу.

Абарону гарадскога рынку ад прыватнаўладальніцкіх юрыдык рада гарадоў нярэдка ажыццяўляла шляхам рэпрэсій супраць рамеснікаў і гандляроў, якія знаходзіліся пад уладай феодалаў. У Менску, напрыклад, рада забараняла ім весці гандаль і выганяла з рынку, у Магілёве па загадзе рады разбураліся крамы, пабудаваныя на гарадскім рынку прыватнаўладальніцкімі гараджанамі.

Рада строга сачыла за тым, каб гандаль веўся толькі на рынку і катэгарычна забараняла гандаль на вуліцах і ў дамах. Напрыклад, у 1643 годзе рада Полацка прыняла 7 верасня спецыяльнае рашэнне, у якім прадпісвала «абы так Запалачане, Зарачане і Кабачане не купавалі і не важылісе прагнае маўлення, збожа ўсякага і будавання прагнага ў дамах, а толькі на рынку», каб пазбегнуць дарагоўлі. Такого роду распараджэнні ўтрымліваюць кнігі рады Магілёва, Брэста, Гродна, Мінска, Слуцка.

Аб пачатку гандлю абвешчана вывешаная над варотамі рынку «гандлёвая харугоўка». Першае права куплі прадуктаў і сыравіны для рамеснай вытворчасці надавалася рамесным майстрам. Да таго часу, пакуль яны не зрабляць патрэбныя закупкі, ніхто не меў права пад пагрозай канфіскацыі набываць гэтыя тавары. Напрыклад, у Магілёве, Брэсце, Полацку саладоўнікі мелі права першых пакупнікоў збожжа, кавалі – закупкі вугалю і г.д., разам з тым рада забараняла закупляць патрэбныя для рамяства тавары ў колькасці, які перавышаў вытворчыя патрэбы майстра. Такім шляхам яна імкнулася не дапусціць спекуляцый харчаваннем і сыравінай, у якіх гарады заўсёды востра мелі патрэбу.

Гэтак жа рупліва сачыла рада за захаваннем зямельных участкаў, якія належалі гораду. Кожная спроба феодалаў паквапіцца на гэтыя землі сустракала супраціўленне. Размеркаванне участкаў, перадача іх у валоданне, па спадчыне, купля і продаж вырабляліся толькі з дазволу рады. Кожны такі акт заносіўся ў кнігу рады з абавязковым указаннем, што за атрыманы або набыты ўчастак гараджанін абавязаны несці устаноўленыя павіннасці і паборы на карысць горада.

Складаным абавязкам рады быў збор падаткаў і пабораў. Яе выконвалі спецыяльна прызначаныя асобы. У Брэсце, Гродне яны насілі назву шафары, у Полацку, Магілёве – бірчыя. Акрамя рэгулярных штогадовых падаткаў, якія ішлі ў казну, гараджанам даводзілася несці выдаткі на пастой воінскіх атрадаў, якія размясціліся ў горадзе.

Аналізуючы эканамічную дзейнасць гарадоў, трэба адзначыць, што яна не вычэрпвалася роляй цэнтра рамяства і гандлю. Асобным гарадам былі ўласцівыя спецыяльныя віды эканамічнай дзейнасці. Так, Віцебск, і, асабліва, Полацк, былі буйнымі партовымі гарадамі. Брэст спалучаў функцыі рачнога порта і цэнтра, якія праходзілі праз яго сухапутных дарог з тэрыторыі сучасных Украіны, Беларусі, Літвы ў Польшчу. Рачным портам быў і Магілёў, але яго значэнне ў гэтай сферы было меншым, паколькі Днепр з'яўляўся галоўным чынам унутранай воднай артэрыяй Вялікага Княства Літоўскага. Ролю партовых гарадоў выконвалі таксама Слуцк, Пінск, Бабруйск, Нясвіж, размешчаныя на буйных рэках, па якіх вывозілі тавары за межы краіны купецтва і феадалы.

Буйныя, а таксама некаторыя сярэднія і малыя гарады і мястэчкі былі цэнтрамі кірмашовай гандлю. Пра кірмашы ў мястэчках Даўгінава, Кабыльнікі, куды ездзілі магілёўскія купцы, паведамляе запіс магістрацкай кнігі Магілёва за 1643 год.

Малыя гарады і мястэчкі, размешчаныя на ажыўленых гандлёвых шляхах – «гасцінцах» – ператвараліся ў месца пастоя купецкіх абозаў.

Такім чынам, дзяржаўны апарат ВКЛ У XVI ст. інтэнсіўна развіваўся. У яго развіцці выразна праяўляліся такія тэндэнцыі як ускладненне структуры, уніфікацыя мясцовых органаў, цэнтралізацыя. Менавіта ў другой палове XVI ст. завяршаўся працэс складання і прававога замацавання асноўных звёнаў дзяржаўнага апарату.

Магдэбургскае права служыла асновай, на якой будаваўся будынак гарадскога самакіравання. Гарады сталі цэнтрамі рамяства і гандлю, культуры, вальнадумства і дэмакратычных традыцый. У гарадах, дзякуючы сістэме самакіравання, ствараліся ўмовы для эфектыўнага развіцця эканамічнай дзейнасці. Можна сказаць, што на самой справе арганізацыя жыцця гарадоў не выходзіла за межы феадальнай падпарадкаванасці, але яна была рэвалюцыйнай ў плане развіцця вытворчасці, гандлю і абмену. І менавіта магдэбургскае права стала тым пераходным момантам, які падрыхтаваў падмурак для фарміравання новых эканамічных адносін.

Літаратура

1. Вялікае Княства Літоўскае: палітыка, эканоміка, культура: зборнік навуковых артыкулаў: у 2 ч. / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Інстытут гісторыі. – Мінск: Беларуская навука, 2017.

2. Магдэбургское право и его значение для развития правовой системы ВКЛ / Мисаревич Н.В. // Правая думка і праватворчасць : зборнік матэрыялаў міжнароднай навуковай канферэнцыі [«Палітычная і правая думка ВКЛ і Рэчы Паспалітай XVI—XVIII стст. і яе ўплыў на права і правую сістэму»], прысвечанай 75-годдзю доктара юрыдычных навук, прафесара Сокала Сцяпана Фёдаравіча, 24-25 лістапада 2017 г., [г. Мінск / рэдкалегія: С.Ф. Сокал, С.М. Токць, Н.М. Ганушчанка]. – Мінск, 2018. – С. 166-171.

3. Магдэбургское право и развитие ремесла и торговли на белорусских землях: некоторые аспекты / Н. В. Мисаревич // Сацыяльна-эканамічныя і правыя даследаванні : навукова-практычны і інфармацыйна-метадычны часопіс / заснавальнік Прыватная ўстанова адукацыі «БІП – Інстытут правазнаўства». – 2017. – № 4. – С. 20-27.

4. Обысов, А.Н. Управление человеческой деятельностью в индустриальных и постиндустриальных обществах (социально-философский анализ) // Преподаватель XXI век. – 2011. – № 4. – С. 362-368; 0,6 п.л.

5. Сліўкін, В. Прывілей аб наданні гораду Лідзе магдэбургскага права / В. Сліўкін // Лідскі летапісец. – 1999. – №8. – С. 15-18.

6. Статут Вялікага Княства Літоўскага, 1588 / [пераклад на сучасную беларускую мову: А.С. Шагун. – Мінск : Беларусь, 2016. – 261, [2] с.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ, ПРИ КОТОРЫХ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УКРАИНЕ

*Чугаенко Ю.А., д.и.н., к.э.н., профессор, заведующий отделом аспирантуры
Киевский университет рыночных отношений, г. Киев, Украина*

В отличие от всех других видов ресурсов, используемых в общественном производстве, человеческие ресурсы – это работники, наделенные сознанием, имеющие определенные профессиональные навыки, знания, которые могут использовать их в трудовом процессе при определенных условиях.

Человеческие ресурсы все, как правило, находятся на производственных и социальных объектах – здесь они формируются, развиваются, используются, восстанавливаются, воспроизводятся.

Так происходит в большинстве государств со стабильной политической и экономической обстановкой.

К сожалению это не касается Украины. Несмотря на победные реляции власть предержащих, обстановка в сфере экономики в целом катастрофическая. Такие отрасли науки и производства, как кибернетика, математика, судостроение, ракетостроение, самолётостроение, турбостроение, приборостроение, были на Украине одними из самых передовых в мире. Всего этого уже нет. Утеряно безвозвратно, разворовано, уничтожено. И это происходило не только в последние 5 лет. Этот процесс продолжался все годы независимости. Но за период после февральских событий 2014 года он невероятно ускорился и практически завершился.

Жители Украины прекрасно помнят, что было ещё пять лет назад, и видят, как стало сейчас. Достаточно посмотреть на то, как изменилось соотношение доходов населения и сумм коммунальных платежей, как изменилась ситуация с безопасностью и здравоохранением. За последние годы произошёл полный развал медицинского обслуживания, системы скорой помощи, перинатальной медицины и системы поддержки и патронажа семей с маленькими детьми.

Единственное, чем мы можем похвастаться, это некоторый рост показателей в растениеводстве и сопутствующих отраслях. Примерно в два раза выросло по сравнению с 1991 годом производство зерновых и картофеля, в четыре раза – растительного масла.

Основываясь на этом и декларируя о трансформации Украины в аграрное государство, власти, с одной стороны, расписываются в своей неспособности выправить ситуацию в производственном секторе, и прежде всего в промышленности, а с другой – обрекают население, особенно молодёжь, на миграцию в поисках лучшей жизни.

Естественно, возникает вопрос – каковы причины нынешнего состояния Украины в целом и экономики, в частности и что нужно сделать для коренного улучшения управления человеческими ресурсами в стране?

Когда слушаешь высшее руководство страны, значительную часть политиков и экспертов у них причина одна – агрессия России, сепаратизм, терроризм. Но поскольку нынешняя власть не там ищет причины возникновения неурядиц в стране, то она тем самым не способна или не хочет их прекратить.

С моей и не только точки зрения причиной экономического коллапса страны является жлобство, но не в бытовом понимании, а в политическом. Политическое жлобство выступает и специфическими условиями, в которых происходит управление человеческими ресурсами в Украине.

Может возникнуть вопрос, почему я уделяю внимание раскрытию не экономических причин создавшегося положения, а акцентирую внимание на таком понятии, как политическое жлобство?

Действительно, оно не заслуживало бы внимания, если бы не стало источником ошибочных, преступных, драматических и трагических последствий, обрушившихся на нашу страну в последние пять лет.

Чтобы понять сущность политического жлобства, необходимо указать, что лежит в его основе, на чем он базируется.

В его основе лежит некомпетентность, непрофессионализм, самолюбование, чувство своего превосходства по отношению к другим, желание унижить, по возможности «раздавить» того, кто по своим интеллектуальным данным выше, наделен способностью и умением управлять людскими обществами на разных уровнях. К этим «качествам» следует добавить и неумение и нежелание учитывать взгляды других, использовать их при выработке ответственных, судьбоносных решений, имеющих общегосударственное значение.

Исходя из этого вытекают и главные задачи политического жлобства, которые оно ставит перед собой, а именно:

поддержка руководителей государственных органов, повязанных круговой порукой и интересами личной наживы;

создание как можно больше всякого рода комитетов, департаментов с актуальным названием, на которые выделяются значительные бюджетные средства, создавая тем самым возможность их затем «пилить» и руководителями которых назначать своих, близких по духу и по крови людей независимо от профессиональной пригодности;

заручиться поддержкой иностранных государств и организаций по развалу отечественной экономики, безостановочному росту потребительских цен и цен за коммунальные услуги, выдавая при этом идейно-политический хаос, межэтнические и межконфессиональные противоречия, переходящие порой в столкновения, за полную и широкую демократию украинского общества. Безусловно, идя им, прежде всего заокеанским друзьям, на всякого рода уступки.

передать жлобизм в наследство поколениям в верхних этажах власти как образ жизни и как способ существования.

После сказанного есть смысл сравнить бытовой и политический жлобизм. Бытовой жлобизм усиливает морально-психологические страдания отдельной личности, политический – разрушительно влияет на духовные устои народа, на государственное устройство, на социально-экономический фундамент общества.

Таким образом, политический жлобизм – это социальная болезнь, которой охвачены многие современные политики разных уровней, крупные и не очень олигархи с той ее отличительной особенностью, что уровень политического развития указанных субъектов значительно отстает от роста уровня их материального обогащения [1.с.81-82].

А вот как эта болезнь сказывается на результатах развития экономики страны. В глобальном рейтинге конкурентоспособности стран Украина в 2018 году заняла 83 место из 140 стран. Справедливости ради заметим, что место Украины по сравнению с предыдущим годом улучшилось на 6 позиций. Это хорошо или плохо. Проведем сравнение. Страны-соседи Украины заняли такие места: Россия – 43, Польша – 37, Словакия – 41, Венгрия – 48, Румыния – 52. Ниже оказалась только Молдова – 88 [2].

Основной причиной такого невысокого результата является монополизм.

Что такое монополия по-украински? Это гремучая смесь экономики, политики, коррупции и тяжелого криминала, где рыночное положение субъекта предпринимательства зависит не от эффективности производственных или управленческих процессов, а от силы политического лобби, которое за ним стоит, и глубины коррупционных каналов, которые покрывают нарушения хозяйственного, а нередко и уголовного кодексов.

Какой выход из создавшегося положения?

Полностью изменить систему управления государством, устранив из органов власти непрофессионалов, коррумпированных чиновников на всех уровнях.

Разработать и проводить в жизнь экономическую политику, отвечающую интересам страны и ее народа.

Восстановить в полном объеме дружественные отношения с государствами – соседями, и прежде всего с Россией.

Способно ли на это новое руководство Украины – трудно сказать, но очень хотелось бы верить.

Литература

1. Головатий, М.Ф., Дмитренко, Г.А., Солодков, В.Т. Оздоровлення нації в об'єктиві науки, або доля України: як її змінити: науково-публіцистичне видання, 2-ге видання, доповнене. – К.: ДКС-Центр, 2019. – 272 с.

2. Украина заняла 83 место из 140 в рейтинге глобальной конкурентоспособности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/2560361/>

3. Человеческий капитал, человеческий потенциал, человеческие ресурсы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artifex.com.ua/hr/chelovecheskij/>

4. Коррупция – «внутренний враг» Украины: анализ отчета Хельсинкской комиссии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ua.news/ru/korupsiya-vnutrishnij-vorog-ukrayiny-analiz-zvitu-gelsinkskoyi-komisiyi/>

РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ ДЛЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Лицук Е.Н., к.э.н., доцент, проректор по научной работе

Чистякова О.А., к.э.н., доцент зав. кафедрой бухгалтерского учета и аудита

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-10-00908 «Исследование проблемы трудоустройства молодых специалистов на рынке труда»

В целях повышения организации и производительности труда многие работодатели устанавливают требования к квалификации работников и принимают определенные кадровые решения, руководствуясь профессиональными стандартами (далее – профстандарты). При этом их применение для одних работодателей имеет рекомендательный характер, для других – является обязательным.

В соответствии со ст.195.1 Трудового кодекса Российской Федерации (далее – ТК РФ) профессиональный стандарт – это характеристика квалификации, которая необходима работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции [1].

На сегодняшний день в России профстандарты действуют в более чем 30 различных областях деятельности, а их число насчитывает более тысячи. Несмотря на продолжающуюся активную работу по разработке и утверждению новых профстандартов, не утратили силу и квалификационные справочники. Положения последних применяются работодателями при отсутствии профстандарта.

Актуальным вопросом для работодателей коммерческой сферы по-прежнему остается вопрос обязательности применения профстандартов. Минтруд России выделяет два случая, когда профстандарты являются обязательными для применения, а именно:

если у государства к работникам для выполнения какой-либо работы есть специальные требования (особые условия допуска, требования к квалификации) и эти требования установлены нормативно-правовыми актами;

если с выполнением работы связано наличие льгот, гарантий и ограничений (например, с состоянием здоровья работников, с обязательностью профессионального обучения, с отсутствием судимости и др.).

В качестве примера можно привести следующие виды деятельности, в которых применение профстандартов носит обязательный характер:

аудиторская деятельность;

деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учета;

консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;

педагогическая деятельность;

работа в медицине и фармацевтике;

деятельность в области охраны труда;

и др.

Обращает на себя внимание статья 195.3 ТК РФ, в соответствии с которой, если даже профстандарт для работы у того или иного работодателя по какой-либо должности необязателен по закону, он все равно должен применяться в качестве основы для определения требований к квалификации работников. Следовательно, инициативное применение профстандартов со стороны работодателей снижает правовые риски организации в случае проверок надзорными органами [2].

Следование требованиям профстандартов необходимо также учитывать работникам, которым надо пройти процедуру аттестации для подтверждения соответствия своих квалификаций и претендентам, которые находятся в активном поиске работы (в т.ч. молодым специалистам).

Так, чтобы определить соответствие или несоответствие работника (претендента на должность) требованиям профстандарта, работодателю следует оценить: наличие соответствующего уровня образования и минимального опыта практической работы; соответствие особым условиям допуска к работе; владение трудовыми функциями; наличие умений и знаний, необходимых для выполнения работы.

По данным проведенных исследований как среди квалифицированных рабочих и служащих, так и специалистов среднего звена только 68 % работают по полученной специальности или профессии [3]. Наиболее низкий уровень соответствия направления подготовки и текущей работы выявлен у бухгалтеров. Это, на наш взгляд, обусловлено несколькими причинами.

Во-первых, руководствуясь действующим профстандартом «Бухгалтер» [4], даже при наличии профессионального образования, претенденту на должность бухгалтера необходим опыт не менее года, а на должность главного бухгалтера – не менее 5 лет (при наличии высшего образования) и 7 лет (при наличии среднего профессионального образования), соответственно.

Во-вторых, сложившаяся ситуация связана с освоением не в полной мере профессиональных компетенций в период обучения в ВУЗах, что обусловлено недостаточным количеством часов, предусмотренных учебными планами на освоение профессиональных дисциплин, а также сокращением периода обучения в связи с переходом на болонскую систему образования. Это, в свою очередь, сказывается на низком качестве знаний в профессиональной сфере и недостаточных умений для выполнения учетно-аналитической работы. Как следствие, получившие образование бухгалтеры работают менеджерами или выбирают сферу торговли, государственного и муниципального управления. При этом около трети молодых людей отметили, что при трудоустройстве особых возможностей выбора работы у них не было. В этой связи они трудоустроивались не по специальности. Исследователями установлено, что трудоустройство на работу, не

требующую имеющегося образования, приводят к более низкой заработной плате, низкой удовлетворенности работой и психологическим проблемам. Как следствие, по результатам опроса, только в Новосибирской области более половины молодых работников 50 % намерены поменять свою работу [3].

Тем не менее в целях минимизации кадровых и правовых рисков при приеме работников на работу работодателю следует учитывать требования, предъявляемые профстандартами.

Внедрение же профстандартов требует не только значительных трудозатрат, но и может нести для работодателя правовые последствия. Для этого необходима планомерная и поэтапная реализация следующих работ.

Организационные мероприятия включают: создание рабочей группы; разработку плана внедрения профстандартов; информирование работников о начале внедрения профстандартов; анализ принятых профстандартов с учетом видов деятельности организации и формирование списка необходимых для внедрения профстандартов.

Проверка локальных нормативных актов организации предполагает экспертизу штатного расписания, правил внутреннего трудового распорядка, должностных инструкций и других документов с последующим внесением изменений в них, а также анализ соответствия между содержанием трудовых договоров и содержанием локальных нормативных актов в новой редакции.

Оценка персонала на соответствие квалификации работников требованиям профстандартов. Методики и этапы выявления соответствия квалификации работников профстандарту могут отличаться. Однако в центре внимания будет проверка документов работников об образовании, полученных квалификациях, опыте работы и сравнение полученных данных с профстандартами. Кроме того, ТК РФ предусматривает право работодателя проводить аттестацию работников. Поэтому оценку персонала в условиях внедрения профстандартов лучше провести в порядке официального проведения аттестации.

На заключительном этапе рабочая группа представляет руководителю отчет о выполнении плана внедрения профстандартов. Если выяснилось, что работник не соответствует профстандарту, работодателю нужно учесть, что вступление в силу профстандартов не является основанием для увольнения работника. Работника можно уволить только по результатам аттестации по причине несоответствия занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации, руководствуясь п.3 ст.81 ТК РФ. Чтобы уволить по данному основанию, работодателю необходимо четко соблюсти установленные ТК РФ процедуры. В противном случае увольнение может быть признано незаконным.

Мониторинг утверждения новых профстандартов представляет собой периодическую работу для определения обязательности их применения для организации. В случае принятия нового профстандарта, который обязателен для организации, необходимо повторно организовать работу по анализу соответствия должностей, специальностей и квалификации работников на соответствие ему.

В условиях динамичных изменений в мировой и национальной бизнес-среде постоянно появляются новые вызовы, с которыми сталкиваются работодатели и молодые специалисты. Требования профстандартов следует учитывать работодателям для снижения кадровых рисков и совершенствования кадровой политики в своей деятельности, а также молодым специалистам – при выборе траектории своего профессионального развития.

Литература

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019) – Режим доступа: КонсультантПлюс.

2. Лищук Е.Н., Беликова Н.В. Особенности проведения кадрового аудита в современных организациях // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 1(68). – С. 191-209.

3. Батхишиг, И., Капелюк С.Д., Лищук Е.Н., Наранцэцэг Н., Сувдаа Н., Болдбаатар Г. Тенденции развития рынка труда в регионах России и Монголии // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2018. – № 4(26). – С. 19-29.

Профессиональный стандарт «Бухгалтер»: утвержден приказом Минтруда России от 21.02.2019 № 103н – Режим доступа: КонсультантПлюс.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ¹

Ломсадзе Д.Г., к.э.н., доцент

Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Россия

Актуальность темы исследования. В последние десятилетия в России, как и в большинстве стран мира, наряду с другими глобальными проблемами мировой экономики, все больше признают, что теневая экономика, как специфическая хозяйственная деятельность, находящаяся за пределами видимости и контроля систем государственного и наднационального регулирования, налогообложения и надзора, является довольно серьезной угрозой и препятствием для развития как отдельных стран, так и мировой системы в целом. Исторический опыт свидетельствует о том, что теневая экономика всегда существовала во всех социально-экономических формациях и сегодня она так же остается неотъемлемой частью современного рыночного хозяйства. Неизбежность присутствия в тех или иных формах самой теневой предопределяется объективным характером причин её существования, среди которых можно выделить антропогенные, социальные, экономические, политические, правовые, этические, культурные, религиозные и иные причины. При этом, вне зависимости от степени влияния тех или иных факторов следует признать, что сегодня существуют довольно серьезные отличия в масштабах и структуре проявлений теневой экономики в разных странах мира. Во многом это объясняется специфическим характером эволюционных процессов формирования национальных хозяйственных экономических систем, структурными проблемами становления их государственных и социально-экономических институтов. Так в большинстве развитых стран мира, в частности ЕС, удельный вес теневого сектора экономики весьма незначителен и составляет порядка 5-10% ВВП, в то время как в России доля этой экономики оценивается около 47% ВВП². Несмотря на схожесть проявлений проблем теневой экономики для европейских стран и России, можно отметить существенные различия в базовых концептуальных подходах к пониманию её природы, сущности, угроз и методов борьбы с её проявлениями. Анализ сложившихся теоретических представлений о теневой экономике отличается многообразием подходов: юридического, экономического, статистического, культурологического, социологического и т.д. Это обстоятельство характеризует теневую экономику как сложное и многомерное явление, носящее ярко выраженный междисциплинарный характер. В тоже время, предлагаемый к рассмотрению *институциональный подход*, рассматривающий теневую экономику в рамках междисциплинарной концепции неинституциональной экономической теории, позволяет дать ответы на множество вопросов не только в фундаментальных областях, но и в прикладных вопросах эффективного противодействия этому негативному явлению.

¹ Статья подготовлена и публикуется в рамках реализации проекта программы Эразмус +, акции Жана Монне «Образовательный модуль»: «Преодоление теневой экономики: адаптация европейского опыта в России» (SHEXP)

² Hassan Mai and Schneider Friedrich /Size and Development of the Shadow Economies of 157 Worldwide Countries: Updated and New Measures from 1999 to 2013/ Journal of Global Economics. 2016

Исследование концептуальных проблем теневой экономики на основе изучения и анализа современных научных подходов европейских ученых и практического опыта ЕС по эффективной борьбе с теневой экономикой, позволил установить роль базовых институтов рыночного хозяйства и уровень их влияния на её масштабы. На примере одного из таких институтов – «налоговой культуры», была установлена высокая степень её корреляции с размерами теневой экономики.

Гипотеза исследования. В качестве рабочей гипотезы исследования выдвинуто предположение, что использование *институционального подхода* в рамках неинституциональной теории, которая является фундаментальной основой современных научных воззрений западной научной школы на теневую экономику, во многом обеспечивает эффективность практических мер по противодействию ей в Европейском Союзе. В тоже время, для современной России характерно традиционное доминирование правового подхода в вопросах борьбы с теневой экономикой, сложившегося в рамках архаичных представлений и принципов неоклассической либеральной экономической теории, исключая какую-либо роль и воздействие на внутренние процессы неформальных институтов. Анализ степени влияния на теневую экономику налоговой культуры, как одного из важных социально-экономических институтов в системе рыночного хозяйства, позволяет сделать вывод о том, что она имеет значительный потенциал влияния на теневую экономику и в значительной степени определяет ее масштабы и проявления. Поэтому полагаем, что необходимо совершенствование отечественных академических исследований в области теории и практики теневой экономики и разработка нового теоретико-методологического обоснования современной концепции по борьбе с теневой экономикой в России на основе институционального подхода.

Степень изученности проблемы. Среди работ российских авторов, работающих в институциональном направлении проблем теневой экономики следует отметить работы А.А. Азуана [1], Б.В. Корнейчука [2], Ю.В. Латова [3], Р.М. Нуреева [4], А.Н. Олейника [5], Ю.Н. Попова [6], В.В. Радаева [7], В.И. Самаруха, В.Ю. Бурова [8], В.Л. Тамбовцева [9], Л.М. Тимофеева [10] и других.

Несмотря на наличие работ в исследуемой сфере, необходимо отметить, что в России еще недостаточно внимания уделяется вопросам теоретико-методологического исследований изучения сущности, природы и масштабов теневой экономики с позиции современной неинституциональной теории. Актуальность и практическая значимость поставленной проблемы, а также недостаточная разработанность в России ее теоретических аспектов на основе институционального подхода, характерного для зарубежного научного опыта и практик, предопределили выбор темы исследования, его цель и задачи.

Цель и задачи исследования: Цель работы заключается в исследовании основных теоретико-методологических подходов к теневой экономике как к явлению, обосновании необходимости применения институционального подхода, как наиболее комплексного в оценке её сущности, и использовании зарубежного научного и практического опыта при решении концептуальных и прикладных задач по противодействию ей в России.

Достижение поставленной цели предопределяет необходимость решения следующих задач:

систематизация основных теоретико-методологических подходов к теневой экономике;

обоснование институционального подхода как концептуальной основы методологии анализа теневой экономики;

изучение международного опыта измерения теневой экономики и оценки факторов влияющих на ее масштабы;

изучение европейского научно-практического опыта противодействия теневой экономике;

исследование роли, значения и степени влияния институционального фактора налоговой культуры на масштабы теневой экономики.

Заключение. Исследование концептуальных проблем теневой экономики на основе изучения и анализа современных научных подходов европейских ученых и практического опыта ЕС по эффективной борьбе с теневой экономикой, позволило выявить роль базовых институтов системы рыночного хозяйства, а так же уровень их влияния на её масштабы. На примере одного из таких институтов – налоговой культуры, была определена степень её корреляции с размерами теневой экономики.

Литература

1. Азуан, А.А. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: Учебник / Под ред. А.А. Аузана. – М.: ИНФРА – М, 2010. – 416 с.
2. Корнейчук, Б.В. Институциональная экономика / Б.В. Корнейчук. – М.: Гардарики, 2007. – 255 с.
3. Латов, Ю.В. Теневая экономика: учеб. пособие для вузов / Ю.В. Латов, С.Н. Ковалев; под ред. В.Я. Кикотя, Г.М. Казиахмедова. – М.: Норма, 2006. – 336 с.
4. Нуреев, Р.М. Очерки по истории институционализма. Ростов н/Д: Изд-во «Содействие-XXI век»; Гуманитарные перспективы, 2010. – 415 с.
5. Олейник, А.Н. Институциональная экономика: учебно-метод. пособие. Тема 6. Внелегальная экономика /А.Н. Олейник // Вопр. экономики. 1999. – №6. – С.136 – 153.
6. Попов, Ю.Н. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства: учебник / Ю.Н. Попов, М.Е. Тарасов – М.: Дело, 2005. – 240 с.
7. Радаев, В.В. Новый институциональный подход и деформализация правил в российской экономике Препринт: WP1/2001/01. – М.: ГУ-ВШЭ, 2001. – 42 с.
8. Самаруха, В.И., Буров В.Ю. Теневая экономика в системе предпринимательской деятельности региона. // В.И. Самаруха, В.Ю. Буров. – Ирк. Изд-во БГУЭП, 2010г. – 243с. (монография)
9. Тамбовцев, В.Л. Экономическая теория неформальных институтов [Электронный ресурс]. – М.: РГ-Пресс, 2014. - 174 с.
10. Тимофеев Л. М. Черный рынок как политическая система: Публицист. исслед. / Лев Тимофеев. – М.; Вильнюс: VIMO, 1993. – 271 с.

СЕКЦИЯ 1

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Алтысбаева М.Е., магистрант

Асаинов А.Ж., магистр, ст. преподаватель

Казахский университет технологий и бизнеса, г. Нур-Султан, Республика Казахстан

На современном этапе развития экономики конкурентоспособная промышленность в состоянии создать условия для формирования и развития конкурентоспособности предприятий и обеспечить конкурентоспособность экономики страны в целом. Обеспечение конкурентоспособности промышленности повлечет за собой: развитие внутреннего рынка и рост ВВП, а также рост экспорта и валютных поступлений в независимости от состояния международных сырьевых рынков; стабильные налоговые поступления в бюджет; вхождение в состав пятидесяти конкурентоспособных стран мира на международном рынке. Управление конкурентоспособностью промышленности осуществляется при обеспечении взаимосвязей между факторами и стратегическими направлениями, которые формируются на различных уровнях. При реализации системного подхода к управлению промышленность является главным резервом конкурентоспособности на каждом уровне управления.

Модель позволяет управлять конкурентоспособностью комплексно в развитии взаимозависимости трех основных подсистем: обеспечивающей, стратегической и целевой. Управленческая модель представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов подсистем, вносящих свой вклад и влияющих на результат обеспечения и развития конкурентоспособности промышленности на каждом уровне управления. Обеспечивающие факторы и стратегические приоритеты конкурентоспособности основных уровней управления модели способствуют формированию потенциала конкурентоспособности промышленности в целом.

На микроуровне управления конкурентоспособностью товаров и предприятий в качестве обеспечивающих факторов нами приняты: инновации, технологии, инвестиции, трудовые ресурсы и модернизация. Внедрение и развитие перечисленных факторов производства обеспечивает конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, что в свою очередь позволяет ему производить и предлагать на рынке конкурентоспособную промышленную продукцию. При этом стратегическими показателями определения конкурентоспособности выступают: соотношение качества и цены товаров и услуг, производительность труда и эффективность управления.

Результативным элементом системы управления взаимосвязью обеспечивающих факторов и стратегических показателей является целевая подсистема – конкурентоспособность товаров и предприятий на микроуровне.

В системной модели конкурентоспособность отрасли определяется по двум составляющим: обеспечением конкурентоспособности производимых товаров предприятием отрасли и управлением обеспечивающей и стратегической подсистемами на мезоуровне.

Основным стратегическим инструментом реализации обеспечивающих факторов мезоуровня управления конкурентоспособностью промышленности нами принята отраслевая специализация промышленности. В современных рыночных условиях ограниченности

запасов сырья и технологической зависимости от производства ни одна из стран не может быть конкурентоспособной во всех секторах экономики и на всех сегментах рынка. Промышленность занимает ведущее место в структуре экономики Казахстана. На сегодняшний день структуру промышленности предопределяет наличие и доступность ресурсной базы и рынков сбыта. При этом необходимо четко расставить приоритеты согласно принципу: специализация на перспективных отраслях с позиции рыночного спроса обеспечит основную долю в объеме промышленного производства, а развитие одновременно многих низкоэффективных отраслей приводит к распылению экономических усилий и ресурсов. Необходимо рассмотреть отдельные экономики, отдельных регионов с их особенностями технологии, кадров, организации производства и социально-экономической среды. Кроме того, как заключает уже упоминавшийся М. Портер, «при ближайшем рассмотрении экономики любой страны обнаруживаются поразительные различия в том, что обеспечивает конкурентный успех в разных отраслях. Международные преимущества часто сосредоточиваются в строго определенных отраслях, а то и в отдельных сегментах рынка». Германский экспорт автомашин преимущественно состоит из автомобилей высшего класса, корейский – из компактных машин. Япония экспортирует в основном станки общего назначения, а Италия – высокоспециализированные.

В свою очередь конкурентоспособность региона определяется конкурентоспособностью производств и отраслей промышленности на метауровне обеспечивается созданием необходимых условий для функционирования и развития промышленного производства, которые определяют конкурентоспособную дифференциацию промышленности в региональной экономике.

Литература

1. Ельцова, О. Продовольственный рынок Казахстана: пособие для предпринимателей, преподавателей, студентов / О. Ельцова, Г. Мякенькая, Ю. Синявский и др.; Под ред. О. Ельцовой. – Алматы: Ин-т экономич. исследований, 1999. – 292 с.
2. Хромов, Ю.С. Проблемы продовольственной безопасности России: международные и внутренние аспекты / Ю.С. Хромов. – М.: РИСИ, – 252 с.

МОДЕЛЬ НЕПОЛНОЙ ЗАНЯТОСТИ КАК НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

*Андилевко Т.В., научный сотрудник
ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси», г. Минск*

Одним из наиболее отмечаемых современных трендов, характеризующих рынки труда в развитых странах, является рост занятости неполный рабочий день. Явившись следствием кризисных явлений в экономике развитых стран, и после их преодоления, доля занятых неполный рабочий день продолжила расти. В настоящее время страны Европейского союза (ЕС) оценивают занятость неполный рабочий день как единственный эффективный инструмент повышения гибкости на рынке труда. Европейская стратегия занятости включает рекомендации, которые прямо побуждают социальных партнеров и органы государственной власти содействовать использованию частичной занятости. Согласно данным европейской статистической службы, в 2017 г. 19,4% или каждый пятый работник в ЕС работали в режиме неполного рабочего дня. Среди занятых неполный рабочий день 73,6% работников в ЕС выбрали этот режим рабочего времени добровольно [1]. Европейские эксперты отмечают, что требования части работников к режиму рабочего времени изменились. Например, некоторые высококвалифицированные работники уже не обязательно заинтересованы в создании постоянной карьеры на одном предприятии, вместо этого они хотят иметь работу, которая расширяет их знания и навыки. Таким образом, работа с частичной занятостью

теперь может быть более высоким, более профессиональным уровнем карьеры. Для работников занятость неполный рабочий день, главным образом, позволяет обрести баланс между работой и личной жизнью, облегчает выполнение семейных обязанностей по воспитанию детей, по уходу за больными или пожилыми родственниками. Для предприятий, в том числе малых предприятий, использование работников с неполным режимом рабочего времени имеет свои плюсы и минусы, которые следует тщательно оценивать. К положительным эффектам от использования занятости неполный рабочий день принято относить возможность привлечь профессионалов, которые в силу разных обстоятельств не могут быть заняты полный рабочий день. Например, многие молодые мамы хотели бы вернуться на работу, но в режиме неполного рабочего дня. Еще одним важнейшим преимуществом использования работников с частичной занятостью является возможность устанавливать гибкое рабочее время. Например, многие предприятия используют работников, занятых неполный рабочий день в режиме вечерних и выходных рабочих часов. Одним из наиболее признанных преимуществ использования работников, занятых неполный рабочий день, является снижение затрат. К отрицательным моментам использования работников неполный рабочий день относят проблему более длительной адаптации по включению таких работников в производственный процесс. Данную проблему рекомендуют решать посредством обучения. Кроме этого, принято считать, что работники, занятые неполный рабочий день недостаточно лояльны к своим работодателям. Такие работники тратят меньше времени на общение с другими сотрудниками, что возможно облегчает для них ситуацию увольнения. Очевидно, что использование неполной занятости требует от предприятий разработки отдельной политики управления.

В Республике Беларусь занятость неполный рабочий день, как правило, рассматривается с точки зрения проблемы сокращения рабочего дня по инициативе нанимателя. По официальным данным, только в г. Минске в январе-сентябре 2018 г. вынужденно работали неполный рабочий день 10,4 тыс. человек, при этом еще 23 тыс. человек трудились с целодневными простоями [2]. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2017 г. 78,7% занятых в Республике Беларусь работали от 31 до 40 часов в неделю (в 2016 г. – 78,6%), численность занятых менее 30 часов в неделю в 2017 г. составила всего 5,8% в общем числе занятых (годом ранее в 2016 г. – 5,7%). По мнению экспертов, традиционно большинство вакансий и резюме ориентированы на трудоустройство на полную занятость. Тем не менее, наблюдается положительная динамика по числу вакансий с режимом неполного рабочего дня. В 2018 г. доля таких вакансий увеличилась на 3 процентных пункта по сравнению с 2015 г. На условиях неполного рабочего дня работодатели ищут как рабочий персонал, так и специалистов в области информационных технологий, транспорта и логистики. Среди соискателей желающих работать в режиме неполного рабочего дня стало несколько больше. Доля резюме с предпочтением работы неполный рабочий день выросла в 2018 году на 7,6 процентных пункта по сравнению с 2015 г. Запрос на работу с неполным рабочим днем популярен у специалистов в области управления, продаж, маркетинга, информационных технологий [3]. Ограниченное число вакансий с предложением режима неполного рабочего дня, на наш взгляд, связано с тем, что многие работодатели ошибочно полагают, что создание основного трудового коллектива предполагает только привлечение работников на полный рабочий день. С соискателями, предпочитающими быть занятыми неполный рабочий день, чаще всего заключают гражданско-правовой договор, оформляя таких работников как подрядчиков даже для основной работы, либо вовсе не оформляют документов, подтверждающих наличие трудовых отношений. Таким образом, работники, занятые неполный рабочий день часто оказываются вне законодательных норм и правил, регулирующих трудовые отношения. Тем не менее, постоянные сотрудники, занятые неполный рабочий день, могут внести неопределимый вклад в развитие предприятия. По мнению автора, организация труда работников, занятых неполный рабочий день, требует

соблюдения нескольких правил. При заключении трудовых соглашений с работниками, занятыми неполный рабочий день, необходимо соблюдать те же юридические требования, что и с работниками, занятыми полный рабочий день. Таким работникам нужно предложить согласованный график режима рабочего времени, а также предоставить рабочее место. Важными вопросами, требующими управленческих решений в отношении работников, занятых неполный рабочий день, является организация их обучения и развития. И главное – чтобы привлечь нужных работников в режиме занятости неполный рабочий день, важно справедливо оплачивать их труд.

Литература

1. Temporary and part-time jobs on the rise [Electronic resource] / Eurostat. – Mode of access: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/WDN-20180813-1>. – Date of access: 20.04.2019.

2. Колесниченко, Н. Кто в Беларуси и почему не хочет работать весь день [Электронный ресурс] / Завтра твоей страны. – Режим доступа: http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=28777. – Дата доступа: 24.04.2019.

3. Сколько минчан в 2018 году перевели на неполный рабочий день и отправили в отпуска за свой счет [Электронный ресурс] / tut. by. – Режим доступа: <https://finance.tut.by/news616326.html>. – Дата доступа: 20.04.2019.

ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Астраух Ю.В., ст. преподаватель

Шастак Е.Ф., студентка 4 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Управление персоналом – это управление наиболее сложным и перспективным, потенциально неисчерпаемым ресурсом торговой организации, в решающей степени определяющим эффективность деятельности, конкурентоспособность и выживаемость организации. Средства управления персоналом должны отражать подход, позицию, точку зрения на персонал, образно говоря, демонстрировать, кем являются для владельца организации, для работодателя люди, которые работают в его организации, «за кого он их держит».

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что основой любой организации и её главным богатством являются люди. Хорошая организация стремится максимально эффективно использовать потенциал работников, создавая все условия для наиболее полной отдачи сотрудников на работе и для интенсивного развития их потенциала.

Анализ кадрового потенциала – комплекс услуг и процедур по профессиональной оценке персонала всех звеньев кадрового состава, результативности взаимодействия подразделений, отделов между собой, обоснованности и целесообразности иерархии должностного подчинения, организационной структуры компании в целом, уровня развития и качества корпоративной культуры, наличия и эффективности системы мотивации персонала.

В настоящее время многие руководители отечественных производственных организаций различных форм собственности недооценивают значение методов управления персоналом, свойственных современному менеджменту и активно использующихся за рубежом для эффективного управления и повышения производительности труда.

Изменения в принципах управления персоналом должны быть направлены в первую очередь на реализацию политики мотивации работников, приобретающей решающее значение в современных условиях.

В современных условиях усиление внутренней конкуренции и конкуренции со стороны иностранных производителей на белорусском товарном рынке вынуждает игроков искать новые механизмы и рычаги воздействия на потребителя с целью завоевания лояльности и доверия. Одним из способов повысить конкурентоспособность торговой организации является совершенствование системы менеджмента.

Одной из наиболее важных для любого предприятия является проблема управления человеческими ресурсами. При взаимодействии с персоналом необходимо учитывать индивидуальные особенности каждого сотрудника.

Поэтому стратегия управления персоналом предприятий должна быть направлена на повышение уровней образования, квалификации и культуры работников, предоставление широкому кругу работников условий для расширения профессиональных знаний, непрерывного совершенствования своего мастерства, повышение самовыражения и развития организационной культуры.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что в настоящее время поиск путей активизации кадрового потенциала внутри организации и учет психологических особенностей персонала являются одними из решающих факторов повышения эффективности деятельности любой организации. В настоящее время личность является основополагающей частью нормальной работы организации.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

*Астраух Ю.В., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Персонал организации – самый сложный объект управления. В отличие от материальных активов, люди способны самостоятельно принимать решения и оценивать предъявляемые к ним требования. Кроме того, персонал — это коллектив, каждый член которого имеет свои интересы и весьма чувствителен к управленческим воздействиям, причем реакцию на них нередко сложно предугадать.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что решающей предпосылкой конкурентоспособности является человеческий потенциал. В связи с этим в разнообразных формах и технологиях происходит движение к созданию новой модели развития и использования человеческих ресурсов. К ее основным чертам относится ориентация на высококвалифицированную и инициативную рабочую силу, интегрированную в систему производства, непрерывность процесса обогащения знаний и квалификации, гибкость организации труда, делегирование ответственности сверху вниз, партнерские отношения между участниками производства.

Управление персоналом базируется на нескольких важных технологиях: Технологии управления — это своеобразный инструмент воздействия, использующий специальную систему методов, способов и целей. Все разработанные технологии можно разделить на несколько групп в зависимости от конечной цели, масштабов применения или происхождения. Последняя классификация является наиболее распространенной в кадровой работе. Согласно ей технологии управления персоналом можно разделить на четыре большие группы:

Традиционные технологии. Используются в любой организационной структуре. Частично они являются результатом профессионального наследования, частично закреплены законодательно. Один из ярких примеров традиционной технологии – система кадрового учета.

Отраслевые технологии. Применяются в деятельности специализированных отраслевых служб и органов. При использовании отраслевых технологий управления

разрабатывается специальное технологическое сопровождение деятельности отрасли, касающееся кадровых вопросов.

Профессиональные. Технологии этой группы создаются по специальному заказу компании консалтинговыми агентствами. Их преимуществом является возможность учесть специфику конкретной организации и особенность периода, для которого создается технология. Минусы – высокая себестоимость и отсутствие универсальности: сфера их применения очень узкая.

Инновационные. Создаются кадровой службой предприятия для решения актуальных проблем. Для того чтобы разработать и внедрить в компании подобные технологии, необходима высочайшая квалификация специалистов HR-отдела.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что выбор той или иной технологии управления развитием персонала должен опираться на понимание того, какими ресурсами обладает компания и каковы базовые задачи, стоящие перед кадровой службой. Специалисты рекомендуют использовать на практике несколько технологий, чтобы повысить эффективность управления персоналом. Например, сочетание традиционных и инновационных подходов в сфере подбора кадров помогает точнее выявить перспективных кандидатов на должность, определить лидерские качества претендентов.

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В НОВОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Возмитель И.Г., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Процессы, которые в настоящее время происходят в информационном обществе, во многом являются происходящими и наблюдаемыми впервые за историю развития человечества.

Постоянно растущие объемы массивов данных, а также сложность данных очень сильно усложняют процесс обработки и понимание данных. Наука о данных занимается извлечением знаний и значимой информации из крупных и сложных массивов данных, на основании этого выводятся определенные закономерности, закономерности, спрятанные в данных, что позволяет делать определенные выводы, выстраивать стратегию и тактику будущего.

Сейчас, чтобы стать хорошим специалистом, нужно нарабатывать базу знаний и приобретать опыт. В будущем, чтобы добиться реального успеха, нужно развивать креативность, воображение, инициативу, лидерские качества. Общество постепенно переходит от товарной экономики к интеллектуально-творческой.

Вероятно, одна из действенных методик преобразования и совершенствования менеджмента в современном информационном обществе – это *игрофикация*.

В современной философии есть понятие «*антропогенеза*» (от греч. *Anthropos* – человек и *genesis* – происхождение) – процесс формирования человека и человечества как особого биологического вида [1]. Тенденции интерпретации антропогенеза в философии могут быть разделены на две основные модели: креационистскую (рассматривает человека как продукт специального божественного творчества) и эволюционную (отстаивает идею естественного происхождения человека, рассматривая его как продукт общеприродной эволюции). Интересно то, что эволюционная модель включает в себя четыре концепции, одна из которых *игровая*. [2]

Далее, заметим, что игровая концепция Й. Хейзинги связывает возникновение человека с развитием игры. Игра – это форма свободной творческой активности, избыточной по отношению к материальным интересам и необходимости выживания [1]. В этом контексте игра противостоит сфере труда, подчинённой требованиям практической целесообразности.

Феномены духовной культуры (искусство, религия) бесполезны для утилитарных сторон жизни, однако именно с их появлением возникает особый человеческий мир. При этом игра в не меньшей степени, чем труд, способствует тренировке органов и закреплению навыков [1] и, таким образом, развитие человека происходило не только в условиях физической занятости и совершенствовании орудий труда, но и в процессе познания мира через игру.

Игрофикация – использование элементов игры и игровых технологий вне игрового контекста, например, в образовании. Однако эта технология активно применяется также во всевозможных тренингах (например, тренинги формирования коммуникативного результативного взаимодействия сотрудников фирмы), и т.д.

Суть игрофикации в том, чтобы учиться у игр. Это не изучение непосредственно самой игры, а изучение механизмов и принципов, которые помогают сделать игру успешной, вовлекают людей в игру, заставляет играть в игру снова и снова. Игрофикация помогает взять некоторые из игровых техник и применить их в неигровых ситуациях.

Применение игровых методик в управлении человеческими ресурсами характерно тем, что используется целый комплекс различных алгоритмов, направленных на всестороннее развитие сотрудников фирм. И с точки зрения полноты информации, такие игры представляются одним из наиболее интересных методов формирования команды (например, для реинжиниринга бизнес-процессов) и мотивации к развитию и самосовершенствованию каждого сотрудника фирмы.

Самообразование, онлайн-обучение развивается и совершенствуется. Образование перестает ограничиваться какими-либо временными и пространственными рамками. В будущем накопленный интеллектуальный багаж станет одним из ключевых элементов, а информационные технологии сделают заслуги человека доступными и прозрачными [3].

В условиях динамичного развития рынка, усложнения его инфраструктуры информация становится таким же стратегическим ресурсом, как и традиционные материальные и энергетические. Современные технологии, позволяющие создавать, хранить, перерабатывать и обеспечивать эффективные способы представления информации, стали важным фактором конкурентоспособности и средством повышения эффективности управления всеми сферами общественной жизнедеятельности. Уровень информатизации является сегодня одним из главных факторов успешного развития всякого предприятия [4].

Менеджер любого уровня, принимая решения, основывается лишь на доступной ему информации о предмете управления, поэтому от качественных характеристик этой информации, таких, как адекватность, полнота, достоверность, своевременность, непротиворечивость и т.п., непосредственно зависит эффективность его работы. В современных условиях информационные системы играют и будут играть все большую роль и в достижении стратегических целей компаний.

Применяемые на предприятии ИТ поддерживают реализацию тех или иных решений менеджеров. Однако, в свою очередь, новые системы и технологии диктуют свои специфические условия ведения бизнеса, изменяют компании. Но принимает решение лично менеджер. Именно поэтому он обязан обладать достаточными знаниями для того, чтобы осуществлять общее руководство процессом применения и развития информационных технологий в компании и понимать, когда требуются дополнительные затраты ресурсов в этой области или помощь сторонних специалистов [3].

Главным направлением перестройки менеджмента и его радикального усовершенствования, приспособления к современным условиям стало массовое использование новейшей компьютерной и телекоммуникационной техники, формирование на её основе высокоэффективных информационно-управленческих технологий. Новые технологии, основанные на компьютерной технике, требуют радикальных изменений организационных структур менеджмента, его регламента, кадрового потенциала, системы документации, фиксирования и передачи информации. Интерактивный обмен информацией стал доминирующей формой человеческого общения, не только в нашей частной жизни, но и

в профессиональных диалогах сотрудников предприятий и организаций, в педагогических ситуациях, таких как диалог между профессиональными преподавателями и студентами.

Единая виртуальная реальность соответствует в некоторой степени уже сейчас одному из основных метатрендов, выделенных в одном из докладов ЮНЕСКО:

«Люди хотят работать, учиться, общаться и играть, когда и где они хотят».

Отметим, что использование учебных материалов в электронном виде и включение интернет-технологий в учебный процесс стало уже показателем высокой профессиональной компетенции преподавателя ВУЗа [3].

Основная цель образования человека в целом – это выявление и достижение им своей миссии в реальном мире. Поскольку реальный мир сейчас включает в себя виртуальное пространство, создание виртуальной образовательной среды для разных уровней образовательных учреждений является естественно-необходимой и жизненно важной задачей.

Наглядное отображение трендов ближайших 5-10 лет (рис.1):







 Мобильный интернет	Мы всегда на связи, у нас под рукой масса полезных мобильных приложений, мы по-новому получаем информацию, по-другому ее воспринимаем и даже иначе контактируем с окружающим миром.
 Искусственный интеллект	Часть задач, которые сегодня выполняют люди, могут полностью взять на себя машины.
 Интернет вещей	Под Интернетом вещей понимают оснащение физических объектов, окружающих нас, различными сенсорами с доступом к интернету. Это позволит объединить возможности Сети с реальной жизнью и сделать окружающие нас предметы интеллектуальными.
 Облачные технологии	Облачные технологии способствуют развитию бизнеса, созданию массы полезных сервисов, разработке новых эффективных бизнес-моделей.
 Усовершенствованная робототехника	Можно ожидать, что в ближайшем будущем усовершенствованные роботы найдут широкое применение в промышленности, сфере услуг и даже в медицине.
 3D печать	Возможности современных 3D принтеров растут, выбор материалов расширяется, стоимость снижается — и в результате 3D печать действительно может стать массовой технологией.

Рис.1. Направления развития информатизации общества.

Литература

1. Балыкина, Е.Н. Применение образовательных инноваций по непрофилирующим предметам учреждений высшего образования на основе системы дистанционного обучения "EUNIVERSITY" / Е.Н. Балыкина, Д.Н. Бузун, И.Л. Грибко / Образовательные технологии. – 2013. – С. 63-66.
2. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау. – Изд-во Альпина Паблишер, 2014г.
3. Возмитель, И.Г. Виртуальная среда обучения в университете / И.Г. Возмитель // Человек, общество и государство в современном мире. Научн. труды междунаро. научно-практич. Конфер. : Изд. ПензГТУ : Пенза, 2016. – С. 353-356.
4. Каку. М. Учеба уже не будет базироваться на запоминании [Электронный ресурс] / Митио Каку // Портал DSNEWS. – 2015г. – Режим доступа: <http://www.dsnews.ua/society/mitio-kaku-ucheba-uzhe-ne-budet-bazirovatsya-na-zapominanii-28082014231600>. – Дата доступа: 28.10.2018.
5. Лем, С. Сумма технологии // Станислав Лем : Гослитиздат : Москва, 1968.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

Гармидер Л.Д., зав. кафедрой, д.э.н., доцент

Гончар Л.А., доцент кафедры, к.э.н., доцент

*ГВУЗ Украинский государственный химико-технологический университет,
г. Днепр, Украина*

В современной экономической науке широкое использование получил системный подход в управлении трудовыми ресурсами. Актуальность применения данного подхода ещё более усилилась в связи с изменением места, роли работников и значения их трудового потенциала в организации. При этом трудовой потенциал рассматривается как ресурс организации, причём ресурс весьма динамичный, требующий системного подхода к управлению им, как на микро-, так и на макроуровне, что определяет необходимость формирования методологии системного управления трудовыми ресурсами организации в новых условиях увеличения, как динамики и неопределённости внешней среды, так и динамики самих трудовых ресурсов.

На наш взгляд, решение данной проблемы связано с использованием логистического подхода, который в отечественной и зарубежной экономической науке, применительно к процессам формирования, использования и управления трудовыми ресурсами, используется крайне недостаточно. Логистика считается одним из эффективных инструментов управления процессами. С позиции хозяйственной деятельности субъекта логистика является интегральным инструментом менеджмента, способствует достижению целей организации за счет эффективного управления материальными и сопутствующими потоками [5]. В научных трудах, посвященных теории и практике логистики [1-6], неоднократно отмечалось, что логистический подход обеспечивает получение эффекта даже на небольших этапах движения ресурсов от источника их формирования до конечного потребителя. Однако можно получить значительно больший эффект при увеличении как пути движения, так и количества ресурсов, которые охватываются логистическим управлением. В полной мере это положение можно отнести к трудовым ресурсам предприятия, предусматривает формирование большого количества трудовых потоков различной направленности, интенсивности и содержания, определяет необходимость формирования комплексного управления ими для обеспечения эффективности развития и реализации их потенциала.

Данный подход позволяет оптимизировать издержки и повышать эффективность управления трудовыми ресурсами на микро- и макроуровнях. При этом использование логистического подхода в процессе управления трудовыми ресурсами требует разработки соответствующего понятийно-категориального аппарата в контексте междисциплинарной взаимосвязи логистики и экономики труда, в частности разработки категории «трудовые потоки».

Предприятия, которые считают квалифицированные кадры наиболее важными своим ресурсом, могут рассчитывать на эффективное функционирование логистической системы. При анализе функционирования логистических систем одной из важнейших ее характеристик является потоки полезных ресурсов (материальные, информационные, финансовые, трудовые и т.д.). Полезность ресурсов определяется степенью реализации управляющих функций и обеспечения эффективности функционирования логистической системы. Количество потоков, циркулирующих в системах, зависит от типа логистической системы. Поток трудовых ресурсов является особым видом потока, определяемый количественной и качественной характеристика, играющий определяющую роль в функционировании и управлении логистическими системами.

Логистические системы, рассматриваемые производственной логистикой, носят название внутрипроизводственных логистических систем. Внутрипроизводственные логистические системы можно рассматривать на макро- и на микроуровне. На микроуровне

внутрипроизводственные логистические системы представляют собой ряд подсистем, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство. Эти подсистемы: закупка, склады, запасы, обслуживание производства, транспорт, информация, сбыт и кадры, обеспечивают вхождение материального потока в систему, прохождение внутри нее и выход из системы. В соответствии с концепцией логистики построение внутрипроизводственных логистических систем должно обеспечивать возможность постоянного согласования и взаимной корректировки планов и действий снабженческих, производственных и сбытовых звеньев внутри предприятия. Качественная гибкость внутрипроизводственных логистических систем может обеспечиваться за счет наличия универсального обслуживающего персонала и гибкого производства. Количественная гибкость также обеспечивается различными способами. Например, на некоторых предприятиях Японии основной персонал составляет не более 20% от максимальной численности работающих. Остальные 80% - временные работники. Причем до 50% от числа временных работников составляют женщины и пенсионеры. Таким образом, при численности персонала в 200 человек предприятие в любой момент может поставить на выполнение заказа до 1000 человек. Резерв рабочей силы дополняется адекватным резервом оборудования.

Содержание концептуальных положений свидетельствует о том, что традиционная концепция организации производства наиболее приемлема для условий "рынка продавца", в то время как логистическая концепция – для условий "рынка покупателя". Снижение себестоимости в условиях конкуренции достигается не увеличением размеров выпускаемых партий и другими экстенсивными мерами, а логистической организацией как отдельного производства, так и всей товаропроводящей системы в целом.

Решение поставленных задач предполагает развитие научного аппарата логистики, уяснение категорий экономики труда, обобщение последних с точки зрения практики их использования и способов повышения теоретического уровня исследований в целом. Трудовые ресурсы выступают базой формирования трудовых потоков, а оптимизация последних, в свою очередь, обуславливает более эффективное использование трудовых ресурсов. Предлагаемый подход определяет новое междисциплинарное направление, которое можно обозначить как «логистика труда».

Учитывая теоретическое значение проблемы, её практическую важность в условиях современного состояния украинской экономики, рынка труда с высокой долей безработицы, необходимости перестройки экономики, логистический подход позволяет повысить эффективность управления и использования трудовых ресурсов, по крайней мере, по трём уровням: в рамках всего народного хозяйства и в рамках отдельных предприятий различных отраслей.

Литература

1. Болдирева, Л.М. Инновации в логистике: теоретико-методологические и практические аспекты / Л.М. Болдирева // Экономика Крыма. – 2011. – № 1 (34). – С. 18-23.
2. Бутрин, А.Г. Исследование и оптимизация потоковых процессов на промышленном предприятии: [монография]. / А.Г. Бутрин. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2005. – 192 с.
3. Гаджинский, А.М. Логистика: [учебник] / А.М. Гаджинский. – Москва: Изд-во ИТК «Дашков и К», 2012. – 484 с.
4. Гарнов, А.П. Инструментарий логистики: [монография] / А.П. Гарнов, Н.С. Киреева. – Креативная экономика, 2009. – 304 с.
5. Стаханов, В.Н. Промышленная логистика: [учебное пособие] / В.Н. Стаханов, С.Н. Тамбовцев. – Москва : ПРИОР, 2000. – 96 с.
6. Фоменко, А.В. Концептуальные подходы к формированию комплекса потоковых процессов в интегрированных логистических системах / А.В. Фоменко. – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2005. – 235 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ПЕРСОНАЛА

Глухая А.Я., зав. кафедрой, д.э.н., доцент

Евтушенко О.А., к.э.н.

Университет имени Альфреда Нобеля, г. Днипро, Украина

На сегодняшний день развитие персонала является актуальной проблемой в области HR. В условиях конкуренции возникает потребность в формировании высококвалифицированного персонала, отвечающего потребностям компании и вызовам рынка. Поэтому при развитии персонала необходимо учитывать современные тенденции в этом направлении, к которым относятся: глобализация; стратегическое управление персоналом и управления талантами; электронное, мобильное и социальное обучение; управление и развитие лидерства; консалтинг эффективности; карьера и управления производительностью. Рассмотрим их более подробно.

1. Глобализация. В современной бизнес-среде компании вынуждены вести предпринимательскую деятельность с ориентацией на внешнюю среду. Несмотря на то, что производство и другие стандарты бизнеса является нормой на протяжении десятилетий, в последнее время Международная организация по стандартизации (ISO) начала разрабатывать международные стандарты человеческих ресурсов (HR). Эта новая тенденция имеет серьезные последствия для развития человеческих ресурсов. Человеческие ресурсы должны быть ориентированы на получение знаний и навыков для эффективной деятельности в глобальной бизнес-среде. Таким образом, акцент на глобальных человеческих ресурсах (HR) является ключом к успеху бизнеса.

2. Стратегическое управление персоналом и управления талантами. Изменения в бизнес-среде настолько быстрые и непредсказуемые, что стратегическое управление человеческими ресурсами должно осуществляться на регулярной основе, при этом типичный временной промежуток стратегического плана сокращается до трех лет. Это означает, что стратегические планы развития человеческих ресурсов должны быть достаточно гибкими, чтобы учитывать изменения в окружающей среде. Кроме того, основные стратегические решения, например, полный или частичный аутсорсинг учебной деятельности организации, должны учитывать экономический эффект и возможности улучшения бизнеса. Пробелы в навыках вынуждают компании внедрять агрессивные стратегии управления талантами, чтобы привлекать, развивать и оптимизировать имеющиеся таланты.

3. Электронное, мобильное и социальное обучение. Все больше организаций во всем мире использует электронные средства для оптимизации процесса обучения. Благодаря мобильным телефонам и разнообразным функционально-ориентированным приложениям, можно научиться в своем темпе и тратить время на понимание вещей.

Используются технологии, такие как мультимедиа, компьютерная подготовка, виртуальные аудитории, тренинги в Интернете и видеоконференции. Фактически, быстрое продвижение в технологии привело к тому, что электронное обучение переходит от компьютеров к ноутбукам, планшетах, смартфонах. Бум развития социальных медиа-платформ в настоящее время привел к появлению новой мобильной формы социального обучения – по сути, доступность обучения в любое время и в любом месте, где учится сам.

4. Управление и развитие лидерства. Роль менеджеров и лидеров резко меняется. Ранее менеджеры должны были планировать, управлять, организовывать и контролировать. Теперь они должны научиться управлять, тренировать, делегировать полномочия. Эти необходимые изменения требует новых навыков и поведения со стороны руководства. Ведущие компании требуют талантливых лидеров и менеджеров, которые могут быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. Поэтому одной из современных особенностей является развивающаяся сфера наставничества и коучинга.

5. Консалтинг эффективности. Основные характеристики: связь организационной культуры и результатов бизнес-процессов, эффективность сравнительного анализа, а также удовлетворение потребностей клиентов. Развитие персонала является основной повышением производительности и неизменным вызовом. Консалтинг по эффективности – это практика, которая помогает людям стать лучше, предоставляя им регулярные и подробные отзывы, основанные на реальной производительности.

6. Карьера и управления производительностью. Традиционная система управления карьерой больше не применима в современной бизнес-среде. Работники чаще переходят из одной организации в другую, это становится нормой. Кроме того, человек также больше перемещается в разные должности, не обязательно связанные друг с другом. Гибкий рабочий график также способствует разрушению полной занятости. Необходимы различные навыки, такие как гибкость, универсальность, информационные технологии и навыки обработки информации. Вовлеченные и мотивированные сотрудники являются более продуктивными, ориентированными на клиентов.

Таким образом, учет современных тенденций в развитии персонала позволит компаниям более эффективно использовать человеческий капитал и повышать конкурентоспособность.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ С СУБЪЕКТАМИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОГО МЕХАНИЗМА

*Дашкевич А.Л., декан, к.и.н., доцент
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Одним из приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь является стимулирование развития малого и среднего предпринимательства. Ставятся задачи значительного повышения роли отечественного бизнеса в структуре национальной экономики. Вполне обосновано в программных документах подчеркивается необходимость развития подготовки кадров в области предпринимательской деятельности. Вместе с тем существующий организационно-правовой механизм обеспечивающий реализацию образовательного процесса в контексте взаимодействия с заинтересованными организациями требует дальнейшего развития.

В Институте предпринимательской деятельности (далее – институт) осуществляется образовательный процесс по специальностям, которые ориентированы на подготовку кадров для субъектов малого и среднего предпринимательства. В соответствии с Программой развития до 2020 года в институте реализуется комплекс мер, направленных на повышение эффективности практико-ориентированной подготовки и развитие связей с заинтересованными организациями. Взаимодействие с субъектами малого и среднего бизнеса, объединениями предпринимателей реализуется в рамках обновления учебных программ и программ практик; практико-ориентированного обучения, включая прохождение практик; мониторинга трудоустройства выпускников; посредством заключения договоров о взаимодействии; расширение сети филиалов кафедр и других мероприятий [см. напр.: 1,2].

Важным элементом такого взаимодействия является сотрудничество с организациями, заинтересованными в специалистах. В соответствии с Кодексом Республики Беларусь об образовании правовое регулирование в этой области основывается на прогнозировании потребностей в трудовых ресурсах при формировании заказа на подготовку специалистов (далее – заказ) [3]. Задачами такого прогнозирования является: определение дополнительной потребности в трудовых ресурсах, оптимизация подготовки кадров путем установления учреждениям образования контрольных цифр приема на основании заказа с учетом

возможностей учреждений образования и демографической ситуации, эффективное использование трудовых ресурсов. В пункте 3 Положения о порядке прогнозирования потребностей в трудовых ресурсах для формирования заказа на подготовку специалистов, рабочих, служащих, утвержденным Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 19.07.2011 № 972 предусмотрено, что в заказе определяются прогнозируемые государственными органами объемы и структура подготовки кадров (выпуск из учреждений образования) по специальностям (направлениям специальностей, специализациям), квалификациям (профессиям рабочих, должностям служащих) для организаций, заинтересованных в подготовке кадров, в учреждениях образования за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов на основании заявленной организациями дополнительной потребности в трудовых ресурсах [4]. Предполагается, что заинтересованные организации, в том числе частные, подают в учреждения образования заявки на подготовку специалистов или заключают с учреждениями образования договор о взаимодействии учреждения образования с организацией – заказчиком кадров при подготовке специалистов. Учреждения образования на основании заключенных договоров о взаимодействии или поданных заявок на подготовку кадров с учетом средних показателей отчисления студентов за период обучения и долей выпускников, получающих право на самостоятельное трудоустройство, призываемых в Вооруженные Силы Республики Беларусь, продолжающих обучение на более высоком уровне образования (всего не более 20 процентов от планируемого приема), ежегодно формируют проекты контрольных цифр приема в учреждения высшего образования и до 1 января представляют их учредителям. Учредители учреждений образования в свою очередь по согласованию с Министерством образования ежегодно до 1 марта устанавливают учреждениям образования контрольные цифры приема на основании представленных ими проектов контрольных цифр приема с учетом прогнозных показателей приема на пятилетний период по профилям образования и уточненных сведений.

Указанный организационный механизм и утвержденные формы договоров (заявок) применимы в полной мере в отношении учреждений образования, осуществляющих подготовку кадров за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов. Вместе с тем порядок взаимодействия учреждений образования с организациями – заказчиками кадров при подготовке кадров на условиях оплаты в указанных документах четко не регламентирован, в том числе, в отношении порядка формирования контрольных цифр приема. Это обуславливает необходимость дальнейшего совершенствования законодательства в данной области в контексте создания соответствующих условий для подготовки востребованных специалистов для субъектов малого и среднего предпринимательства, как за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов, так и на условиях оплаты.

Литература

1. Итоги Недели белорусского предпринимательства в Институте предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uoipd.by/ru/news/980.html>. – Дата доступа: 09.05.2019.

2. Развитие малого и среднего бизнеса через повышение эффективности управленческой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uoipd.by/ru/news/1000.html>. – Дата доступа: 09.05.2019.

3. Кодекс Респ. Беларусь об образовании от 13 января 2011 г., N 243-З // ИБ «КонсультантПлюс: Беларусь» [Электронный ресурс]. – Минск, 2019.

4. О некоторых вопросах формирования заказа на подготовку кадров: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2011 г., №972 // ИБ «КонсультантПлюс: Беларусь» [Электронный ресурс]. – Минск, 2019.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Длусская В.В., к.э.н., доцент
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Несмотря на актуальность вопроса определения эффективности действия нормативных правовых актов (правовых норм), его частичную проработанность в литературе, ответ на него не найден юридической и экономической наукой вплоть до настоящего времени.

Основная проблема активного использования правового мониторинга на практике для определения эффективности нормативно-правового регулирования состоит в отсутствии проработанных и выверенных критериев, показателей и методики оценки последней. При отсутствии механизма определения эффективности действия нормативных предписаний, применимых критериев и показателей оценки деятельность по проведению правового мониторинга становится безрезультатной.

Основными документами, принятыми в период с 2010 по 2017 годы, считаются:

Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4.О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь.

Закон Республики Беларусь от 01.07.2010 N 148-3 (ред. от 09.01.2018) "О поддержке малого и среднего предпринимательства".

Декрет Президента Республики Беларусь от 07.05.2012 № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности».

Указ Президента Республики Беларусь от 21.05.2009 N 255 (ред. от 15.01.2016) "О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства" (вместе с "Положением об оказании государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства и субъектам инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого и среднего предпринимательства").

В ходе оценки эффективности, принятых в Республике Беларусь нормативных правовых документов необходимо проведение их анализа и оценки по следующим параметрам:

определение целей анализируемых правовых норм;
применение методов сбора и обработки информации о действии правовых норм;
установление соотношения фактического и запланированного результата действия правовых норм, а также заложенных в них целей правового регулирования;
ожидаемый финансовый, экономический, социальный или иной эффект от реализации нормативного правового акта (степень эффективности).

О достижении поставленной цели позволяют судить определенные показатели (численность населения, уровень безработицы, уровень заработной платы и т.д.).

Одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь в предстоящем пятилетии является развитие человеческого потенциала, инициативы и предпринимательства. Это означает формирование полноценного партнерства частной и государственной форм собственности, что достигается совершенствованием делового климата для всех субъектов предпринимательской деятельности (государственных и частных, отечественных и иностранных) и в конечном итоге – созданием безбарьерной деловой среды.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

*Довдиенко М.Н., научный сотрудник, исследователь в области педагогических наук
УО ФПБ Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В современном мире положение государства во многом определяется конкурентоспособностью предпринимательских структур, являющихся одной из основных движущих сил экономического развития.

Понятие предпринимательской структуры широко используется в экономической науке при характеристике субъектов рыночных отношений предпринимательского типа, обладающих хозяйственной самостоятельностью и нацеленных на получение прибыли как основного результата своей деятельности. А в практической деятельности понятия «предпринимательская структура», «организация» и «компания» часто употребляются как синонимы [1].

Центральным звеном предпринимательских структур являются предприниматели и их идеи, под воздействием которых формируются цели и задачи хозяйственной деятельности организаций, реализуются экономические планы. При этом в малых и средних организациях предприниматели сами создают управленческие структуры и выполняют функции планирования, организации, мотивации и контроля.

Важное значение в предпринимательских структурах уделяется обеспечению хозяйственной деятельности материально-имущественными, финансовыми и человеческими ресурсами, представляющими трудовой потенциал работников, продуцирующих большинство нематериальных активов организаций.

По данным британского Института защиты торговых знаков (брендов), в преуспевающих международных организациях только 12% их стоимости приходится на материальные активы, а остальное составляют нематериальные, в которых вклад различных профессионально-квалификационных, стажевых и социально-демографических групп работников неодинаков [9, с.425].

Чем выше уровень квалификации, знаний и опыта работников – тем, в конечном итоге, больше возможностей у организации для создания и внедрения инноваций, повышения эффективности своей деятельности. Поэтому, нельзя не отметить, что важнейшим фактором сохранения конкурентоспособности предпринимательских структур становится достаточное внимание к профессиональному развитию человеческого ресурса.

Коренной перелом в осознании ценности человеческого ресурса и необходимости его профессионального развития в организациях происходит в 50-60-х гг. XX века, на базе исследований, проводимых американским экономистом Теодором Уильямом Шульцем. В отличие от других исследователей он обратил внимание на относительно быстрый прирост ВВП за счет человеческого фактора и подчеркнул роль образования и знаний в обеспечении экономического роста организаций.

В течение большей части прошлого столетия экономические циклы, и жизненные циклы товаров, услуг длились дольше, что позволяло использовать в их производстве технологии, инструменты, профессиональные знания и компетенции работников длительное время. Сегодня же, вследствие развития НИОКР, процесса цифровизации общества и перехода к шестому технологическому укладу, общемировой тенденцией становится ускоряющийся темп изменений в производственной сфере и сфере услуг, в характере и содержании труда. Эта тенденция определяет необходимость непрерывного роста профессиональной квалификации работников, и в образовательном пространстве развитых стран активно реализуется концепция непрерывного образования.

К понятию "непрерывное образование" тесно примыкает понятие «возобновляющееся образование» (recur-rent education), означающее получение образования «по частям» в течение всей жизни, отход от практики длительного образования в учебном заведении и чередование образования с другими видами деятельности, главным образом с работой [3].

Опросы работодателей и предпринимателей, проводимые различными экспертными сообществами в Республике Беларусь с целью анализа развития кадрового потенциала страны показали, что имеют место следующие актуальные проблемы:

существующая профессионально-квалифицированная структура рынка труда недостаточно восприимчива к инновационным изменениям в экономике. Она не успевает реагировать на трансформацию выполняемых работниками трудовых функций и появление новых профессий;

система профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников требует переориентации на результаты, выраженные в компетенциях.

В этих условиях организации заинтересованы в формировании собственных экономически эффективных систем профессионального обучения работников, органично вписывающихся в условия их деятельности. Так как меняя профессиональную направленность обучения, уровень квалификации, а также осуществляя первичную подготовку для конкретных рабочих мест, организации смогут обеспечить наиболее полное соответствие структуры персонала структуре рабочих мест с учетом всего спектра требований, предъявляемых к качеству выполняемых работ.

Анализ опыта проведения профессионального обучения работников в предпринимательских структурах, выявил оптимальные условия организации образовательного процесса и выделил следующие взаимосвязанные единой целью этапы (рис. 1.):

- определение потребностей в обучении;
- формирование бюджета;
- определение целей обучения;
- определение критериев оценки эффективности затрат на обучение;
- формирование содержания учебных программ;
- выбор форм, методов и средств обучения;
- реализация процесса профессионального обучения;
- оценка компетентности работников и эффективности обучения.

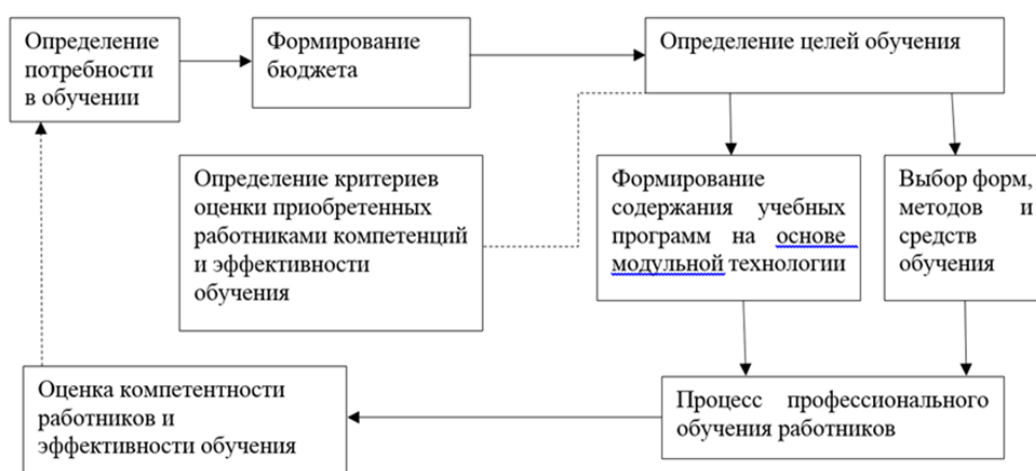


Рис. 1. Организация процесса профессионального обучения работников в предпринимательских структурах.

Примечание. Источник [4].

Предпринимательскими структурами затраты на профессиональное обучение рассматриваются как инвестиции в человеческий ресурс. Они оцениваются не только в приобретенном работником уровне знаний, умений и навыков, но и в экономических показателях, таких как повышение производительности труда, качества выполняемых работ, рост прибыли и другие.

Система профессионального обучения работников в предпринимательских структурах является механизмом адаптации и средством достижения стратегических целей в условиях инновационного развития национальной экономики. В настоящее время она становится важной кадровой технологией, способствующей социальной защищенности работников организаций и приобретения ими новых профессиональных компетенций.

Литература

1. Александров, А.В. Предпринимательская структура: сущность и роль в современной экономике [Электронный ресурс] / А.В. Александров // Проблемы экономики и менеджмента. – 2011. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/predprinimatelskaya-struktura-suschnost-i-rol-v-sovremennoy-ekonomike>. – Дата доступа: 03.05.2019.

2. Одегов, Ю.Г. Экономика персонала. Часть 1. Теория: Учебник / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2009. – 1056с.

3. Непрерывное образование [Электронный ресурс] // Педагогический словарь. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/pedagogics/Nepreryvnoe-Obrazovanie-1153>. – Дата доступа 20.09.2014.

4. Довдиенко, М.Н. «Особенности процесса профессионального обучения персонала в условиях предприятия» / М.Н. Довдиенко // Научные труды Республиканского института высшей школы. Сборник научных статей. Выпуск 16 / Минск.: ГУО «Республиканский институт высшей школы», 2016 – С.326-333.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Дробышевская В.Н., ст. преподаватель

Климович Н.И., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

В современном мире большинство отечественных предприятий сталкивается с множеством проблем. Прежде всего, это выпуск качественной и конкурентоспособной продукции, поиск новых рынков сбыта, внедрение новых технологий, разработка новых товаров и т.д. В процессе поиска решения данных проблем, руководители предприятий забывают об одном из самых главных факторов, который влияет на решение всех перечисленных проблем – это персонал. Главным условием развития любого предприятия является повышение квалификации персонала.

Мы все прекрасно понимаем, что без квалифицированного персонала, невозможно будет внедрить новую технологию, а тем более выпускать качественную и конкурентоспособную продукцию. Персонал – это самая главная составляющая трудового потенциала. Поэтому способы увеличения использования человеческих способностей имеет одно из важных значений.

Люди в современных условиях рассматриваются не как кадры, а как человеческие ресурсы, их ценность как фактора успеха все время возрастает. Таким образом, постепенно стала формироваться система управления человеческими ресурсами, которая сменила систему управления кадрами. Она направлена на то чтобы изменить отношение к персоналу. Эта система должна обеспечить условия конкурентоспособности и долгосрочного развития организации. Эта система основана на концепции управления человеческими ресурсами,

которая требует вложения капитала в их формирование и развитие. В отличие от концепции управления персоналом, она оправдывает экономическую целесообразность затрат, которые связаны с привлечением качественной рабочей силы, её непрерывным обучением, поддержкой в трудоспособном состоянии, а также эта система направлена на выявление и развитие возможностей и способностей, которые заложены в личности работника.

В условиях глобализации мировой экономики, обострения глобальной конкуренции, самым важным фактором национальной конкурентоспособности выступают высококвалифицированные и мотивированные человеческие ресурсы. Как было обозначено выше, для управления человеческими ресурсами, прежде всего, характерно то, что персонал рассматривается как стратегический ресурс организации, который требует инвестиций, модернизации, совершенствования и соответствующих изменений управленческой парадигмы.

Управление человеческими ресурсами – это более высокий уровень управления организацией, он становится прерогативой высшего руководства организации.

Как показывает практика функционирования успешных предприятий, именно разработка направлений и процедур управления человеческими ресурсами на конкретном предприятии, предусматривает прежде всего разработку системы таких подходов, как философия, стратегия и тактика

На организационном уровне философия управления человеческими ресурсами – это совокупность внутриорганизационных принципов, административных, моральных норм, правил взаимоотношений в коллективе, система ценностей и убеждений, согласована с глобальными стратегическими целями предприятия и самое главное воспринята всеми её работниками.

Исполнение философии гарантирует благополучие и успех во взаимоотношениях персонала на всех уровнях, что в свою очередь приведет к стабильному и эффективному развитию предприятия. Главным смыслом философии управления человеческим ресурсами является, прежде всего, улучшения качества трудовой деятельности, т.е. персонал должен иметь возможность удовлетворить собственные потребности. Персонал должен иметь равноправные, справедливые доверительные и открытые взаимоотношения, иметь возможность использовать свои знания и умения; иметь возможность в принятии решений, касающихся развития и управления предприятием; иметь возможность получать соответствующее вознаграждение за свой труд; работать в нормальных и безопасных условиях.

К примеру, философия BMW Group звучит следующим образом: «Эффективность персонала – это самая важная составляющая корпоративного успеха, согласно с которой на BMW созданы максимально возможные условия для повышения эффективности работы сотрудников – это система контроля здоровья, гибкий график работы, эргономические удобные рабочие места, пенсионное обеспечение». Кроме этого, эффективность персонала достигается благодаря соблюдению таких принципов, как инновационность, способность к кооперации, гибкость, прозрачность.

Стратегия управления человеческими ресурсами представляет собой разработанные руководством предприятия, качественно определенные направления действий, которые необходимы при достижении длительных целей при создании высококвалифицированного, ответственного и дружного коллектива, который учитывает стратегические задачи организации и её возможности.

Цель стратегического управления человеческими ресурсами заключается в обеспечении скоординированного и адекватного состояния внутренней и внешней среды, формирования трудового потенциала организации на длительную перспективу.

Согласно принятой стратегии разрабатывается и тактика корпорации. Тактика в управлении человеческими ресурсами определяется системой корпоративной деятельности, которая направлена на объединение организационных целей с целями сотрудников. Прежде

всего, это обеспечение соответственного уровня их развития, возможности решения ежедневных задач, и тех, что планируются в будущем, а также система мотивации и стимулирования профессионального роста каждого сотрудника.

Корпорация BMW не жалеет финансовых ресурсов на развитие и обучение своего персонала, на создание рабочих мест, на гибкий рабочий график, на сохранение и охрану здоровья, пенсионное обеспечение и многое другое, т.е. на то, чтобы улучшить качество трудовой жизни.

Поэтому, в современных условиях управление человеческими ресурсами или Human resource management (HRM) – это актуальная тема многих научных дискуссий в странах ЕС, России и США – потому что она имеет решающее значение не только для организации, но и для страны в целом.

Литература

1. «BMW Group» Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bmwgroup.com/>.

2. История маркетинга компании BMW Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proreklamu.com/articles/all/24442-istorija-marketinga-kompanii-bmw-group.html>.

3. Управление персоналом [Электронный ресурс] / И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, Е.Н. Кобцева, Ю.С. Тюлькина, О.Н. Полякова, Л.И. Стадниченко, С.М. Талтынов; под общей ред. И.Б. Дураковой. – Режим доступа: http://www.k2x2.info/uchebniki/upravlenie_personalom/p5.php.

АНГЛИЙСКИЙ МЕНТАЛИТЕТ И ФРАЗЕОЛОГИЯ

Журавлева О.И., к.п.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Одним из наиболее актуальных направлений современной лингвистики является изучение языка в плане его соотносительности с окружающим миром. Вопросы о том, как человек отражает мир вокруг нас, как преломляет его он в своем сознании и как, наконец, он репрезентирует эту познавательную деятельность и познанный действительность в языке человека, находятся в самом центре лингвистических исследований на современном этапе развития науки о языке.

Изучение языка в плане его отражаемости окружающего мира включает целый ряд проблем, связанных с изучением истории, культуры, литературы того или иного народа, его менталитета, национального характера, особенностей мышления, психологии и т. д. Выход в эти смежные области, несомненно, обогащает науку о языке, делает её более полной и адекватной требованиям XXI века.

Изучение языка в аспекте его связей с культурой и миром конкретного народа, носителя этого языка, особенно важно и в практике преподавания иностранных языков. Если представить себе коммуникацию посредством языка (и говоря метафорически) в виде айсберга, то вершиной его, т.е. той частью, которая лежит на поверхности и подлежит обозрению, выступают грамматика и словарь. Однако, наиболее мощной частью этого айсберга является та, которая скрыта под водой и которая составляет силу айсберга – а это – весь культурный фон, сведения о менталитете, обычаях и т.п. того или иного народа. И если в более ранние времена при изучении языков внимание было главным образом сосредоточено на освоении грамматики и словаря, то для современного человека, говорящего на языке, условием эффективной коммуникации является помимо этого понимание национального характера.

Национальный характер – совокупность наиболее устойчивых психологических качеств, сформированных у представителей нации в определенных природных, исторических, экономических и социально-культурных условиях ее развития. В соответствии с используемыми методами анализа, интерпретации и сбора материалов в изучении национального характера выделяются: культурно-исторический, этнографический и психологический подходы. Ведущим среди них признается отстаиваемый принцип культурного или социального детерминизма, согласно которому различия в национальном характере разных народов обусловлены влиянием культурной среды.

Англичане живут на острове Великобритания. Англичане являются продуктом смешения многих этнических групп – древнейшего иберийского населения с народами индоевропейского происхождения: племен кельтов, германских племен англосаксов, фризов, ютов, в некоторой степени – скандинавов, а впоследствии и франко-норманнов.

Национальный характер живуч у всех народов. Но ни к какому народу это не относится в большей степени, чем к англичанам, которые, судя по всему, имеют нечто вроде патента на живучесть своей натуры. Таким образом, первая и наиболее очевидная черта этой нации – стабильность и постоянство характера составляющих её индивидов. Они меньше других подвержены влиянию времени, преходящим модам. Англичане постоянны в своем отношении к своему дому как крепости. Подтверждение вышесказанному мы находим в таких английских пословицах:

My house is my castle. East or west – home is best.

Интерес англичан к погоде выражаются в следующих пословицах и поговорках; *it does not rain . it pours; everything is good in its season.*

Современные англичане считают самообладание главным достоинством человеческого характера. Англичанина с детства приучают спокойно сносить холод и голод, преодолевать боль и страх, обуздывать привязанности и антипатии. Едва научившись ходить, английский ребенок уже слышит излюбленную в этой стране фразу: *A child must be seen not heard.* Англичане часто повторяют фразу: *When character is lost. All is lost.*

Англичане отличаются умеренностью, о которой они не забывают как во время труда, так и в наслаждениях. В англичанине почти нет ничего показного. Его природе свойственны любовь к порядку, комфорту, стремление к умственной деятельности. Англичанин любит хороший транспорт, свежий костюм, богатую библиотеку.

Англичане простого сословия чрезвычайно дружелюбны и услужливы. Обратившегося с каким-нибудь вопросом иностранца англичанин возьмет за плечо и начнет показывать ему дорогу с разными наглядными приемами, несколько раз повторяя одно и то же, а потом еще долго будет смотреть вслед, не веря, что спрашивающий мог так скоро все понять.

Англичане не только умеют обходить все препятствия, избегая ломки, но и сама работа выполняется у них с совершенным спокойствием, так что даже ближайший сосед часто и не подозревает, что рядом с ним кипит гигантская работа.

Англичане терпимы к чужому мнению (*Bite the bullet – мужественно терпеть, Iron nerves – железные нервы*).

Никто не умеет так строго распределять свое время и деньги, как англичанин. Он чрезвычайно много работает, но всегда находит время и отдохнуть (*to have a whale of a time – здорово провести время*)

В нашей работе мы хотим привести примеры идиом, отражающие такие черты британцев как подчеркивание достоинств своей нации и принижение иных народов. Это часто делается в шуточной форме, но, тем не менее, ощущается чувство превосходства.

Давно окончилась Столетняя война, но идиомы то остались. *French – ругань, непристойное слово. Pardon my French – извините за выражение. Assist in the French sense – присутствовать, не принимая участие в происходящем. French leave – уход без прощания,*

Досталась и египтянам. Egyptian days – несчастливые дни. С голландцами тоже были военные действия. Поэтому Double Dutch – тарабарщина, галиматья. Dutch comfort – слабое утешение. Dutch concert – кошачий концерт, кто в лес, кто по дрова. Dutch nightingale – Лягушка. Dutch treatment – когда сам за себя платишь. А Dutch courage – заяц во хмелю. С Испанией тоже в прошлом были непростые отношения. Поэтому Spanish money – переводится как пустые слова.

На каждом англичанине, где бы он ни жил, лежит печать его национальности. Куда бы он ни явился, он всюду внесет свои обычаи, свою манеру поведения, нигде и ни для кого не изменит своих привычек, он везде – у себя дома. Это – оригинальный, самобытный, в высшей степени цельный характер.

Литература

1. Шитова, Л.Ф. Carry coals to Newcastle /Idioms and more / Ехать в Тулу со своим самоваром./350 географических идиом и не только. – СПб.; Антология, 2012. – 96 с.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ СРЕДА И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Карпович В.Ф., зав. кафедрой, к.э.н., доцент

Холоповский В.П., к.э.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

По данным исследований международных организаций, в современной экономике рост валового внутреннего продукта любой страны находится в тесной связи со сложившимся в ней уровнем предпринимательской активности. Причина столь высокого влияния предпринимательства на экономическое развитие обусловлена не только его способностью быстрого поглощения большого количества рабочей силы, но, прежде всего, его возможностями мобилизации небольших объемов капитала частных лиц для организации новых компаний.

В настоящее время в 27-ми странах Европейского союза малые и средние предприятия создают более двух третей добавленной стоимости. На долю МСП приходится свыше 95% предприятий, которые обеспечивают более 70% занятости в странах Организации экономического сотрудничества и развития. Опыт «новых индустриальных стран» показывает, что налаживание диверсифицированной системы субконтрактных отношений крупных предприятий с мелкими и средними компаниями ведет к совершенствованию промышленной структуры, формированию нового экспортного профиля экономики. Мелкая промышленность, интегрирующаяся в современный индустриальный комплекс, становится фактором его модернизации, а также формирования производственных кластеров, ориентированных на выпуск конкурентоспособной продукции.

Развитие частного бизнеса, особенно в регионах, требует дальнейшего совершенствования системы информационно-методического, организационно-правового и консультативного обеспечения данных процессов, облегчающих вовлечение населения в легальную предпринимательскую деятельность.

Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее – ГК) дает следующее определение предпринимательской деятельности: «предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти

работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления (ст. 1).

Таким образом, исходя из законодательного определения предпринимательской деятельности, можно выделить ее следующие характерные черты:

это самостоятельная деятельность граждан и организаций, то есть никто не может принудить кого-нибудь заниматься этой деятельностью;

это деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и организаций;

деятельность рискованная, поскольку предприниматель претерпевает сопротивление среды и государство не берет на себя ответственность за его возможные неудачи;

это не разовая сделка, а систематический процесс;

это деятельность, осуществляемая лицами, зарегистрированными в определенной организационно-правовой форме, то есть осуществляемая на законных основаниях;

мотив предпринимательской деятельности – получение прибыли;

способы получения прибыли: использование имущества, продажа товаров, производство продукции, выполнение работ, оказание услуг и др.

Гражданский Кодекс Республики Беларусь предусматривает две формы предпринимательской деятельности: без образования юридического лица (индивидуальный предприниматель), с образованием юридического лица (коммерческая организация).

Согласно ст. 3 Закона Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся:

ремесленная деятельность – это деятельность физических лиц по изготовлению и реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг с применением ручного труда и инструмента;

микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно; малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно;

средние организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Государственная регистрация осуществляется следующими регистрирующими органами:

Национальным банком – банков и небанковских кредитно-финансовых организаций, в том числе с иностранными инвестициями, а также расположенных в свободных экономических зонах и Китайско-Белорусском индустриальном парке;

Министерством финансов – страховых организаций, страховых брокеров, объединений страховщиков, в том числе с иностранными инвестициями, а также расположенных в свободных экономических;

Министерством юстиции – торгово-промышленных палат; администрациями свободных экономических зон – коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе коммерческих организаций с иностранными инвестициями, индивидуальных предпринимателей в свободных экономических зонах;

администрацией Китайско-Белорусского индустриального парка – коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе коммерческих организаций с иностранными инвестициями, индивидуальных предпринимателей на территории Китайско-Белорусского индустриального парка;

облсполкомами и Минским горисполкомом – коммерческих организаций с иностранными инвестициями.

Формирование и развитие организационно-правовой среды бизнеса является необходимым условием эффективной работы субъектов предпринимательской деятельности. Она представляет собой систему законов иных нормативных и правовых актов, определяющих правила, порядок поведения организаций и ведения производственно-хозяйственной деятельности в складывающихся условиях развития национальной и мировой экономики.



Рис. 1. Состояние формирования организационно-правовой среды предпринимательской деятельности.

Существенная роль малого и среднего бизнеса в развитии Республики Беларусь показана на рисунке 1. Так за 2016 г. доля субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП составила 23,7 % (+0,3 п.п. к уровню 2015 г), ВДС – 27,5% (+0,5 п.п. к уровню 2015 г)

Проведенные исследования организационно-правовой среды показали, что внешняя правовая среда образуется на основе Конституции Республики Беларусь, системой действующих кодексов и законов, Указов Президента Республики Беларусь, нормативных и правовых актов правительства, министерств и ведомств, местных исполнительных и распорядительных органов. Внутренняя правовая среда субъектов предпринимательской деятельности формируется ими самостоятельно, в соответствии с действующими нормативными и правовыми актами Республики Беларусь.

Ввиду открытости национальной экономики и участия в различного рода международных организациях, наличия двусторонних и многосторонних договоров Республики Беларусь с другими странами.



1 - Международная (наднациональная) организационно-правовая среда; 2 - Национальная организационно-правовая среда; 3 - Внутренняя организационно-правовая среда организации

Рис. 2. Базовая модель организационно-правовой среды.

По состоянию на 1 января 2018 г. в Республике Беларусь насчитывалось 243,4 индивидуальных предпринимателей и 141,4 юридических лиц, из которых 81,5 % коммерческие организации. Среднегодовой темп роста количества индивидуальных предпринимателей в 2014-2017гг. составил 100,36%, коммерческих организаций – 98,68 %.

Литература

1. Аналитический отчет Международной финансовой корпорации (IFC) «Деловая среда в Беларуси – 2012». – Минск, 2012 – 104 с.
2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 26 марта 2007 г., № 136: в ред. Указа Президента Республики Беларусь от 12.05.2009, № 241 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2012.
3. Гражданский Кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-3 (с изменениями от 3 июля 2011 г. № 285-3) – [Электронный ресурс]/ Эталонный банк правовой информации.
4. Основы предпринимательства / Электронный учебник по основам предпринимательства. – Москва. 2012. – Режим доступа: [#"justify">.О Государственной программе поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2010-2012 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 28 декабря 2009 г. № 1721 - \[Электронный ресурс\]/ Эталонный банк правовой информации. - Режим доступа: \[#"justify">.О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 28 мая 1991 г. №813-ХП - \\[Электронный ресурс\\] / Эталонный банк правовой информации.\]\(#\)](#)
5. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь и мероприятия по её выполнению: Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. №4 – [Электронный ресурс] / Эталонный банк правовой информации.

6. О состоянии развития микро- и малых организаций в Республике Беларусь в 2010 году/ Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь. – Минск, 2012. – Режим доступа: #>".Об утверждении республиканского плана мероприятий по проведению в 2011 году Года предпринимчивости: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 3 марта 2011 г. № 266 – [Электронный ресурс] / Эталонный банк правовой информации.

7. Перечень нормативно-правовых актов на тематику малого предпринимательства в Республике Беларусь - [Электронный ресурс]/ Эталонный банк правовой информации. – Режим доступа: #>".Предпринимательский менеджмент: учеб. – метод. комплекс/ сост. и общ. ред. В. В. Бичанин. - Новополоцк: ПГУ, 2006. – 316 с.

8. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011-2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 18.02.2011 № 216-[Электронный ресурс] / Эталонный банк правовой информации.

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВ И ИНДЕКСОВ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Кислая Т.И., доцент кафедры экономики и управления
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Как известно, рейтинги и индексы являются одним из основных источников информации о стране, который используют инвесторы. Следовательно, можно сделать вывод о том, что положение Республики Беларусь в основных экономических, политических и социальных рейтингах в значительной степени предопределяет ее инвестиционную привлекательность.

В настоящее время Беларусь представлена только в бесплатных рейтингах и остается единственной страной в Европе, которая отсутствует в ряде известных рейтингов, участие в которых платно. Например, The Global Competitiveness Index, World Competitiveness Yearbook, Global Entrepreneurship Index и др. По мнению экспертов, отсутствие страны в наиболее популярных рейтингах – укрепляет инвесторов в негативных представлениях о ней.

Одним из наиболее авторитетных международных рейтингов, в которых представлена Беларусь, является Doing Business. В данном рейтинге Всемирного банка Беларусь улучшила позицию на 1 пункт по сравнению с прошлым годом и заняла 37-е место [1].

У многих экономистов, как в Беларуси, так и в мире, в последние годы изменилось доверие к данному рейтингу. Так в своих исследованиях научный сотрудник Белорусского экономического исследовательско-образовательного центра BEROС Анна Огинская отмечает, что в последние годы актуализируется вопрос об объективности Всемирного банка в составлении методологии данного рейтинга и работе с данными. Критика в адрес составителей связывается с искажением результатов в угоду политическим интересам, о чем, в частности, заявляют представители КНР (Китай занимает низкие позиции в Doing Business, несмотря на устойчивый экономический рост и благоприятную конъюнктуру).

Эксперт также обращает внимание на то, что Беларусь занимает высокие позиции по уровню развития человеческого капитала в отчете Human Development Index, лидируя в списке стран бывшего СНГ.

Кроме того, Беларусь представлена в рейтинге Global Innovation Index, а также демонстрирует позитивную динамику в рейтинге развития электронного правительства E-government surveye, в рейтинге уровня коррупции EY Fraud Surveys: Corruption perception.

Белорусские компании все чаще занимают ключевые места в бизнес-рейтингах в сфере информационных технологий. Так, в рейтинге лучших аутсорсинговых компаний мира The Global Outsourcing 100 в 2018 году представлены шесть IT-компаний, имеющих офисы в

Беларуси: Artezio, Bell Integrator, Ciklum, EPAM Systems, IBA Group и Itransition. Белорусские ИТ-компании также представлены в не менее авторитетном списке Software 500, который периодически публикуется в Массачусетском издании Software Magazine [2].

Белорусский институт стратегических исследований (BISS) опубликовал детализированный обзор «В чем Беларусь превосходит западные страны, а в чем отстает от африканских?». В нем анализируется, на каких позициях Беларусь находится в международных рейтингах и в чем причина данных позиций. В частности, BISS выявил 5 рейтингов, в которых Беларусь среди лучших, 5 рейтингов, в которых Беларусь среди худших и 2, позиция по которым не весьма понятна.

Пять рейтингов, в которых мы – одни из лучших:

1. Политическая трансформация: в течение 2016-2018 годов в Беларуси произошел самый большой из всех стран постсоветской Евразии прогресс в плане политической трансформации.

2. Спрос на демократию: в плане принятия демократии как идеи Беларусь опережает Польшу, Хорватию и Черногорию и находится приблизительно на том же уровне, что Франция.

3. Установка на общее благо: Беларусь превосходит Финляндию, Италию и почти все южно-европейские страны по данному показателю.

4. Внутригосударственная автономия: Беларусь превосходит Швейцарию и Великобританию по показателю «внутригосударственной автономии».

5. Женщины в третьем секторе: в плане участия женщин в ОГС ситуация в Беларуси лучше, чем в Польше и приблизительно такая же, как в Швеции. Но хуже, чем в Бенине или Монголии.

Пять рейтингов, в которых мы – среди худших:

1. Делиберативный процесс: в Беларуси самый худший из всех стран Европы показатель делиберативной культуры. Нас опережают также такие страны, как Вьетнам, Россия и Китай.

2. Стратегические компетенции элит: в аспекте стратегической приоритезации Беларусь отстает даже от Таджикистана, Вьетнама и Замбии.

3. Академическая свобода и культурная экспрессия: в плане академической свободы и культурной экспрессии Беларусь немного опережает Россию и Казахстан, но отстает от Вьетнама, Афганистана и большинства африканских стран.

4. Построение консенсуса: белорусы не умеют строить консенсус между собой. В этом плане мы находимся на 102 месте среди развивающихся стран и отстаем от таких стран, как Азербайджан, Афганистан, Россия, Вьетнам и Куба.

5. Инновационность в принятии решений: в плане инновационности и гибкости в принятии решений Беларусь находится в той же группе, что Азербайджан и Таджикистан и отстает от России, Турции, Руанды, Вьетнама [3].

Рейтинги, которые были учтены в обзоре, были составлены сотнями экспертов в соответствии со строгими правилами, поэтому им можно доверять, но следует помнить, что они лишь приблизительно отражают реальное состояние вещей. В пользу этого свидетельствует и ряд противоречивых позиций, которые занимает Республика Беларусь по схожим рейтингам, рассчитанным разными исследовательскими институтами. Так, по данным Центра системного мира (Center for Systemic Peace), который замеряет устойчивость государств (state fragility), следует, что Беларусь – одна из наименее хрупких стран в регионе. Она превосходит в этом плане Россию и Китай и находится на том же уровне, что США. По состоянию на 2015 год показатель ее зыбкости составил всего «3» по 25-бальной шкале. Такой же балл у США. Беларусь опережает все постсоветские страны (за исключением балтийских) и некоторые страны Южной Европы. Индекс зыбкости в Китае – «6», в России, Украине, Казахстане и Туркменистане – по «9», в Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане – по «12».

Однако, Fund for Peace, который замеряет шаткость с помощью 12 индикаторов, показывает другую картину. По состоянию на 2015 год индекс зыбкости составил почти «74» из «120» (где «0» – устойчивая, а «120» – полностью шаткая). В этом рейтинге Беларусь также опережает Россию («81»), Китай («75») и большинство постсоветских стран, но о сравнении с США здесь не может быть даже речи – индекс зыбкости США, по данным Fund for Peace, – «34». Разница в данных может объясняться тем, что Fund for Peace индикаторами зыбкости считает также изъяны в сфере верховенства закона и нарушение прав человека, а Центр системного мира учитывает только способность преодоления внутрисистемных конфликтов.

По данным V-Dem, в плане репрессий против гражданского общества ситуация в Беларуси приблизительно такая же, как и в Венгрии. Но намного хуже чем в Габоне и Ливии. По данным за 2017 г. показатель репрессий в Беларуси составил «2,27» (где «4» – отсутствие репрессий, а «0» – их повсеместность). Показатель для Венгрии – «2,29», для России – «2,04», для Турции – «0,88». В тоже время из индекса Freedom House вырисовывается несколько иная картина. Например, в плане гражданских свобод, Венгрия в 2017 г. набрала «44» пункта из «60», в то время как Беларусь – всего «15». Причина в расхождении может следовать из того, что гражданские свободы – понятие более широкое, чем свобода от репрессий против организаций гражданского общества.

Несмотря на указанные расхождения, следует отметить, что для иностранных инвесторов положение страны в наиболее значимых рейтингах, является важным аргументом при принятии инвестиционных решений.

Все вышерассмотренные рейтинги финансируются разработчиками и бесплатны для страны.

Вместе с тем, Беларусь не представлена в ряде других имиджевых рейтингов, за участие в которых необходимо вносить определенную плату.

Например, Индекс глобальной конкурентоспособности The Global Competitiveness Index, который ежегодно публикуется Всемирным экономическим форумом. В рейтинге представлены все ближайшие соседи Республики Беларусь: Польша, Украина, Россия, Латвия, Литва. Кроме Беларуси в рейтинге отсутствуют такие страны как Боливия, Узбекистан, Туркменистан, Афганистан, Сирия, ряд стран африканского континента. Похожий рейтинг World Competitiveness Yearbook издается бизнес-школой IMD. Оценка в рейтинге проводится по 340 критериям, измеряющим конкурентоспособность страны. Рейтинг оценивается для 63 стран, Беларусь в нем также не представлена.

Рейтинг Global Entrepreneurship Index (Глобальный индекс предпринимательства) оценивает состояние предпринимательской экосистемы страны в локальном и международном контексте. По состоянию на 2018 год в рейтинге представлены 137 стран мира. Беларусь в их число не входит, как и не входят туда Монголия, Киргизия, Туркменистан, Узбекистан, Таджикистан, Афганистан, Нигер, Судан, Сомали и некоторые другие страны Африки.

Мировое признание имеет Female Entrepreneurship Index (Индекс женского предпринимательства), издаваемый The Global Entrepreneurship and Development Institute. Рейтинг отражает развитие женского потенциала в сфере предпринимательства, включая оценку индивидуальных и институциональных характеристик. Данные по Беларуси также отсутствуют в глобальном мониторинге предпринимательства Global Entrepreneurship Monitor, который служит источником информации о развитии деловой инициативы в странах для таких организаций как ООН, Мировой Банк, ОЭСР.

По словам Анны Агинской: на карте, иллюстрирующей положение стран европейского региона в данных рейтингах, Беларусь представлена пустым местом, что рассматривается как серьезный урон имиджу страны [2].

Международные рейтинги являются важным и перспективным инструментом для улучшения инвестиционного имиджа Беларуси. Однако использование потенциала

рейтингов требует систематической работы государственных ведомств с финансовыми организациями, а также исследовательскими учреждениями и аналитическими центрами. Организации, которые могут профинансировать вхождение страны в рейтинги, могут выступать Национальный Банк Республики Беларусь, Беларусбанк, Банк Развития, а также коммерческие банки, для которых поддержка исследования является рекламой на международном рынке.

Литература

1. Беларусь в Doing Business – 2019: улучшения, которые мы не заметили? – <https://thinktanks.by/publication/2018/11/01/belarus-v-doing-business-2019-uluchsheniya-kotoryemy-ne-zametili.html>?

2. Как международные рейтинги влияют на инвестиционную привлекательность Беларуси? – <https://thinktanks.by/publication/2018/10/17/kak-mezhdunarodnye-reytingi-vliyayut-na-investitsionnuyu-privlekatelnost-belarusi.html>

3. В чем Беларусь превосходит западные страны: анализ. – <https://reform.by/v-chem-belarus-prevoskhodit-zapadnyye-strany/>

4. Беларусь улучшила позицию в Global Peace Index-2018. – <https://thinktanks.by/publication/2018/06/06/belarus-uluchshila-pozitsiyu-v-global-peace-index-2018.html>?

5. Беларусь признали худшей инновационной страной Европы. – <https://thinktanks.by/publication/2018/07/12/belarus-nazvali-hudshey-innovatsionnoy-stranoy-evropy.html>

ОЦЕНКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ. АУТСТАФФИНГ ПЕРСОНАЛА

Крамаренко А.К., ст. преподаватель

Кучко А.А., студент экономического факультета

Брестский государственный технический университет, г. Брест

Персонал – основа успешного достижения целей компании, а также действенного и экономичного использования ресурсов. Правильно выстроенная система управления персоналом непосредственно влияет на конечный результат деятельности предприятия.

Оценка эффективности системы управления персоналом представляет собой соизмерение затрат и конечных результатов, а также соотнесение их с прошлыми итогами. Оценка тесно связана с другими этапами процесса управления и своими результатами побуждает руководителей вносить в него необходимые изменения. Чтобы осуществить оценку, необходимо разработать методику, позволяющую выявить ситуацию на предприятии на данный момент в области управления персоналом.

В основе оценки лежит метод измерения результативности, позволяющий выделить показатели для оценки эффективности системы управления персоналом. Основными критериями выделены: затраты в человеческий капитал и их окупаемость, прибыльность человеческого капитала, уровень трудовой и исполнительской дисциплины, качество труда и трудовой жизни, текучесть кадров.

Оценка также основана и на информации о работниках: профессиональные, квалификационные, половозрастные характеристики, продвижение по карьерной лестнице, производительность, новаторская активность и т.д. На основании информации о состоянии кадровой службы и оценки поведения персонала можно разработать основные направления развития управления персоналом на предприятии.

В настоящих условиях особую актуальность приобретают кадровые аспекты, которые составляют человеческий фактор развития производственно- хозяйственной деятельности

предприятия. В таком случае создаются новые системы управления во всех сферах человеческой деятельности и соответственно новые требования.

Большинство кадровых служб на предприятиях Республики Беларусь должны осуществить переход от кадровой работы к управлению человеком, который позволит эффективно справляться с проблемами, возникающими в условиях рынка, что способствует более эффективному обеспечению достижений целей и лучших результатов деятельности организации.

В условиях инновационного развития экономики возникает необходимость совершенствования традиционных форм трудовых отношений, применения новых кадровых технологий, одной из которых может служить аутстаффинг персонала. На сегодняшний день в большинстве развитых стран аутстаффинг рассматривается как необходимый элемент рынка труда, способствующий повышению рентабельности и конкурентоспособности организации, а также поддержанию и росту занятости населения.

Аутстаффинг представляет собой комплекс мер, направленных на использование персонала вне штата. Компания-заказчик не вступает в правовые отношения с персоналом организации, предоставляющей услуги аутстаффинга. При этом нанятые рабочие обязуются выполнить перечень работ, указанных в договоре.

Таким образом, организация, занимающаяся аутстаффингом, предоставляет во временное распоряжение часть персонала предприятия. Место, время и объем необходимых работ в договоре указывает заказчик. То есть работники формально числятся в штате одной организации, а фактически выполняют работу другого предприятия. Существует возможность функционировать как малое предприятие и пользоваться льготными налоговыми режимами, прибегнув к услугам аутстаффинга.

Компания-аутстаффер берет на себя полное обеспечение сотрудника, в том числе выдача документов, подтверждающих работу, банковских зарплатных карт и переводов оплаты труда, решение текущих вопросов с рабочими, управление персоналом, налоговая отчетность в государственные органы.

К основным преимуществам аутстаффинга относятся:

1. оптимизация деятельности предприятия и снижение издержек
2. снижение объема работ кадровой службы;
3. уменьшение затрат на заработную плату и связанных с ней выплат;
4. повышение гибкости управления персоналом;
5. разделение ответственности.

В настоящее время в Беларуси понятие «аутстаффинг» еще не закреплено в законодательстве, но в 2016 году были внесены изменения в Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Виды экономической деятельности». Существует 2 вида деятельности в классификаторе:

«Деятельность по предоставлению временной рабочей силы». Этот подкласс включает деятельность по предоставлению клиентам работников на ограниченные сроки для временного замещения кадровых работников или в дополнение к ним.

«Прочая деятельность по обеспечению рабочей силой». Этот подкласс включает обеспечение клиентов рабочей силой, осуществляемое, как правило, на долгосрочной или постоянной основе.

Федерация профсоюзов Беларуси выступает за развитие в стране аутстаффинга. Нетипичная занятость необходима, чтобы сделать рынок труда более гибким, повысить конкурентоспособность и занятость населения.

Когда пользуются услугами аутстаффинга:

1. Желание уменьшить количество штатных сотрудников.
2. Желание снизить количество налогов, выплачиваемых предприятием.
3. Желание привлечь персонал на временную, сезонную или постоянную работу.
4. Желание упростить работу отдела кадров и бухгалтерии.

5. Желание расширить сферу деятельности компании.

6. Желание нанять сотрудников в Беларуси, не открывая представительства или филиала.

Стоимость услуги аутстаффинга рассчитывается, исходя из нескольких факторов: срока оказания услуги, количество персонала и уровня заработной платы, предоставляемых сотрудников, а также вида аутстаффинга.

Аутстаффинг уже активно применяется зарубежными компаниями (Kelly Services, Manpower, Adecco Global, Coleman Services Ins, Ventra Employment, Unistaff). Было бы целесообразно изучить мировую практику на примере США. Кризис семидесятых годов стал стартовой чертой для аутстаффинга в США. Предприятия, находившиеся на грани банкротства, стали выводить сотрудников за штат компании, чтобы уменьшить свои издержки. Аутстаффинг быстро набирал оборот. К данной системе найма прибегали как малые, так и крупные предприятия.

На сегодняшний день в США порядка 2 тысяч агентств предлагают свои услуги аутстаффинга персонала. Суммарный денежный оборот аутстаффинговых агентств составляет примерно 80 миллиардов долларов в год. Примерно 80% всех американских компаний пользовались или пользуются услугами аутстафферов.

Известным примером на сегодняшний день считается компания «Professional Employer Organizations – PEO». Около 700 компаний PEO насчитывается в США и их численность увеличивается на 20 % ежегодно. Доход отрасли составляет примерно 42 млн. долл. в год. Увеличение количества законов, регулирующих трудовые отношения, объясняет популярность данной формы занятости. Экономия на налогах, связанных с оплатой труда, и расходах по содержанию кадровых отделов, а также возможность концентрироваться на основной деятельности являются главными преимуществами использования аутстаффинга.

Преимуществами внедрения аутстаффинга для системы потребительской кооперации Республики Беларусь являются:

1. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов.
2. Возможность регулировать занятость кадров в зависимости от объема работы;
3. Повышение конкурентоспособности предприятия;
4. Повышение репутации в результате улучшения финансовых показателей.

Факторами, сдерживающими применение данной формы трудовых отношений в Республике Беларусь являются:

1. Недостаточная проработанность законодательной базы;
2. Отсутствие институциональных основ и организационной структуры в области новых кадровых технологий, опыта в решении данных вопросов;
3. Нежелание руководителей организаций изменять сложившуюся практику управления персоналом.

Необходимо предусмотреть следующие мероприятия, способствующие развитию аутстаффинга:

1. Разработать и принять закон, регулирующий предоставление услуг внештатных работников;
2. Мотивировать внештатных сотрудников премиями и поощрениями;
3. Установить заработную плату не ниже уровня оплаты по региону;
4. Возможности перехода аутстафферов в основной штат при достижении наилучших результатов;
5. Необходимость регулирования государства данных процессов;
6. Повысить профессионализм фирм, предоставляющих данные услуги;

Таким образом, при условии осуществления ряда преобразований законодательной, правовой и экономической сфер, способствующих развитию аутстаффинга, исследуемая технология станет действенным инструментом инновационного развития предприятий Республики Беларусь.

Литература

1. Шатовицкая, Ю.С. Совершенствование управления трудовыми ресурсами организаций на основе применения логистического подхода и аутстаффинга 2015, Гомель.
2. Рудак, И.К. Организационно-методическое обеспечение развития системы управления персоналом на предприятиях Республики Беларусь 2008 Мн.: БГЭУ, 25 с.

ПЕРСониФИЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К МОТИВАЦИОННОМУ УПРАВЛЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

*Лутохина Э.А., профессор кафедры, д.э.н., профессор
Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск*

Научное сообщество отмечает, что на горизонте уже заметны Индустрия 5.0 и Общество 5.0, которые будут отличаться полным утверждением экономики знаний, а также всеобщей интеллектуализацией инфраструктуры социума – его социальной, образовательной, потребительской и др. составляющих. В основе всех этих изменений – процессы цифровой трансформации.

Однако трансформации в человеческом обществе не совершаются автоматически, их осуществляет Человек, люди. А всякий человек – это прежде всего личность, отличающаяся от других совокупностью личностных качеств и способностей, что обуславливает разную социально-трудовую активность людей и разный её результат. Поэтому работнику как личности недостаточно быть отмеченным в качестве члена какой-то организации, к которой он относится. Работник как личность, единственно и персонально представленная в мире, остро нуждается в персональном различии и выделении. И это особенно важно в современных условиях, когда человек становится двигателем цифровой трансформации. Цифровая трансформация опирается на такие преобразования, которые основаны на комплексном применении интегрированных электронных, компьютерных средств цифровой автоматизации, моделирования и обработки информации, притом, что важно, на всех стадиях – и при проектировании, и планировании, и при разработке, а затем – при изготовлении и эксплуатации создаваемого продукта. Все это требует новаций и инноваций, а значит нового уровня знаний и навыков работников, их подготовки и переподготовки. Иными словами, все это связано с глубокими изменениями и большими усилиями на личностном уровне человека. Поэтому от его мотивированности – направленности, наполненности и силы его мотивов зависит уровень вовлеченности личности в новое дело, а следовательно, и общий трансформационный успех.

Персонализация в сфере труда в какой-то мере существует давно. Но в Новой, цифровой экономике происходит резкая ее актуализация при мотивационном управлении. Во-первых, такой подход актуализируется тем, что научно-техническая революция, которая создает новые технологии, резко изменила экономику. Она предстаёт нынче как глобальная, мировая, опутанная не только проводными, но и беспроводными сетями. Такая тесная взаимосвязанность предопределяет необходимость усиления взаимодействий как национальных экономик, так и предприятий, их работников. А взаимодействуют люди. Следовательно, от глубины знаний работника, от его познаний о странах-конкурентах и их экономиках, от кросс-культурных компетенций все больше зависят успехи, прибыли (или потери) предприятий. Это объективно возвышает роль отдельного человека как персоны в Новой экономике и требует персонализации при управлении.

Во-вторых, новая экономика вывела достаточно мирную конкуренцию на внутренних рынках на уровень жесткого конкурентного рынка, где господствуют компании-гиганты – ТНК и ТНБ. Правы были шведские ученые Нордстрем К. и Риддерстрале Й., заявив в работе «Бизнес в стиле фанк», что «настала эпоха, в которой всё решают талант и время». Но

и талант, и способность работать, обгоняя время – сугубо индивидуальные качества личностей. К тому же, достаточно редких личностей. Их и искать, и удерживать теперь не просто. Ведь талантливые люди имеют широкое поле для выбора. Такие объективные условия делают не только необходимым, но чрезвычайно важным персонифицированный подход при мотивационно-стимулирующем управлении.

В-третьих, еще одним фактором, требующим использования принципа мотивационной персонификации, служит глобализация рынка труда. Усиление мобильности рабочей силы, связанное с глобализацией экономики, вызвало масштабное усиление текучести кадров. «Подобно космической чёрной дыре, текучесть кадров с невероятной скоростью поглощает ресурсы современных организаций», – подчёркивают исследователи. Масштабы текучести кадров таковы, что, к примеру, из американской экономики текучесть ежегодно «высасывает» более 5 трлн. долл., т.е. эта текучесть становится самой большой статьёй корпоративных расходов, – подчеркивают специалисты. В дальнейшем проблема текучести кадров, их миграции, согласно данным исследователей, ещё обострится. Только в Америке будет не хватать порядка 10 млн. работников. Правда, речь идёт о соответственно подготовленных, талантливых работниках.

Ученые Оксфордского университета в своем исследовании по вопросам цифровизации приходят к выводу, что в 2040-х гг. в масштабах планеты устареют и исчезнут около 40% рабочих мест. Роботизация, по расчетам, вытеснит многие нынешние специальности и, соответственно, работников, обостряя проблемы рынка труда.

В-четвертых, сильным фактором актуализации персонифицированного подхода служит инновационность современной экономики. Редкость креативно-инновационного таланта заставляет помнить о том, что талантливых сотрудников нужно искать – искать везде и беречь всегда. Но это же заставляет вспомнить о соотношении, показанном в работах известного российского специалиста В.П. Эфроимсона «Генетика гениальности», что рождаются талантливыми 1:1000 человек, а реализуются как таланты только 1:100000. Практически из этого вытекает необходимость разработки особой концепции выращивания и сохранения талантливых людей.

В-пятых, нельзя не учитывать возросшее чувство собственного достоинства современных людей. Достоинство – особая нравственно-ценностная категория, обуславливающая самоуважение и уважение личности. Это одно из неотчуждаемых и непередаваемых нематериальных благ, принадлежащих каждому человеку от рождения.

Рост уровня образованности, непрерывность образования, повышение культурного уровня людей, рост компетентностных требований со стороны глобального рынка труда, заставляющего активно наращивать свои конкурентные преимущества – все это вызывает необходимость нового типа и уровня работников. Естественно, такие изменения приводят к возрастанию чувства собственного достоинства. Чтобы обеспечить эффективную трудовую отдачу работника, нужно видеть в нем личность, обладающую чувством собственного достоинства. Опираясь на это чувство, работник способен сделать гораздо больше. При такой ситуации и сам он уважительно относится к другим работникам, создавая в целом благоприятный климат в данной организации, что служит немаловажным фактором общего успеха.

Персонифицированный подход требует умения индивидуализированно оценивать работу и её результаты, по-разному материально мотивировать, учитывая произошедшие изменения в системе личных интересов, широко использовать меры морального, а также эмоционального поощрения, уметь вознаграждать «по заслугам», уметь предупреждать и обходить «мотивационные ловушки», с учётом индивидуальности предлагать социальные услуги. Всё это и многое другое будет означать подход на основе мотивационно-стимулирующей персонификации. Такой подход особенно ценен, когда необходим инновационный всплеск, как при цифровизации, поскольку именно он может обеспечить

успех, создав новые конкурентные преимущества в условиях глобальной конкурентной борьбы.

Таким образом, рассмотренные выше основные, а также и другие факторы и условия, приводят к выводу об усилении практической востребованности и необходимости актуализации персонифицированного подхода, обладающего огромным мотивационным потенциалом, при современном мотивационном управлении. Цифровую трансформацию осуществляют люди, конкретные личности. Поэтому персонифицированный подход при мотивационном управлении становится ключевым для достижения управленческого и экономического успеха. Результативность мотивационного управления в этих условиях в значительной мере зависит от уровня разработки и использования методов и форм мотивационно-стимулирующей персонификации.

Литература

1. Гусаков, В. Императивы новой промышленной революции и интеллектуализации общества / В. Гусаков / Минск. Наука и инновации. Специальный выпуск. Создавая фундамент будущего.

2. Лутохина, Э.А. Мотивационно-стимулирующее регулирование в условиях инновационного развития: сила и власть мотивов. Э.А. Лутохина // Минск. АУ. 2013. 207с.

3. Нордстрем, К.А., Риддерстрале, Й. Бизнес в стиле фанк./ К.А. Нордстрем, Й. Риддерстрале. – СПб: Стокгольмская школа экономики, 2005, 278 с.

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: УРОКИ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Мигас В.В., к.э.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Как отмечается в Докладе ЮНКТАД о мировых инвестициях (2018 г.), неустойчивость мировой экономики, непредсказуемость политики для инвесторов и возросшие геополитические риски привели к снижению глобальных потоков прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в 2017 г на 23% до 1,43 трлн долл (1,87 трлн. долл в 2016г.). Потоки ПИИ сократились несмотря на улучшение других макроэкономических показателей, таких как ВВП, торговля.

В дальнейшем, в связи с налоговой реформой в США и усилением налоговой конкуренции, неблагоприятной динамикой макроэкономических показателей, торговыми войнами прогнозируется нестабильный рост ПИИ.

Если говорить о динамике притока ПИИ по группам стран, то он сократился в развитые государства и переходные экономики, в развивающиеся страны остался на прежнем уровне, в результате чего их доля составила 47% в 2017 г. против 36% в 2016 г. Доля развитых стран упала и составила 50%, 3% пришлось на переходные экономики. Среди развитых стран значимыми получателями явились США, Нидерланды, Франция, Австралия, Швейцария, а среди развивающихся стран – Китай, Гонконг, Сингапур, Бразилия, Индия. Вместе с тем приток прямых инвестиций в Африку сократился, в Азию остался на прежнем уровне, в Латинскую Америку и Карибский бассейн – несколько вырос.

Что касается оттока ПИИ, то главными экспортёрами по-прежнему являются экономически развитые страны с долей в 71%. Экспорт из развивающихся стран упал, главным образом за счет Китая, в результате проведения им ограничительной политики в ответ на значительный отток капитала в 2015 – 2016 г.г, из переходных экономик вырос. Тройка ведущих экспортёров – США, Япония, Китай, Российская Федерация находится на 11 месте (в 2016 г. она занимала 15 место).

Следует обратить внимание и на то, что ПИИ из развитых и развивающихся государств имеют различную структуру: если более 50% вывозимого компаниями развивающихся стран капитала приходится на инвестиции в акционерный капитал, то в оттоке капитала из развитых стран самым крупным компонентом являются реинвестиции (более 80 %).

В 2017 г. существенно упали (на 22%) слияния и поглощения, которые считаются основной формой ПИИ на современном этапе. Объем инвестиций в новые проекты также снизился, в основном за счет развитых стран.

В отраслевом разрезе сокращение главным образом затронуло сектор услуг. До этого на протяжении 10 лет имела место тенденция к увеличению притока ПИИ в данный сектор, что было связано с дальнейшей его либерализацией, продолжением процесса превращения услуг в рыночный товар и расширением глобальных производственно-сбытовых цепочек, в которых услуги играют важную роль. В результате доля этого сектора более чем в 2 раза превышала соответствующую долю обрабатывающей промышленности.

В некоторых отраслях обрабатывающей промышленности, таких как электроника и производство химической продукции, инвестиционная активность несколько выросла. В целом, однако, в долгосрочном плане динамика объявленных вложений сюда была вялой. За 2013-2017 г.г. темп роста инвестиций был устойчиво ниже, чем за предыдущее пятилетие в странах Африки, Латинской Америки и Карибского бассейна, а также в развивающихся странах Азии. Спад глобальных ПИИ может означать сокращение крупных источников финансирования для развивающихся государств и переходных экономик даже несмотря на то, что при общем снижении показателей доходности вложений за 2012-2017 г.г. в развивающихся странах и особенно в переходных экономиках они оставались значительными: соответственно 8 % и 11,8 %. Для сравнения: у развитых стран – 5,7 %.

Из приведенных данных вытекают следующие выводы для Республики Беларусь. Сокращение глобальных потоков ПИИ означает усиление конкурентной борьбы за свободные ресурсы и их привлечение в национальные экономики. В эту борьбу вовлечена и Республика Беларусь, для которой ПИИ становятся средством модернизации и поддержания на качественно новой технической и технологической основах высоких темпов роста экономики.

Борьба за ресурсы заставляет государства совершенствовать свой инвестиционный климат. Правительство Беларуси постоянно работает в этом направлении, тем не менее, привлекаемых до сих пор точечных и небольших по объему ПИИ явно недостаточно, чтобы способствовать модернизации экономики и реформированию ее специализации в международном разделении труда. Проведенный зарубежными и белорусскими исследователями эконометрический анализ показал, что потенциальный уровень ПИИ для страны более чем на 50 % выше, чем реальный, если исходить из таких значимых факторов, как размер рынка, качество трудовых ресурсов.

Спад глобальных ПИИ может иметь серьезные последствия для промышленного развития, стимулируемого этими инвестициями, в сторону его замедления. Что касается Беларуси, то она сохранила свою обрабатывающую промышленность и ее ядро – машиностроение. Но поступающих сюда ПИИ очень мало, особенно в сферу высоких технологий. Сохраняется их тяготение преимущественно к инфраструктурным проектам (транспорт, связь, торговля) и финансово-посреднической деятельности с ориентацией на работу в основном на внутреннем рынке, а не к реальному производству с будущим выходом на внешние рынки. Переломить эту тенденцию – крайне важная задача в условиях неблагоприятного мирового развития.

Выполнение этой задачи затрудняется также существенным перекосом в территориальном распределении поступающих в страну ПИИ. Большая их часть направляется в г. Минск, хотя области Беларуси обладают значительным инвестиционным потенциалом.

Комплексный план новой индустриализации регионов Беларуси до 2025 г., над которым работает Министерство экономики, позволит, как ожидается, привлечь в страну надежных инвесторов, выровнять экономическое развитие регионов, убрать все тормозящие эффективную работу факторы. Детально проработанная карта под названием «Индустриализация регионов», а также интересные инвестпроекты привлекут в Беларусь миллиарды долларов и удвоят ВВП. План включает в себя свыше 1700 инвестиционных проектов и разделен на три направления: проекты по импортозамещению (327), проекты для совместной реализации с КНР (почти 160), идеи, привязанные к специфике и профилю конкретного района (около 1200). Реализация этих проектов позволит задействовать потенциал не только крупных компаний, но и малого и среднего бизнеса.

Таким образом в условиях снижения глобальных потоков ПИИ, их отраслевого перераспределения особую актуальность приобретают вопросы как наращивания объемов привлекаемых в Беларусь ПИИ, так и повышения эффективности их использования.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОЙ ЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Орлова Е.И., ст. преподаватель

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск*

В рыночной экономике эффективность деятельности организации и ее конкурентоспособность во многом зависят от эффективности использования трудовых ресурсов. Развитие информационных технологий способствует появлению новой формы взаимодействия между работодателем и работником, которая позволяет использовать труд работника дистанционно.

В последние годы формы дистанционной занятости работников получили достаточно широкое распространение во всем мире: около 40 % всех компаний в той или иной степени используют труд дистанционных работников. Так, по данным исследовательской компании IDC, в США доля «мобильных» работников составляет около 75 % от общего количества трудоспособного населения, в странах Европы – около – 50 %.

На отечественном рынке труда Республики Беларусь имеется достаточно количество предложений для соискателей с удаленной формой организации работы. Например, по состоянию на март 2019 года только на сайте jooble.by было размещено более 2 тыс. вакансий с режимом удаленной работы. При этом в организациях наиболее распространена удаленная работа в сфере ИТ (24 %), продаж (18%), финансов и бухгалтерии (11 %), рекрутинга (10 %), дизайна (9 %), маркетинга, юриспруденции и проектирования (по 4 %).

Вопросы дистанционной занятости исследуются как отечественными учеными, так и зарубежными. Так, работы С.А. Долженкова посвящены влиянию информационно-коммуникационных технологий на развитие дистанционной занятости, Л.М. Кветной, В.О. Милютина исследовали вопросы развития дистанционных форм занятости в мировой экономике и др. [2, 3].

Распространение дистанционной занятости работников позволяет повысить эффективность деятельности организаций. В частности, путем сокращения расходов на аренду офисных помещений, оборудование рабочих мест, оплату электроэнергии. Например, в компании Siemens после перевода части работников на удаленный режим работы потребность в офисных помещениях снизилась на 35 %.

Дистанционная занятость способствует решению социальных проблем, связанных с занятостью жителей моногородов, инвалидов, студентов, молодых специалистов, матерей,

находящихся в отпуске по уходу за ребенком, а также позволяет формировать кадровый состав организации из работников, проживающих в регионах с более дешевой рабочей силой, что обеспечивает значительную экономию фонда оплаты труда.

Режим удаленной работы позволяет повысить привлекательность организации как работодателя на рынке труда. Дистанционная занятость является важным фактором выбора места работы, особенно для представителей поколения «Y», так как позволяет обеспечить баланс между личной и трудовой жизнью.

Вместе с тем перевод сотрудников на удаленный режим работы, может обусловить и определенные проблемы, например недоступность сотрудника для связи, нарушение сроков сдачи работы, ее ненадлежащее качество. Применение дистанционных форм занятости работников ведет к изменению процессов организации работы, ее контроля, координации, мотивации работников.

В связи с этим актуальными проблемами управления персоналом в условиях дистанционной занятости, являются вопросы правового регулирования дистанционной работы.

В настоящее время трудовое законодательство Республики Беларусь не имеет соответствующих норм, регулирующих дистанционный труд. Работа удалено регулируется гражданским законодательством – через заключение гражданско-правовых договоров для выполнения какого-то определенного задания.

Трудовым кодексом Республики Беларусь (глава 25) регулируется труд работников-надомников [1]. Согласно ч. 2 ст. 304, работник-надомник может работать не только на дому, но и в любом другом помещении по его выбору, в том числе в другой местности вне места расположения нанимателя [1]. Условие о месте работы – на дому или в другом помещении – является одним из обязательных условий, которые закрепляются в трудовом договоре. Выполнение работы на дому осуществляется с соблюдением всех требований законодательства о труде: заключается письменный трудовой договор, содержащий обязательные условия, в том числе об оплате труда, режиме труда и отдыха, правах и обязанностях надомника и нанимателя, включая право на безопасные условия труда.

В соответствии с законопроектом «О внесении изменений в Трудовой кодекс Республики Беларусь» дистанционный труд предлагается урегулировать в главе 25-1 Трудового кодекса Республики Беларусь, который предусматривает выполнение функций с использованием коммуникационных и информационных технологий с заключением письменного трудового договора.

В отличие от разовой работы, выполняемой в рамках гражданско-правового договора, трудовой договор предполагает в основном постоянную работу. С дистанционным работником возможно заключение и срочных трудовых договоров, если работа будет иметь срочный характер.

Особенность оформления трудовых отношений с работником, осуществляющим дистанционную работу, состоит в том, что ему потребуется лично присутствовать при заключении трудового договора. В таком трудовом договоре должны содержаться все обязательные сведения и условия, указанные в ч. 2 ст. 19 ТК Республики Беларусь [1]. При этом отсутствует требование указывать в трудовом договоре конкретное рабочее место работника.

При личной встрече работника и нанимателя должны быть определены в трудовом договоре следующие сведения: условия и способ обмена информацией – электронными документами и файлами с текстами этих документов в электронном виде; временные рамки отношений работника и нанимателя; способы передачи результатов труда.

Таким образом, основная особенность трудового договора, который заключается с работником, осуществляющим дистанционную работу, – возможность взаимодействия работника и нанимателя посредством электронных средств связи.

Вместе с тем в ряде случаев помимо обмена электронной информацией нанимателю придется направить работнику тот или иной документ на бумажном носителе заказным почтовым отправлением с уведомлением о его вручении. Например: при изменении трудового договора наниматель в течение двух рабочих дней со дня заключения соглашения должен направить работнику его экземпляр соглашения, оформленный в надлежащем виде; ознакомлении с приказом о прекращении трудового договора нанимателем в день прекращения трудового договора направляется работнику копия приказа.

Дистанционный труд как альтернатива гражданско-правовым отношениям между работодателем и работником обеспечивает работнику социально-трудовые гарантии, в частности, такие как: постоянный характер работы; соблюдение требований законодательства о минимальной оплате труда; право на трудовой отпуск; оплата больничного др.

Применение дистанционных форм организации труда обуславливает трансформацию основных технологий управления персоналом в организациях, в частности подбор и отбор кандидатов на работу, их адаптацию, обучение, мотивацию.

Так, при подборе кандидатов для удаленной работы целесообразно наряду с предоставлением резюме практиковать заполнение кандидатами online анкеты, размещенной на официальном сайте компании, а также прикрепление сканов документов, подтверждающих уровень образования, опыт работы и др. Это позволит оперативно проверить подлинность документов, достоверность сведений в резюме и анкетах, профиль кандидатов в социальных сетях, а следовательно, более обоснованно принимать решение о допуске кандидатов к конкурсу. На практике возможно применения удаленного собеседования с использованием таких инструментов, как скайп или видеointервью. Видеозаписи структурированных интервью кандидатов могут быть обработаны с помощью специальных программных комплексов, например, BAS, которые позволяют оценить невербальное поведение человека, составить его психологический портрет.

Особую актуальность в условиях дистанционной занятости работников приобретают вопросы организации и контроля их работы. Так сотрудники должны иметь еженедельные и ежемесячные планы работы, индивидуальный график доступности и присутствия в сети. С целью контроля работы удаленных сотрудников может быть использовано специальное программное обеспечение (например, Vitcop Security, Hubstaff и др.), которое позволяет не только увидеть «рабочий стол» (в любой момент определить, чем занимается сотрудник), но и рассчитать количество времени, потраченное на выполнение задания или проекта.

Таким образом, актуальными проблемами управления персоналом в условиях дистанционной занятости являются вопросы правового регулирования дистанционного труда, а также трансформации основных технологий управления персоналом в организациях.

В частности, закрепление в Трудовом кодексе Республики Беларусь дистанционной работы, обеспечит работнику социально-трудовые гарантии в особенности для профессионалов умственного труда, которые сегодня не состоят в штате организаций и выполняют работу по гражданско-правовому договору.

В свою очередь трансформация основных технологий управления персоналом путем применения новых инструментов работы с сотрудниками, например, Basecamp (проведение групповых обсуждений, распределение задач и отслеживание их выполнения, мозговые штурмы), WebEx (органи-зация конференц-связи с возможностью просмотра экрана компьютера), Know Your Company (опрос сотрудников), Skype (международные звонки, конференц-связь, видеоконференции), системы мгновенного обмена тек-стовыми сообщениями с одним человеком (мессенджеры), Google Hangouts (организация закрытых видеоконференций до десяти участников) и др. позволит более эффективно реализовать цели и задачи организации.

Литература

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 17 июля 2018 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
2. Долженков, С.А. Влияние современных информационно-коммуникационных технологий на развитие дистанционной занятости / С.А. Долженков // Труд и социальные отношения. – 2016. – № 1. – С. 35-42.
3. Милютина, В.О. Развитие дистанционных форм занятости в современной мировой экономике / В.О. Милютина // Финансы, деньги, инвестиции. – 2016. – № 3 (59). – С. 29-32.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ» ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Пашко Р.Г., заведующий кафедрой общенаучных дисциплин, к.ф.н., доцент
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Как известно, в начале XXI века Республика Беларусь вступила на путь инновационного развития и создания «интеллектуальной» экономики. Поступательное движение в постиндустриальной экономике зависит от вложений в наукоемкие активы. Отечественная наука вносит достойный вклад в мировую науку, в развитие техники и технологий. К основным достижениям можно отнести то, что в Беларуси ежегодно создается от 3 до 5 инноваций. К примеру, в 2012 г. запущен в космос белорусский спутник дистанционного зондирования Земли. 19 белорусских физиков входят в число соавторов открытия бозона Хиггса в Большом адронном коллайдере, что является одним из достижений фундаментальной физики.

В Глобальном индексе инноваций Республики Беларусь высокое место по уровню развития человеческого капитала и исследований. По оценке Международного союза электросвязи, информационно-коммуникативные технологии занимают 31-е место; по экспорту ИТ – Беларусь занимает первое место среди стран СНГ; доля экспорта компьютерных услуг составила в 2016 г. 14%. В 2016 году доля экспорта высокотехнологичной и наукоемкой продукции в общем объеме белорусского экспорта составила 33,2%. Беларусь активно осуществляет научно-техническое сотрудничество более чем с 40 странами. Реализовано более 40 программ в Союзном государстве.

Ключевая цель в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года – переход страны к экономике, основанной на знаниях. Определены меры для выполнения данной стратегии: модернизация научной сферы; создание новых научных школ и реализация стратегических программ НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки); обеспечение интеграции в международные процессы; обеспечение воспроизводства компетентных научно-технических кадров.

В Беларуси создана и развита национальная инновационная система: сформирована сеть субъектов инновационной инфраструктуры, включающая 11 научно-технологических парков, которые решают вопросы взаимодействия науки и производства; 9 центров трансфера технологий; 1 (один) инновационный и венчурный фонд.

В результате выполнения Государственной программы инновационного развития на 2011-2015 гг. (ГПИР) объем производства инновационной продукции составил порядка трети от общего объема произведенной в республике инновационной продукции; более 25% созданной в рамках программы продукции поставлено на экспорт, что составляет 1,2 млрд долл. США; создано более 19 тысяч новых рабочих мест. В ГПИР на 2016-2020 гг. включены

75 экспортоориентированных инновационных проектов; на технологиях V и VI технологических укладов базируются 30 проектов (при этом, 26 проектов основаны на применении отечественных технологий). Планируется, что к 2020 году прирост ВВП составит не менее 5%; будет создано около 9 тысяч новых высокопроизводительных рабочих мест с уровнем добавленной стоимости по каждому выше, чем в Евросоюзе [6, с. 24 – 29].

Как справедливо подчеркивает российская исследовательница Е.В.Ширинкина, доля нового знания в условиях постиндустриального развития растет в общем приросте ВВП всех развитых стран, составляя 70-80%. Использование результатов интеллектуальной человеческой деятельности расширяется. Человек становится важнейшим ресурсом производства и воспроизводства, а человеческий капитал выступает основой новой экономики. Процесс создания человеческого капитала связывается с функционированием системы образования, а его использование – с использованием трудовых ресурсов. Нельзя не согласиться с мнением автора о том, что основной проблемой остается сохраняющийся разрыв между высшей школой и требованиями рынка труда [3, с. 238-239].

Следует отметить, что среди ученых ведутся споры относительно сущности и взаимосвязи понятий «человеческий ресурс», «человеческий капитал», «интеллектуальный ресурс», «интеллектуальный капитал», «интеллектуальный потенциал», «образовательный капитал» и т.д. Одно очевидно – данные понятия взаимосвязаны и взаимообусловлены, требуют комплексного подхода. Особое внимание экономистов направлено на выявление достоверного метода оценки данных категорий. По мнению Е.В.Ширинкиной, управлять тем, что нельзя измерить, невозможно. Измерение человеческого капитала необходимо как для его эффективного использования, так и для управления деятельностью предприятия [3, с. 240]. Однако Е.В.Ширинкина указывает на то, что методы измерения человеческого капитала, трудовых ресурсов и методы измерения эффективности инвестиций в человеческий капитал недостаточно корректны, не соответствуют реалиям, не учитывают ряд факторов и, в конечном счете, не отражают действительную картину в экономике и обществе [3, с. 241-242].

Существуют взаимодополнительные трактовки понятия «человеческий ресурс» и «человеческий капитал». Иногда различия данных понятий нивелируются [3, с. 239-240]. В некоторых случаях «человеческий ресурс» интерпретируется как более широкое по содержанию понятие, включающее человеческий капитал, а также рабочую силу, человеческий потенциал и предпринимательские способности. Это своего рода аналог понятия «человеческий фактор» производства, который отличается от вещественных факторов, к которым относятся ресурсы земли, а также финансового и производственного капитала [1, с. 21]. Белорусский исследователь Е.Головчанская считает, что формами материализации человеческих ресурсов являются товары и услуги, находящие применение во всех сферах жизни общества [1, с. 21].

Как представляется, наиболее всеобъемлюще представлено понятие «человеческий ресурс» в монографии В.Л.Цыбовского «Управление человеческими ресурсами в сфере коммерческого предпринимательства: теория и методика развития» [5]. Категория «человеческие ресурсы» раскрывается во взаимодействии с категорией «интеллектуальные ресурсы». Корпоративный университет выступает в качестве перспективной модели стратегической организационной формы развития человеческих ресурсов [5, с. 272-283].

Известный белорусский ученый В.Гусаков считает, что понятие «человеческий капитал» выступает наиболее емким понятием и позволяет раскрыть значение интеллекта как главного производительного ресурса в условиях формирования общества будущего, Общества 5.0, в основе которого интеллектуально и гармонично развитый человек [2, с. 5]. Трудно не согласиться с выводом автора: «Белорусские инновации уже по самому определению должны быть самого высокого уровня. У нас нет другого крупного источника доходов, кроме интеллекта и инноваций» [2, с. 9].

Таким образом, в новой социально-экономической парадигме развития человек становится не просто средством экономического роста, но его главной целью и ценностью. Именно задействование человеческого капитала и человеческих ресурсов позволит экономике знаний эффективно развиваться, превращая «интеллектуальную» Беларусь в процветающую страну [4, с.11].

Литература

1. Головчанская, Е. Воспроизводство интеллектуальных ресурсов в интеллектуальной экономике / Е.Головчанская // Наука и инновации. Научно-практический журнал. – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2018. - № 1 (179). – С. 20-24.
2. Гусаков, В. Человеческий капитал – главный фактор повышения конкурентоспособности / В.Гусаков // Наука и инновации. Научно-практический журнал. – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2018. - № 1 (179). – С. 4-9.
3. Положихина, М.А. Ширинкина Е.В. Формирование человеческого капитала в постиндустриальной экономике / Сургутский государственный университет. – Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2017 // Отечественная и зарубежная литература. Экономика: РЖ / РАН. ИНИОН. Центр науч. – информ. исслед. по науке, образованию и технологиям. – М., 2018. – № 3. – С. 238-242.
4. Соколова, Г. Состояние и использование человеческого капитала в Республике Беларусь / Г.Соколова // Наука и инновации. Научно-практический журнал. – Минск: Издательский дом «Белорусская наука», 2018. – Январь. – № 1 (179). – С. 10-14.
5. Цыбовский, В.Л. Управление человеческими ресурсами в сфере коммерческого предпринимательства: теория и методика развития: монография / В.Л. Цыбовский, под ред. В.А.Ганского. – Минск: Ковчег, 2018. – 305 с.
6. Шумилин, А.Г. Наука и инновации – основа экономического развития Республики Беларусь / А.Г.Шумилин // Проблемы управления. – Минск, 2017. – № 3 (65). – С. 24-29.

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Разумовская И.Г., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Ходенков А.Л., ст. преподаватель

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Минский филиал

В современных условиях значительной неопределенности, увеличения скорости и масштаба научно-технического прогресса проблема устойчивого развития приобретает первостепенное значение, становится стержнем всей экономической политики, задает контуры всех стратегических решений экономических систем различного уровня национальной экономики [1].

Особую роль в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 отводят формированию качественно действующей сферы услуг, которая призвана развить важнейшие факторы экономического роста, такие как научные знания, нематериальные формы накопления, информационные технологии. По прогнозам ожидается увеличение вклада данной сферы в валовый внутренний продукт до 55% к 2030 году.

Основной целью реализации программы обозначено создание высокоразвитой сферы услуг, гарантирующей достойное качество жизни, возможность творческой самореализации каждого человека, формирование инновационной сферы услуг, адаптированной к высокоразвитым рынкам в части наукоемких и креативных их видов [2].

Среди задач, реализация которых ведет к достижению поставленной цели, отмечается формирование личности с системным мировоззрением, критическим, социально и экологически ориентированным мышлением и активной гражданской позицией. Человек как носитель современных знаний и высокого уровня профессионализма является частью человеческого капитала экономической системы страны и рассматривается необходимым условием обеспечения ее устойчивого и сбалансированного развития.

В рамках отмеченной концепции необходимо изменение парадигмы образования, а именно – развитие способностей, дающих возможность самостоятельно усваивать знания, творчески их перерабатывать, создавать новое, внедрять его в практику и нести ответственность за свои действия.

Процесс формирования постиндустриального образования предполагает переход к более инновационной его форме – образованию для устойчивого развития, что призвано помочь найти мировому сообществу конструктивные и творческие решения для настоящих и будущих глобальных проблем и повысить устойчивость и жизнеспособность общества [3].

Усиление роли человека в общественном развитии, требования времени по созданию высокоразвитого интеллектуального капитала страны, особые задачи по развитию человеческих ресурсов актуализируют вопрос о повышении качества образования.

Главными инструментами повышения качества образования по всем перечисленным требованиям выступают инновации, где среди прочих выделяется развитие дистанционного обучения и других инновационных технологий, а также поиск путей взаимодействия образования и бизнеса [4].

Использование дистанционного образования позволит, кроме отмеченной выше задачи повышения его качества, реализовать идею его доступности [5], а также, что не менее важно, увеличить долю экспорта услуг и повысить позиции страны на мировом рынке услуг.

Формирование действенного механизма развития и совершенствования образования будет способствовать достижению значительных успехов в реализации стратегических приоритетов устойчивого развития: в части качественного воспроизводства человеческого потенциала и эффективного его использования; с точки зрения формирования благоприятной институциональной и бизнес-среды; в направлении ускоренного развития высокотехнологичных производств и услуг и роста экспортного потенциала страны.

Литература

1. Данилова, Н.С. Особенности определения стартовых условий системы управления устойчивым развитием организации / Н.С. Данилова // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: материалы X междунар. науч.-практич. конф., Минск, 26 мая 2017 г. / сост. Горбачёв Н.Н. – Минск: Ковчег, 2017. – 400 с.: ил. – (<https://elibrary.ru/item.asp?id=29727135>).

2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года – (<http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>).

3. Разумовская, И.Г. Образование как фактор устойчивого развития / Н.С. Данилова, И.Г. Разумовская // Научная школа Т.И. Шамовой: методолого-теоретические и технологические ресурсы развития образовательных систем. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. / Ответственные редакторы С.Г. Воровщиков, О.А. Шклярова. – Москва, 2018. – С. 397-401. – (<https://elibrary.ru/item.asp?id=35392276>).

4. Разумовская, И.Г. Проблемы повышения эффективности образовательного процесса / И.Г. Разумовская // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: материалы X междунар. науч.-практич. конф., Минск, 26 мая 2017 г. / сост. Горбачёв Н.Н. – Минск: Ковчег, 2017. – 400 с.: ил. – С.191-192. – (<https://elibrary.ru/item.asp?id=29727062>).

5. Разумовская, И.Г. Возможности и опыт использования технологий дистанционного образования в системе инклюзивного образования / Н.С. Данилова, И.Г. Разумовская, А.Л. Ходенков // Методы и технологии учета, анализа и управления: сборник науч. статей участников конф. «Перспективы учета, анализа и налогообложения в странах-членах СНГ», Минск, 5 декабря 2017 г. / сост. Горбачёв Н.Н., Корчагина Л. – Минск: Ковчег, 2018. – 291 с.: ил. – С.96-98. – (<https://elibrary.ru/item.asp?id=36913443>).

ЦИФРОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПЕРСОНАЛА И СПОСОБЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ

*Русак А.Н., к.э.н., доцент кафедры экономических наук
Минский государственный лингвистический университет, г. Минск*

Стремительный рост технологий и применение их в бизнесе, кардинально трансформирует отношение к получаемой информации, а также к способам коммуникации, что вызывает необходимость развивать не только профессиональные компетенции сотрудников, но и надпрофессиональные. Современный специалист должен иметь высокий уровень цифровых навыков: иметь знания и умения в области цифровых устройств, коммуникационных приложений, уметь создавать контент и обмениваться им. Все это влияет на общение сотрудников и становится важнейшим фактором корпоративной культуры.

Наличие цифровых навыков высоко ценится работодателями, что доказывается востребованностью специалистов, обладающих цифровыми компетенциями. Недостаточное количество специалистов с хорошо развитыми soft и digital skills на рынке труда, вынуждает искать способы решения проблемы обучения персонала для обеспечения конкурентного преимущества компаний.

Сотрудники на разных уровнях в компании значительно различаются по уровню цифровых навыков, которых условно можно разделить на: «цифровых лидеров», «цифровых последователей» и «цифровых новичков».

«Цифровыми лидерами» можно считать сотрудников, обладающих digital skills, имеющих аналитическое мышление, успешно внедряющих и применяющих в своей деятельности контент-маркетинг, нетворкинг и другие инструменты, что позволяет оптимизировать бизнес-процессы, получать новые продукты и добиваться стратегических улучшений. Такие сотрудники не боятся рисковать, выступают инициаторами технологических нововведений и организационных изменений, при этом полностью встраивая их в корпоративную культуру.

«Цифровые последователи» составляют достаточно большую категорию работников. Поддерживают лидеров, следуют их курсу при выполнении задач, стоящих перед компанией, являются при этом движущей силой процессов преобразований в организации. Склонны принимать нововведения, но могут демонстрировать неоднозначное отношение к ним, и представлять альтернативу решений.

«Цифровые новички» характеризуются индивидуальным уровнем восприимчивости к технологическим новшествам. Стремятся познать новые технологии и использовать их в своей деятельности, когда их применение становится очевидно выгодным.

В соответствии с этим изменяются требования к HR-специалистам. Изменяется их круг обязанностей, сфера ответственности, используемый инструментарий. Многие функции заменяются искусственным интеллектом. Привычные способы обучения персонала уже не являются определяющими, HR-специалисты должны сами обладать соответствующими навыками: обеспечивать внедрение и развитие новых технологий в управлении персоналом; использовать мобильные обучающие платформы; развивать корпоративную блогосферу;

стимулировать инициативу сотрудников в обучении; пробуждать в сотрудниках креативное мышление; находить оптимальный баланс между hard skills, soft skills, digital skills.

Культура коммуникации становится всё более веб-сфокусированной, что требует «виртуализации» системы обучения, учитывающей особенности пространственного мышления, и способности к творчеству. Компания может ввести должность «цифровой корпоративный наставник», «цифровой корпоративный куратор». В обязанности куратора будут входить задачи по трансформации процесса корпоративного обучения, внедряя такие форматы как: очное, дистанционное, виртуальное, что также требует:

- создания обучающего пространства для развития цифровой компетентности персонала, т.е. для развития таких свойств у сотрудников, которые позволяют решать разные по сложности задачи профессиональной области деятельности;

- осуществления подготовки персонала в контексте непрерывного обучения;

- определения координаторов образовательных онлайн-платформ и разработчиков образовательных инструментов;

- создания условий, содействующих активному использованию цифровых технологий в профессиональной деятельности;

- построения собственных виртуальных университетов;

- разработки модели оценки компетенций, учет индивидуальных особенностей сотрудников в контексте профессиональной деятельности.

Формирование навыков будущих специалистов, надо начинать в университетах при поддержке бизнес-сообществ, фокусируясь на поиске инновационных решений для новых вызовов цифровой экономики.

Процессы цифровизации и информатизации образовательного пространства вуза должны включать:

- актуализацию учебных программ в контексте обучения цифровым навыкам, создание комплекса цифровых образовательных ресурсов;

- разработку профилей компетенций студентов под потребности предпринимательских структур в условиях цифровой экономики, поддержку развития компетенций;

- обеспечение более широкого доступа к образовательному интернет-пространству, учитывая, что в Республике Беларусь число персональных компьютеров, имеющих доступ к сети Интернет, в процентах к общему числу компьютеров, используемых в образовательном процессе в учреждениях высшего образования, составляет 80,0% [1];

- формирование навыков защиты от интернет-угроз;

- создание платформы услуг образовательных ресурсов, обеспечивающей повышение цифровой грамотности;

- распространение инструментов онлайн-обучения, посредством создания специальных цифровых онлайн-площадок обучающего характера, позволяющих применять новые умения и навыки;

- поддержку реализации собственных проектов студентов (стартапов), и представление их в качестве дипломных проектов, с целью развития инновационных способностей и предпринимательской жизнеспособности.

Многие страны уже массово внедряют соответствующие методики по формированию и развитию цифровых компетенций. Так, в Китае, в соответствии с целями и требованиями экономического и социального развития, в апреле 2017 г. был опубликован План развития молодежи на 2016-2025 гг. План предусматривает: обеспечение средней продолжительности обучения молодых людей (14-35 лет) – 13,5 лет; разработку проекта развития детской киберцивилизации, закладывающего основы инновационного мышления; организацию программ повышения квалификации молодежи (создание групп стажировок и практических занятий на предприятиях, в научно-исследовательских институтах).[2] В Китае растет рынок онлайн-образования. Количество людей, которые пользуются образовательными онлайн-услугами,

достигло 144 миллиона. [3] Рост технологических навыков рабочей силы, является частью системы построения экономики, в основе которой высокотехнологичное производство. [2]

Современный специалист должен иметь достаточно высокий уровень цифровой компетентности, что способствует формированию основ мышления, позволяющих оказаться успешным в будущем мире, так как работодателю нужны не только знания работника, но и его навыки. Организация процесса обучения должна осуществляться в соответствии с требованиями стандартов нового поколения, учитывая общемировые тенденции, что требует соответствующей ориентации системы обучения.

Литература

1. Образование в Республике Беларусь, 2017 [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/b38/b38b23677fdb6313942d69b1434f89c.pdf>. – Дата доступа: 07.04.2019.

2. Среднесрочный и долгосрочный план развития молодежи (2016-2025 гг. [Электронный ресурс] // Государственный совет КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/zhengce/2017-04/13/content_5185555.htm#1. – Дата доступа: 17.03.2019.

3. China Internet Trends 2017. [Электронный ресурс] // 500 Startups. – Режим доступа: <https://rb.ru/analytics/13-chinese-internet-trends/> – Дата доступа: 04.04.2019.

МИРОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ В РАЗВИТИИ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ

*Смоликова Т.М., к. культурологии, доцент кафедры межкультурных коммуникаций
Белорусский государственный университет культуры и искусств, г. Минск*

XXI век – время больших перемен и технологического прогресса. Маркетинг и IT-технологии используют разнообразные формы коммуникации и продвижения. Наибольшую популярность для пользователей приобретают интернет-сервисы, на которых совершаются сделки купли/продажи в реальном времени. Такие площадки существуют за счет процентов продаж рекламной продукции, используя пакет маркетинговых и PR-технологий. Чем выше товарооборот, тем привлекательнее торговая площадка для покупателя.

По оценке глобальной компании-измерителя Nielsen, предоставляющей данные и аналитику для наиболее полноценного изучения потребителей и рынков, более 3 млрд. человек ежедневно находятся в сети Интернет, что составляет 40% мирового населения. Активных пользователей ведущего китайского социального портала OZON сегодня составляет 600 млн. пользователей [1].

Исследования Nielsen подтверждают стремительный рост среднего класса, который простимулирует изменения в схеме медиапотребления, а именно появление и развитие интернет-сервисов, аккумулирующих товары и услуги на одной глобальной площадке.

Сегодня 44% потребителей в мире стали тратить больше средств на продукты питания, чем пять лет назад. Также выросли расходы на технику, образование, путешествия и здоровье [2].

В Республике Беларусь только 2% респондентов могут свободно распоряжаться деньгами и 62% отмечают, что средств хватает только на самое базовое и необходимое (рис. 1) [2].

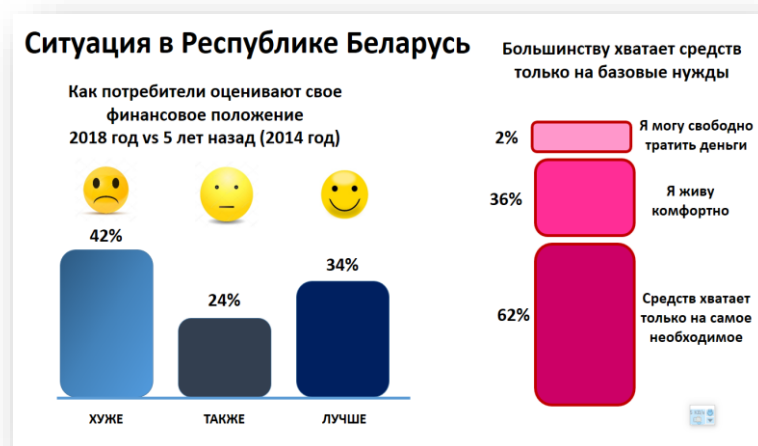


Рис. 1. Оценка потребителей своего финансового состояния

Исследования подтверждают, что к 2030 г. 2 млрд человек будут относиться к среднему классу. Родившиеся в 2000 году будут составлять 75% рабочей силы во всем мире. С ростом среднего класса, повысится и покупательская способность в мире. Уже к 2022 г. глобальные продажи достигнут уровня в 400 миллиардов долларов США, что повлияет на рост и востребованность торговых интернет-площадок. Уже сегодня более четверти потребителей (26%) используют платформы электронной торговли для доставки товаров повседневного спроса на дом [3].

Выгода пользования такими площадками очевидна как для покупателя, так и для продавца.

Для покупателя – это возможность экономии денег и времени. Благодаря конкуренции между продавцами на площадке формируются привлекательные и доступные цены; в одном месте находятся разнообразные товары и услуги разных производителей.

Для продавца – расширение числа потенциальных покупателей, сокращение расходов, экономия времени на раскрутку товара/бренда, снижение затрат, связанных с продажами, регулирование стоимости и количества заказов.

Наиболее известные торговые интернет-сервисы, которые стремятся объединить разнообразный сегмент рынка – Amazon, Alibaba, eBay, Cashback World (Lycenet), CashUback и другие. Рассмотрим некоторые из них, наиболее популярные среди пользователей.

Amazon.com – основана в 1994 году – один из лидеров торговых площадок на мировом рынке, ориентированных на продажу реальных товаров массового спроса. Ежедневная посещаемость интернет-сервиса – 18 млн. человек, охватывает 34 категории товаров. Amazon стала второй в истории компанией из США после Apple, стоимость которой выросла выше 1 трлн. долларов США [4; 5].

Alibaba – основана в 1999 году. Миссия компании – облегчить ведение бизнеса в любом месте. Бизнес компании основан на коммерческой деятельности облачных вычислений, цифровых медиа и развлечений, а также инновационных инициатив. Вокруг платформ компании сложилась экосистема, состоящая из потребителей, продавцов, брендов, розничных продавцов, других предприятий, сторонних поставщиков услуг и партнеров по стратегическим альянсам. Оборот компании за 2018 год составил 39,9 млрд. долларов США [6]

eBay – основана в 1995 году как онлайн-аукцион по обмену/продаже товаров. Основная идея – предоставление продавцам интернет-платформы для продажи любых товаров. eBay – посредник между продавцом и покупателем, осуществляет доставку в любую

точку мира и имеет систему скидок на IT-продукцию, бытовые изделия, крупную технику. Торговый оборот сервиса находится на уровне 1200 евро в секунду [4].

Cashback World (Lyconet) – основана в 2003 году и является одним из мировых лидеров в сетевом маркетинге. На официальном сайте отражается философия и стратегия развития компании [7].

За 15 лет работы на рынке компания стала популярной в 47 странах, на сегодняшний день 1 миллиард пользователей активно осуществляют покупки через интернет-сервис, ежемесячный оборот компании составляет 2 млрд. долларов США (рисунок 2; 3).



Рис. 2. Официальная страница сайта компании



Рис. 3. Сотрудничество и оборот компании Cashback World

Таким образом, благодаря стремительному развитию IT-технологий глобальный рынок товаров и услуг стал объединяться на глобальных площадках – интернет-сервисах, удовлетворяющих спрос современного общества в медиапотреблении. Результаты исследования подтверждают актуальность и востребованность таких сервисов для современного общества. Благодаря их активному развитию упрощаются интеграционные отношения между торговой компанией и ее аудиторией; координируются усилия по созданию благоприятных, гармоничных отношений через реализацию программ и видов деятельности.

Литература

1. Глобальные потребителя, кто они? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/about-us.html>. – Дата доступа : 26.04. 2019.
2. За какие покупки белорусы готовы переплачивать: результаты исследования Nielsen об изменении потребительского благосостояния [Электронный ресурс] // Marketing.by. – Режим доступа : <http://marketing.by/analitika/za-kakie-pokupki-belarusy-gotovy-pereplachivat-rezultaty-issledovaniya-nielsen-ob-izmenenii-potrebit/>. – Дата доступа : 20.04.2019.
3. Перспективы онлайн-торговли в FMCG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/reports/2018/perspektivy-onlajn-torgovli-v-fmcg.html>. – Дата доступа: 16.04.2019.
4. Торговые площадки в интернете для частных лиц [Электронный ресурс] // Инвестиционный справочник. – Режим доступа: <https://rubizinvest.com/torgovye-ploschadki-v-internete-dlya-chastnyh-lits/>. – Дата доступа: 27.04.2019.
5. Amazon [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Amazon>. – Дата доступа : 18.04.2019.
6. AlibabaGroup [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alibabagroup.com/en/news/article?news=p190412>. – Дата доступа: 03.05.2019.
7. Cashback World (Luconet) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cashbackworld.com>. – Дата доступа 04.05.2019.

КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ – ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Холоповский В.П., к.э.н., доцент

Гончарова В.В., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

В нашей стране существенно возросла роль торговли, которая становится наиболее устойчивой сферой в развитии рыночных отношений. За последние десятилетия отечественная торговля претерпела значительные изменения, которые дают основания говорить о «торговой революции» и контрастируют с относительным застоём в этой отрасли экономики в прошлом. Ряд нововведений полностью преобразил сферу торговли. В частности, развиваются современные формы обслуживания и торговые форматы, начался переход на европейские стандарты и технологии по ассортиментной насыщенности и уровню обслуживания покупателей. Выходят на рынок новые отечественные и иностранные предпринимательские структуры.

Несколько лет назад розничная торговля преимущественно принадлежала отечественным предпринимателям, теперь ситуация коренным образом меняется. Республика Беларусь, население которой входит в состав Восточной Европы, а рынок представляет несомненный интерес для западных инвесторов.

Торговое обслуживание – это, с одной стороны, обслуживание потребителей, предоставление услуг, непосредственно направленных от человека к человеку, а с другой — это обслуживание материального характера, которое направлено не на человека, а на перемещение товаров и косвенно воздействует на население, как на потребителей в целом, так и конкретно на каждого человека. Эти формы торгового обслуживания имеют моральное содержание и моральное влияние, поскольку непосредственно касаются людей.

Проблема качества торгового обслуживания постоянно волнует покупателей и продавцов по вполне закономерным причинам. Растет материальное благосостояние людей среднего класса, повышается их культурный уровень, выделился слой довольно зажиточных

людей, и в этих условиях вполне естественно желание покупателей приобретать необходимые, качественные товары при качественном обслуживании.

Кроме того, качество торгового обслуживания является инструментом в конкурентной борьбе. Поэтому в условиях рыночной конкуренции большое значение уделяется качеству торгового обслуживания, так как от него зависит эффективная торговая деятельность любого предприятия, основным показателем которой является размер прибыли.

Торговое обслуживание начинается для покупателей, входящих в торговый зал, с изобилия товаров в магазине, улыбки продавца, чистоты и порядка. Покупателю приятно, когда для него создан красивый экстерьер и интерьер, организован сервис дополнительных услуг и т.д. Торговое обслуживание включает в себя такие понятия, как «культура торговли», «качество торгового обслуживания», «культура обслуживания», в основе которых лежит забота о покупателе. Ему должна быть предоставлена возможность приобрести в магазине необходимые качественные товары с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами.

Качество торгового обслуживания находится в полной зависимости от достигнутого уровня производства и качества предметов потребления в стране и имеющихся ресурсов для его удовлетворения; оно выражается в качестве и количестве товаров, условиях их приобретения, затратах времени покупателей и качестве услуг, культуре обслуживания.

Большинство ученых, оценивая качество торгового обслуживания, рассматривают его, исходя из затрат времени на приобретение товаров и условий, в которых покупатель совершает покупку. Качество торгового обслуживания, по их мнению, определяется или как «минимальное время, затраченное на приобретение товаров, и комфорт обслуживания», или как «целый комплекс торгового обслуживания от формирования потребностей на изделие до окончательной подготовки его потребителю», или как «оптимизация затрат для покупателей и для сферы обслуживания».

Учитывая, что качество товаров, их широта и глубина ассортимента имеют решающее значение в обеспечении высокого качества торгового обслуживания, нами под качеством торгового обслуживания подразумевается создание на конкретном торговом предприятии наиболее благоприятных условий для выбора и приобретения качественных, нужных населению товаров, и оказания предусмотренных услуг.

Поэтому коммерческим работникам необходимо знать и постоянно контролировать следующую информацию о товаре:

его качество (технико-экономические показатели, эксплуатационные характеристики; потребительские свойства, экологичность, безопасность, эргономические, эстетические показатели, соответствие их требованиям стандартов, технических условий, нормативных документов, сертификатам и т.д.);

обращать внимание на соотношение качества и цены;

немаловажное значение имеет упаковка товара и др.

Для повышения качества торгового обслуживания существенное значение имеет использование разнообразных и качественных услуг.

Качество торгового обслуживания как характеристика деятельности

отдельного предприятия оценивается следующей системой показателей:

1. Высокое качество товаров, соответствие потребительских свойств товаров покупательскому спросу населения.

2. Устойчивость, широта и глубина ассортимента качественных товаров. Покупатели предпочитают посещать магазины, предоставляющие ему самый широкий и глубокий ассортимент качественных товаров, расположенных по пути движения покупательских потоков. Продовольственные товары, как правило, приобретаются по дороге домой. Это обстоятельство следует учитывать при определении ассортиментного перечня в магазинах различной специализации. От устойчивости и полноты ассортимента во многом зависит время, которое затрачивается покупателем для приобретения необходимых товаров. Полнота

и стабильность ассортимента способствуют популярности магазина, росту сбыта, валовых доходов и прибыли.

3. Соблюдение технологии обслуживания покупателей, предусмотренной согласно типу, ассортиментному профилю, стандарту, лицензией и т.д. Основополагающими требованиями рациональной технологии торгового обслуживания являются: своевременность приемки товаров, тщательность подготовки их к продаже, рациональность размещения в соответствии с особенностями товаров, пополняемость товарного запаса в соответствии со спросом покупателей, соблюдение условий хранения и продажи товаров, организация доставки товаров покупателю.

4. Издержки потребления отражают затраты времени покупателя на приобретение товара. Их можно классифицировать следующим образом: затраты времени на дорогу в магазин и обратно; затраты времени на повторное посещение магазина или других магазинов в случае отсутствия необходимых товаров; затраты времени на ожидание, ознакомление, с товарами и их отбор; расчет за покупку и получение выбранных товаров.

Чем шире и глубже ассортимент, тем больше времени занимает ознакомление и выбор товара. Вместе с тем по мере изучения технических средств рекламы и организационных форм показа товаров, а также повышения качества консультаций время, затрачиваемое на выбор товаров, уменьшается. Множество конфликтных ситуаций возникает из-за длительного пребывания покупателей в очередях. Как показывают исследования, люди, находясь в очередях более пяти минут, становятся раздражительными, а те, кто не имеет запаса времени, покидают магазин, не совершив нужной покупки. В результате покупатель теряет время, а магазин доходы, что снижает прибыльность магазина.

5. Активность продажи товаров, профессиональное мастерство работников. Здесь следует оценить знание продавцом товара, его полезности; знание правил эксплуатации товара и способов его потребления; тонкое понимание психологии покупателей; искусство демонстрации и предложения товаров; умение рекламировать товары и предложить сопутствующие и взаимозаменяемые товары; скорость обслуживания; вежливость и уважение по отношению к покупателю.

6. Организация торговой рекламы и информации, которые помогают покупателю выбрать товары или услуги, ориентироваться в торговом зале. Информация о правилах продажи товаров, их размещении, ценах, полезности, получение необходимой покупателю консультации оказывают помощь покупателю не только в выборе товаров, но и способствуют сокращению издержек потребления.

7. Предоставление покупателям дополнительных услуг. При оценке сервиса в розничной торговле покупатели сравнивают свое восприятие предоставленных им услуг с тем, что они ожидали увидеть. Если желания и действительность совпадают, они испытывают удовлетворение. Если сервис оказывается хуже или требования покупателей возрастают, а уровень сервиса остается неизменным, то общий уровень удовлетворенности покупателей снижается и покупатели испытывают разочарование.

8. Завершенность покупки, которая напрямую связана с уровнем сервисного обслуживания.

9. Мнение покупателей об уровне торгового обслуживания. Это обобщающий показатель. Оценка осуществляется путем опросов покупателей, периодичность которых определяется типом магазина и целью опроса. Качество торгового обслуживания как характеристика деятельности отдельного предприятия определяется как система показателей.

Исходя из выше сказанного, представляется возможным сделать вывод, что качество торгового обслуживания – основной показатель конкурентоспособности торгового предприятия.

Важно отметить, что представляет собой культура торговли, которая отражает достижения развития отрасли и включающее в себя качество, и культуру обслуживания покупателей.

Основными составляющими, характеризующими культуру торговли, являются:

наличие в магазине широкого и устойчивого ассортимента качественных товаров, удовлетворяющего спрос обслуживаемых групп населения;

наличие достаточной розничной торговой сети, использование наиболее эффективных типоразмеров магазинов, их удобное размещение в регионе, техническая оснащенность торговых объектов;

применение в магазинах наиболее эффективных современных методов продажи, обеспечивающих быстрое и удобное обслуживание покупателей;

оказание покупателям дополнительных услуг, связанных со специфическими особенностями товаров, способствующих увеличению числа покупателей;

организация внутри- и внемагазинной рекламы и информации, способствующей лучшей информированности покупателей, формированию покупательского спроса и экономии времени покупателей;

культура труда работников магазина, означающая должную профессиональную квалификацию торгового персонала, высокий этический и эстетический уровень обслуживания;

строгое соблюдение установленных правил торговли и правил продажи отдельных товаров.

Как видно, культура торговли – понятие многогранное, включающее в себя много аспектов: технологического, организационного, психологического эстетического характера.

Качество торгового обслуживания зависит также и от уровня культуры торгового персонала, т. е. от степени его профессионализма, знания персоналом магазина, психологии покупателей.

Культура торгового обслуживания включает целый ряд элементов, характеризующих уровень обслуживания покупателей и состояние торгового зала магазина. Однако культура обслуживания в большей степени определяется таким показателем как: «Мастерство обслуживающего персонала». Этот критерий включает: вежливость, опрятность, внимательность и компетентность, профессиональную этику и эстетику и др.

Условиями повышения культуры обслуживания могут быть материально – техническая база предприятия, тип предприятия, удобство для потребителя (места отдыха в помещении магазина, прием и хранение вещей покупателей и др.), дегустация и другие инструменты продвижения, консультация специалистов и т.п.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПЕРСОНАЛА ОТЕЛЯ С ИНОСТРАННЫМИ ГОСТЯМИ

Чикурова Т.Ю., доцент

Барканова В.А., студент ИНО

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

В статье поднята тема взаимодействия между иностранным гостем и сотрудниками отеля, рассмотрены барьеры, мешающие контактировать с гостями и на примере отеля «Гранд Авеню» предложены меры по их устранению.

Вся суэта повседневной жизни, жесткий мир бизнеса и прочие неприятности и переживания сваливаются на человека, вызывая стрессы, нервные напряжения и психические разлады, поэтому останавливаясь в отеле в командировку или просто отдохнуть любому гостю захочется, чтобы его понимали с полуслова и предвосхищали ожидания, особенно если это гость из другой страны, у которого свои привычки и порядки.

Не секрет, что помимо общепринятых правил этикета, существует специфика общения с каждой нацией в отдельности и данные особенности необходимо знать и учитывать персоналу в отеле, чтобы в последствие избежать ошибок. Но, к сожалению, часто персонал сталкивается с проблемами, вызванными несовпадением во взглядах или просто непониманием носителей другой культуры, что, как следствие, может привести к созданию конфликтных ситуаций со стороны гостей.

Именно поэтому проблема взаимоотношений иностранцев и персонала отеля является актуальной и должна интересовать как руководителей отелей, так и самих сотрудников. Если не уделять должного внимания и не понимать особенностей культуры других народов можно потерять клиентов.

Цель статьи заключается в изучении общения гостя и сотрудника гостиницы.

Задачи, которые были поставлены для достижения цели:

изучить барьеры, которые мешают взаимодействовать с гостем;

рассмотреть способы устранения препятствий межкультурной коммуникации.

Взаимоотношения с иностранцами иначе можно назвать межкультурной коммуникацией. В самом широком смысле она представляет собой взаимодействие индивидов, являющихся носителями разных культур, каждый из которых имеет свой язык, типы поведения, ценностные установки, обычаи и традиции. В этом взаимодействии поведение индивида обусловлено его принадлежностью к определенной социокультурной и языковой общности [2].

Динамика спроса иностранных туристов, пользующихся услугами российских гостиниц зависит от нескольких факторов: экономическая ситуация, политические отношения между странами, но, несмотря, на все нюансы сотрудничества гости из других стран занимают большой сегмент в общем числе посетителей отеля.

Согласно исследованиям, проведенным федеральной службой статистики за 2015-2017 год, зарубежные туристы, как правило, проводят в отеле по 3 дня и предпочитают останавливаться в отелях 3-4 звезды, а лишь 10 процентов из них выбирают отели 5 звезд. Это значит, что персоналу гостиниц невысоких категории необходимо не только знать особенности общения с иностранным сегментом гостей, но и обладать таким уровнем знаний иностранных языков, чтобы у гостей не возникло трудностей во время проживания. К сожалению, часто во время пребывания гостей между представителями двух культур возникает «культурный ступор», или хотя бы просто неловкая пауза, когда персонал не понимает, что от него хочет гость, а тот в свою очередь тщетно пытается объяснить что именно ему необходимо [1].

Этот «культурный ступор» иначе можно назвать коммуникационный барьер. А барьеры в гостинице являются большим препятствием к удовлетворению всех запросов гостей и оставляют неприятный осадок после проживания. Чтобы предотвратить недопонимание, необходимо разобраться какие барьеры существуют на пути к продуктивному взаимодействию между клиентом и персоналом и найти способы их предотвращения.

1) Барьер понимания (языковой барьер) – при рассмотрении барьера понимания, мы осознаем, что языковые различия могут стать большой проблемой при коммуникации, особенно при недостаточном владении тем или иным языком. В первую очередь, они вызываются грамматическими и дискурсными ошибками.

Для преодоления языкового барьера необходимо вовлекать эмоции, чувства, ощущения, стимулировать речевые, творческие способности, знакомить его с правилами вербального и невербального этикета, принятыми в стране изучаемого языка.

2) Барьер социокультурных различий (социально-этнические барьеры) - эти барьеры заключаются в недостаточности лингвосociологических и культурологических знаний об иноязычном социуме в процессе перевода и общения, так же они основаны на культурных различиях, которые основаны на незнании языка жестов и традиций.

3) Барьер отношения (психологические барьеры) - причинами таких барьеров могут быть повышенные тревога или напряжение, которые мешают создать контакт с гостем. Психологические барьеры возникают тогда, когда сотрудник не уверен, что его уровень владения языком позволит понять гостя и ответить ему [3].

Для преодоления вышеперечисленных барьеров отель, в котором проводилось исследование, а именно трехзвездочная гостиница «Гранд Авеню» проводит тренинги, направленные на повышение уровня знаний английского языка, поскольку большинство иностранных гостей говорят именно на нем. На данных тренингах практикуется как грамматическая, так и разговорная часть. Посещение таких тренингов и регулярная практика с англоговорящими гостями приносит свои результаты и персонал уже после 2х месяцев посещения может не только выполнять на английском необходимые задачи - заселять и выписывать гостей, но и поддерживать разговор. Так же отель перед Чемпионатом мира 2018 проводил курсы, которые были направлены на краткое изучение культуры различных народов, чтобы при общении с гостями в последствие не допустить ошибок.

Если каждая гостиница будет уделять внимание повышению квалификации персонала и проведению подобных тренингов, то она сможет не только избежать случаев недопонимания между персоналом и гостем, но и заслужить хорошую репутацию на международном рынке.

И в заключение, хотелось бы сказать, что, несмотря на ряд особенностей, общение с представителями различных культур может быть очень интересным и познавательным. Не стоит бояться сделать ошибку во время взаимодействия, потому что хороший гость не заострит внимание на промахе с вашей стороны, если увидит, что вы проявляете искреннее участие к его проблеме и действительно хотите помочь. Однако, если сотруднику удастся преодолеть один из барьеров, перечисленных выше, с помощью рекомендованных тренингов, то такого сотрудника можно считать профессионалом своего дела.

Литература

1. Фронтдеск. Особенности общения с иностранными гостями – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru>

2. ЛайфЛайнс – Способы общения с иностранцами – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://lifelines.com.ua>

3. Студопедия – Стиль общения с иностранными гостями – [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://studopedia.org>

СЕКЦИЯ 2

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСЛОВИЙ,
БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ МАЛОГО БИЗНЕСА
НА РЕГИОНАЛЬНОМ И ГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ**

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО
ПИТАНИЯ**

*Астраух Ю.В., ст. преподаватель
Кондратенко Н.С., студент 4 курса
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Коммерческая деятельность имеет место всегда, когда происходит процесс купли-продажи, что способствует развитию товарно-денежных отношений во всех звеньях сложного экономического комплекса страны. Эта деятельность представляет собой один из важнейших элементов механизма управления экономическими отношениями.

Переход к рыночной экономике, появление большого разнообразия организационно-правовых форм предприятий, вовлечение в сферу торговой деятельности значительной части населения, развитие конкуренции, необходимость широкого внедрения современного оборудования и прогрессивных технологий обусловили потребность в новых подходах к организации коммерческой деятельности и технологических процессов на предприятиях торговли и общественного питания, в широком развитии частной инициативы и предпринимательства.

По характеру своей деятельности общественное питание связано со всеми фазами расширенного воспроизводства: производством, распределением, обменом и потреблением.

Предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные между собой функции – производят продукцию, реализуют ее и организуют потребление.

Осуществляя производство продукции, общественное питание приближается по своей деятельности в пищевой промышленности. В то же время, реализуя свою продукцию, оно участвует в процессе обмена и благодаря этому смыкается с торговлей товаром народного потребления. Однако предприятия пищевой промышленности не реализуют продукты непосредственно населению и не организуют их потребления, многие из этих продуктов требуют дополнительной переработки. Розничная торговля в свою очередь не уступает ни производством, ни организацией еды. Объединение всех трех функций характерно только для общественного питания как самостоятельной подотрасли торговли.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров и услуг хозяйственная деятельность предприятий требует постоянного развития, совершенствования и обновления. Предприятия самостоятельно вырабатывают стратегию и тактику своей деятельности на основе маркетинговых исследований рынка, внедрение последних достижений научно-технического прогресса, новых технологий, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

Важная роль в реализации этой задачи отводится специалисту общественного питания новой формации – коммерсанту, который должен обладать универсальными знаниями в области организации питания, права, экономических отношений на внутреннем и внешнем рынке, уверенно ориентироваться в вопросах управления, выбора партнеров по бизнесу, маркетинга, психологии потребителя. Коммерческая деятельность – неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги.

Коммерческой деятельности свойственны общие черты любой экономической деятельности. В то же время она характеризуется определённым содержанием, направленностью, последовательностью процедур, проводимых предпринимателем.

Таким образом, коммерческую деятельность в общественном питании можно представить как комплекс производственных, торговых и сервисных процессов, направленных на удовлетворение физиологических потребностей, эстетических и культурных вкусов потребителей с целью извлечения прибыли.

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Бибиц Т.Б., к.э.н., доцент

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск

Бахмат В.А., к.т.н., доцент

БИП–Институт правоведения, г. Минск

Обострение конкурентной борьбы в условиях быстрого внедрения инновационных технологий и материалов, сокращения жизненного цикла продукта, обеспечения высокой конкурентоспособности делают проблему долговременной устойчивости предприятий малого и среднего предпринимательства все более актуальной.

Постоянно изменяющаяся конкурентная среда требует от каждого предпринимателя совершенствования предпринимательской деятельности, создания стабильных, комфортных и предсказуемых условий ведения бизнеса.

Переориентация бизнеса на потребителя, изменение взаимоотношений и взаимодействий с потребителями меняют концепции управления бизнесом, принципы и модели построения предпринимательской деятельности, концепцию устойчивости ее развития. Ориентация бизнеса на конечного потребителя, на создание и обслуживание его ценностей требует вовлечения в единый бизнес-процесс всего персонала. Персонал предприятий должен быть способен на эти изменения. Развитие человеческого потенциала и его ценностей является ключевым фактором устойчивости самих предприятий. Это обусловлено непредсказуемыми изменениями во внешней среде, повышением рисков, готовностью и способностью быстро принимать адекватные или упреждающие решения и действия.

В числе особенностей малого и среднего предпринимательства является тесное взаимодействие персонала с руководством. Неформальные личные связи по-прежнему остаются основным механизмом регулирования трудовых отношений. Стиль руководства и управления должен сочетать элементы демократического и авторитарного стиля руководства и управления с учетом требований рынка, его конъюнктуры.

Одним из элементов организационно-экономического механизма по активизации деятельности и соответственно по обеспечению устойчивости предпринимательских структур является социальное партнерство – согласование интересов наемных работников и работодателей при посреднической роли государства.

В системе мер по развитию социального партнерства важная роль принадлежит коллективному договору, главной функцией которого выступает регулирование трудовых отношений на основе консенсуса. Договорные отношения, заключаемые между работодателем, в лице руководства субъектов хозяйствования и его работниками выступают в качестве экономических рычагов, связывающих интересы предприятия и работников. Необходимость заключения коллективных договоров признана в большинстве стран с рыночной экономикой. Статус коллективных договоров в развитых странах чрезвычайно высок, поскольку они являются важным, а зачастую – главным источником трудового права.

Межстрановые различия в коллективно-договорном процессе обусловлены прежде всего особенностями экономического, политического и социального развития этих стран, соотношением сил основных заинтересованных сторон этого процесса – профсоюзов, работодателей и государства.

В условиях углубляющихся рыночных отношений значительно расширяются функции государства в системе социального партнерства. Развитие социального партнерства предполагает государственный контроль ситуации в сфере трудовых отношений.

Стратегией развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года определены приоритетные направления создания благоприятных условий формирования и функционирования предпринимательской среды, обеспечения согласованности действий органов государственной власти различных уровней и бизнеса [1].

Участие государства не ограничивается лишь созданием необходимой правовой основы регулирования социально-трудовых отношений. Оно устанавливает «правила игры» и выступает гарантом свободы действия сторон, соблюдения ими взятых на себя обязательств, определяет юридический статус коллективного договора, разрабатывает процедуры ведения переговоров. Коллективный договор приобретает форму инструмента, с помощью которого происходит регулирование социально-трудовых отношений, направленных на обеспечение устойчивости предприятий.

Социальное партнерство приобретает реальную силу, которая является одним из важнейших факторов, способствующих выработке согласия о целях и путях экономических преобразований, общего понимания стратегии и тактики обеспечения экономической устойчивости и создания предпосылок для экономического роста.

Литература

1. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 17 окт. 2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

ПОНЯТИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Варейко О.Г., ст. преподаватель

Дорошко О.С., студентка 4 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

При рыночной экономике результаты деятельности организации оцениваются системой показателей, главным из которых является рентабельность. Рентабельность определяется как отношение прибыли к одному из показателей функционирования предприятия. При вычислении рентабельности используются различные показатели прибыли. Показатели рентабельности позволяют выявить не только общую эффективность работы организации, но и оценить различные стороны его деятельности.

Существуют системы показателей рентабельности, главным из которых является показатель общей экономической рентабельности организации.

Следующим показателем является показатель, характеризующий эффективность использования собственного капитала.

Этот показатель имеет важное значение для акционеров организации. Он служит критерием оценки уровня котировки акций акционерной организации на фондовой бирже. Этот показатель позволяет инвесторам оценить потенциальный доход от вложения средств в

акции и другие ценные бумаги. Также существует показатель рентабельности всего капитала, который находится путём деления суммы прибыли на величину всего капитала.

Наряду с основными показателями рентабельности используется большое количество частных показателей, таких как: рентабельность эффективности текущих затрат (отношение прибыли к издержкам обращения), рентабельность затрат живого труда (отношение прибыли к заработной плате), рентабельность оборотных средств (отношение прибыли к средней величине оборотных средств), рентабельность эффективности использования рабочей силы (отношение прибыли к численности занятых на предприятии рабочих), рентабельность эффективности использования площадей, рентабельность эффективности использования основного капитала и т.д. Частные показатели рентабельности характеризуют эффективность использования отдельных видов ресурсов организациями.

Рентабельность называют синтетическим показателем, отражающим многие стороны деятельности организаций за определенный период и характеризующим эффективность, доходность или прибыльность использования ресурсов и текущих затрат [1, с. 271].

Рентабельность представляет собой один из показателей экономической эффективности деятельности организации. По принципу построения рентабельность – это величина, рассчитываемая как отношение полученного (или планируемого) эффекта (результата) к базе (к тому источнику средств, рентабельность которого необходимо узнать), выраженная в процентах. Это довольно общее определение рентабельности, однако, оно дает яркое представление о широком применении показателей рентабельности для анализа эффективности деятельности организации [1, с. 271].

Рентабельность расходов – это уровень рентабельности, исчисленный отношением суммы прибыли от реализации к сумме расходов на реализацию, показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение расходов на реализацию непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли [2, с. 118]. Этот показатель рентабельности определяет эффективность сделки. Планирование расходов направлено на ликвидацию излишних расходов, а также на то, чтобы при высоком качестве работ и услуг обойтись наименьшими потерями. Поэтому в фирме важным этапом планирования затрат является их анализ. Анализ расходов необходимо проводить потому, что издержки обращения при неизменных надбавках – основной фактор обеспечения рентабельности работы организации [2, с. 119].

Система коэффициентов рентабельности объединяет три класса:
 рассчитываемые на основе прибыли;
 рассчитываемые для оценки отдачи производственных активов;
 рассчитываемые на основе потоков наличных денежных средств.
 Основные показатели рентабельности представлены в таблице 1.1.

Табл. 1. Основные показатели рентабельности

Формула	Пояснения	Комментарий
Рентабельность продаж (P_n)		
$P_n = \Pi_n : B$	В – выручка Π_n – прибыль от реализации	Показывает, сколько прибыли приходится на единицу товара. Рост коэффициента – следствие роста цен при постоянных затратах или снижение затрат при постоянных ценах.
Рентабельность всего капитала предприятия ($P_{ок}$)		
$P_{ок} = \Pi : B_{ср}$	$B_{ср}$ – средний за период итог баланса Π – может выступать, как прибыль до налогообложения ($\Pi^н$), так и прибыль от реализации	Показывает эффективность использования всего имущества предприятия. Снижение коэффициента – следствие падающего спроса на товары

Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов ($P_{ок}$)		
$P_{в} = П : АД_{ср}$	АД _{ср} – средняя величина долгосрочных активов за период	Показывает эффективность использования основных средств. Рост коэффициента при снижении коэффициента рентабельности всего капитала свидетельствует об увеличении мобильных средств
Рентабельность собственного капитала ($P_{ск}$)		
$P_{ск} = П : K_c$	K_c – средняя величина источников собственных средств по балансу за период	Показывает эффективность использования собственного капитала
Рентабельность инвестиционного (перманентного) капитала ($P_{и}$)		
$P_{и} = П : K_{и}$	$K_{и}$ – средняя величина долгосрочных кредитов и займов за период	Показывает эффективность использования инвестиционного капитала, вложенного в деятельность предприятия на длительный срок
Рентабельность реализованной продукции ($P_{пр}$)		
$P_{пр} = C_{п} : П_{р}$	$C_{п}$ – себестоимость реализованных товаров $П_{р}$ – прибыль от реализации	Показывает, сколько затрат приходится на единицу товара. Рост коэффициента – следствие роста себестоимости товаров

Примечание. Источник: [5, с. 129].

Первые две группы показателей рассчитываются по данным бухгалтерского учета о прибылях и убытках. Сюда входят следующие коэффициенты:

- прибыль от продажи;
- коэффициент текущих расходов;
- коэффициент стоимости реализованных товаров, работ, услуг;
- прибыль на инвестируемый капитал;
- прибыль на собственный капитал;
- коэффициент рентабельности ресурсов (трудовых и материальных);
- коэффициент эффективности прибыли [2, с. 120].

Таким образом, рентабельность означает прибыльность, доходность. Предприятие считается рентабельным, если результаты от реализации продукции покрывают расходы на реализацию и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования предприятия.

Для обоснованных выводов по результатам расчета показателей рентабельности необходимо также принимать во внимание следующие факторы:

1) Временной аспект, важный фактор при расчете показателей рентабельности. Коэффициенты рентабельности статичны, отражают результативность работы отдельного периода и не учитывают перспективную отдачу от долгосрочных инвестиций, поэтому при переходе на новые технологии их значения могут ухудшаться, необходимо оценивать развитие предприятия в динамике, прогнозируя денежные потоки.

2) Несопоставимость расчетов. Числитель и знаменатель рентабельности выражены в «неравноценных» денежных единицах. Прибыль отражает текущие результаты, а сумма капитала (активов) складывалась в течение нескольких лет, является книжной (учетной) и не совпадает с текущей оценкой. Поэтому для принятия решений необходимо учитывать также индикаторы рыночной стоимости компании.

3) Проблема риска. Высокая рентабельность быть может достигнута ценой рискованных действий, поэтому параллельно анализируют структуру текущих затрат, коэффициенты финансовой устойчивости, операционный и финансовый рычаги.

Управление рентабельностью – это составная часть тактики управления финансовым равновесием или финансовой устойчивостью. Динамичное развитие бизнеса и финансовое

равновесие как условие реализации стратегических и тактических целей достигаются балансируанием между стремлением к высокой доходности и уклонением от риска, между рентабельностью и ликвидностью.

Достижение высокой рентабельности за счет направления ресурсов в какую-либо одну, наиболее прибыльную, сферу деятельности может привести к потере ликвидности, а именно – к прерыванию процессов производства и обращения товаров и удлинению финансового цикла, а излишнее связывание финансовых средств (например, в запасах) удлинит финансовый цикл и означает относительный отток средств из более рентабельной текущей деятельности.

Отказ от использования заемного капитала в целях предотвращения риска означает вместе с тем упущенную возможность повысить рентабельность собственного капитала, используя действие финансового рычага.

Таким образом, для повышения эффективности деятельности предприятия финансовая служба предприятия может использовать различные современные методы анализа прибыли, рентабельности и методы управления этими показателями, предлагаемые специалистами или на их основе разработать собственные наиболее подходящие для каждого конкретного предприятия.

Именно за счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию, увеличению фонда оплаты труда.

Таким образом, в условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти сферы.

Литература

1. Паламарчук, А.С. Экономика предприятия: учебник / А.С. Паламарчук. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 458 с.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ПОВЫШАЮЩИХ ДОХОДНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В ОБЛАСТИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МОДЕЛИ С ПРИМЕНЕНИЕМ СЧЕТОВ ЭСКРОУ

*Гайдай Н.В., к.э.н., доцент кафедры «Экономика и финансы»
ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет
имени М.Т. Калашникова», г. Ижевск, Россия*

Одной из актуальных тем, характеризующих особенности оценки стоимости жилищного строительства в настоящее время является внедрение новой схемы финансового обеспечения условий жилищного строительства. В частности, речь идет о повсеместном использовании схемы финансирования жилищного строительства через использование эскроу счета. Важность совершенствования моделей финансирования была связана с исследованием рисков производственной деятельности строительных компаний, и возможностью уменьшить финансовые риски для покупателей жилья в новостройках.

Постановка задачи для анализа доходности жилищного строительства была связана с многофакторностью самой модели и возникающими экономическими взаимосвязями, связывающими участников денежными потоками. В усовершенствованной модели выделены три участника: застройщик (строительная компания), покупатель квартиры (физическое или юридическое лицо) и банк (держатель эскроу счетов и кредитор застройщика).

Итак, возникает вопрос о доходности работы строительной компании и возможности осуществлять жилищное строительство в заданные сроки. Среди факторов, влияющих на стоимость и доходность подобного инвестиционного проекта, можно отметить:

- стоимость квартиры в новостройке начиная с июля 2019 года;
- фактор рентабельности продаж;
- стоимость ипотечного кредитования для физических лиц;
- стоимость привлечения кредитных ресурсов со стороны банка;
- размер кредитной линии;
- величину условно-постоянных и условно-переменных затрат при жилищном строительстве.

Особенности создания схемы финансирования были закреплены базовым документом, которым является ФЗ № 214 - ФЗ [1].

Предположим, что в анализируемой модели под величиной X понимается стоимость квартиры в новостройке, под величиной Y понимается количество квартир в данном строящемся доме. Величина X , в свою очередь, может формироваться двумя различными способами. А именно, через прямое накопление денежных средств на эскроу-счете покупателем, либо внесение первоначального взноса на эскроу-счет и предоставление банком покупателю ипотечного кредита на оставшуюся до полной стоимости квартиры, сумму[2].

Исследуя факторы влияния на доходность инвестиционного проекта, можно отметить, ряд закономерностей. С точки зрения общепринятых норм собственные деньги заемщика (застройщика, строительной компании) в минимальной пороговом значении должны составлять не менее 15 % от стоимости проекта, следовательно, в условной модели это $0,15 XY$ руб. Следовательно, возможный размер открываемой банком кредитной линии составляет $0,85 XY$ руб. Эта сумма возможного кредита от банка, в котором открыты счета эскроу заемщиков. Если сумма выдаваемого кредита равна $0,85XY$, то банк предлагает некоторую процентную ставку, которая во многом зависит от внешних и внутренних факторов. Процент, по мнению экспертов, может колебаться в диапазоне от 6 до 12 %.

Девелоперы, реализующие квартиры по ДДУ, совместно с банком планируют разрабатывать программы скидок и акций, в соответствии с которым потенциальным заемщикам будут предлагаться пониженные процентные ставки в зависимости от суммарного объема продаж. То есть, чем больше средств поступит на эскроу-счета, тем меньше будет ставка.

Также, одним из факторов влияния на стоимость данного проекта будет величина условно-постоянных расходов. Ряд авторов указывают, что условно постоянные расходы снижаются по мере роста производства, следовательно, возникает экономия (Δy) [3].

$$\Delta y = Y \text{ пост} \left(1 - \frac{T_2}{T_1}\right), \text{ где}$$

$Y \text{ пост}$ – это условно постоянные расходы в T_1 году;

T_n – количество лет реализации проекта.

Однако, все обозначенные факторы должны быть оценены при расчета показателя рентабельности R продажи квартиры в новостройке.

Таким образом, стоимость квартиры в новостройке может быть представлена в виде:

$$X = \text{Усл пост расходы} + \text{Усл переменные расходы} + RX$$

Изучая данные при расчете возможной величины кредитной линии, можно отметить, что сумма максимально возможной величины будет равна:

$$\sum \text{кредита} = 0,85 (\text{Усл пост расходы} + \text{Усл переменные расходы} + RX)Y$$

Следовательно,

$$RX = \frac{\sum \text{кредита}}{0,85 Y} - \text{Усл пост расходы} - \text{Усл переменные расходы}$$

Отсюда,

$$R = \frac{\frac{\sum \text{кредита}}{0,85 Y} - \text{Усл пост расходы} - \text{Усл переменные расходы}}{X}$$

(1)

Если учесть, что можно получить снижение условно постоянных расходов в виде получения экономии за счет увеличения объема производства, то данная формула может трансформироваться:

$$R = \frac{\frac{\sum \text{кредита}}{0,85 Y} - (\text{Усл пост расходы} + \text{Эу}) - \text{Усл переменные расходы}}{X}$$

Фактически, переменные значения формул будут такими

$$R = \frac{\frac{\sum \text{кредита}}{0,85 Y} - (\text{Усл пост расходы} + N(1 - \frac{T_2}{T_1})) - \text{Усл переменные расходы}}{X}$$

(2)

Соответственно, для периода реализации проекта равного 1,5 года будет применяться формула (1).

В том случае, когда возникает более длительный период финансирования, то целесообразно рассчитывать по формуле (2)

Для периода равного 2 года формула трансформируется в

$$R = \frac{\frac{\sum \text{кредита}}{0,85 Y} - (\text{Усл пост расходы} + \text{Усл пост расходы}(1 - \frac{2}{1,5})) - \text{Усл переменные расходы}}{X}$$

Данный показатель доходности зависит от ряда значений и ограничений.

Показатель доходности по своей природе будет связан с возникающими рисками и продолжительностью существования проекта. В рекомендациях по оценке рисков, связанных с изменением продолжительности проектов предполагается, что можно использовать метод PERT-анализа (*Program Evaluation and Review Technique*) [4].

Смысл этого метода в том, что при подготовке проекта задаются три оценки срока реализации (стоимости проекта) – оптимистическая, пессимистическая и наиболее вероятная. После этого ожидаемые значения рассчитываются с использованием следующей формулы: *Ожидаемый срок (стоимость) = (Оптимистический срок (стоимость) + 4 x Наиболее вероятный срок (стоимость) + Пессимистический срок (стоимость))*:

б. Коэффициенты 4 и 6 получены эмпирическим путем на основе статистических данных большого количества проектов. Результат расчета используется в дальнейшем как основа для получения остальных показателей проекта. Однако следует отметить, что схема PERT-анализа эффективна только в том случае, если вы можете обосновать значения всех трех оценок.

Итак, если можно считать, что как три сценария развития у нас выбираются указанные периоды: 1,5 года – как оптимистичный период, 2 года - как наиболее вероятный период, и 3 года - как пессимистичный период. Можно сделать вывод о том, что наиболее вероятным результатом, которое надо отразить в расчете рисков, отражающихся в доходности, будет величина 2,083 года.

Подводя итоги, в данной статье были проанализированы факторы, влияющие на доходность производственной деятельности строительной компании. Данные факторы были использованы для анализа показателя рентабельности продажи жилья с учетом применения схемы финансирования жилищного строительства через счета эскроу.

Литература

1. ФЗ № 214 - ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 30.12.2004 (последняя редакция)

2. «Что такое счета эскроу по ипотеке и как они работают в 2019 году» <https://ipotekaved.ru/v-rossii/sheta-eskrou-po-ipoteke.html>

3. Условно-постоянные расходы (Энциклопедия по экономике) <https://economy.ru.info/info/2639/>

4. Дубинин, Е. Анализ рисков инвестиционных проектов// Электронный журнал «Корпоративный менеджмент» https://www.cfin.ru/finanalysis/invrisk/inv_risk.shtml

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СЕТЕВЫЕ СТРУКТУРЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

*Глумов А.А., к.э.н., ст. преподаватель кафедры региональной
и муниципальной экономики и управления*

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия

Современные неоиндустриальные процессы, протекающие в экономике регионов России и Республики Беларусь, привлекают значительный интерес ученых-экономистов [2-5].

В данном контексте стратегическими приоритетами развития региональной и национальной экономики являются: 1) достижение и сохранение глобальной конкурентоспособности; 2) расширение доступа к традиционным внешним рынкам; 3) сохранение и развитие локальных (внутрироссийских) рынков; 4) создание новых или вхождение в зарождаемые рынки; 5) повышение эффективности государственных мер поддержки промышленности; 6) развитие институциональной среды бизнеса, стимулирующей долгосрочное стратегическое инвестирование; 7) реновация человеческого капитала.

Реализация данных приоритетов возможна только при активном развитии субъектов малого и среднего предпринимательства.

Поиск эффективных механизмов и инструментов развития малого и среднего предпринимательства следует начинать с анализа потребностей предприятий и их ожиданий от региональных властей.

По нашему мнению, на текущем этапе развития, субъекты малого и среднего предпринимательства ожидают от региональных властей поддержки по следующим направлениям:

- Кадровое обеспечение действующих и перспективных проектов в сфере промышленности. Прежде всего, речь идет о подготовке инженерных кадров, а это как раз компетенция региональных властей;

- Обеспечение информации о новых производственных технологиях, применяемых зарубежными предприятиями. Инновации, как технологические, так и управленческие генерируются чаще всего в развитых странах. Поэтому задачей региональных властей является всемерное содействие в получении региональными предприятиями о достижения науки и техники в данных странах. Построение инновационной экономики – базовый приоритет региональных властей;

- Содействие в продвижении продукции на новые зарубежные рынки. Выход на зарубежные рынки – это достаточно дорогостоящее явление, одному предприятию, особенно малому, обеспечить выход за новые рынки сложно, поэтому необходима организационная помощь региональных властей, которые обладают достаточными финансовыми ресурсами для открытия своих представительств в зарубежных странах.

- Финансовая поддержка реализации инвестиционных проектов.

Последнее направление поддержки, по нашему мнению, следует переосмыслить с точки зрения концепции сетевой экономики, а если говорить о промышленном развитии, то речь идет о производственных сетевых структурах [1, 6].

Значительная часть промышленной сети регионов России консолидирована в производственные сетевые структуры, которые уже стали самостоятельными как экономическими, так и политическими акторами. Данный тезис подтверждается сопоставлением бюджетов регионов Уральского экономического района, одного из наиболее промышленно развитых регионов России и бюджетов крупнейших сетевых структур, функционирующих на территории данных регионов (табл.1)

Табл. 1. Сравнение бюджетов субъектов анализируемых территорий УЭР и доходов отдельных сетевых производственных структур в 2017 г.

Субъект УЭР	Доходы бюджета, млрд руб	Сетевая структура (предприятие)	Доход сетевой структуры, млрд руб
Свердловская область	208,7	ГК УГМК	403,0
		ГК «Ростехнологии» (НПК «УРАЛВАГОНЗАВОД», ВСМПО-АВИСМА, НПП СТАРТ ИМ. А. И. ЯСКИНА)	246,3
		ГК «Синара» (ТМК Чермет, Уральские локомотивы)	184,8
		ООО «ЕвразХолдинг» (НТМ, Качканарский ГОК)	181,6
		ПАО «Трубная металлургическая компания» (Северский трубный завод, Синарский трубный завод, ТМК-ИНОКС, ТМК-КПВ)	87,2
		ПАО «НЛМК» (НЛМК-УРАЛ, ВИЗ-СТАЛЬ, НЛМК-МЕТИЗ, ВТОРЧЕРМЕТ НЛМК УРАЛ)	69,0
		ОК «РУСАЛ» (РУСАЛ УРАЛ, СЕВУРАЛБОКСИТРУДА)	65,0
		ПАО «Русская медная компания»	50,1
		Концерн ПВО «Алмаз-Антей» (МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД ИМЕНИ М.И.КАЛИНИНА)	35,7
		ГК «Ренова» (ЕКАТЕРИНБУРГСКИЙ ЗАВОД ПО ОБРАБОТКЕ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ, КАМЕНСК-УРАЛЬСКИЙ ЗАВОД ПО ОБРАБОТКЕ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ, УРАЛЬСКИЙ ТУРБИННЫЙ ЗАВОД (АО "РОТЕК"))	27,0
		ГРУППА УСМК (СЕВУРАЛБОКСИТРУДА)	19,2
		ГК «МЕТАЛЛ-КОМПЛЕКТ» (УРАЛЬСКИЙ ЗАВОД ЦВЕТНОГО ЛИТЬЯ)	15,2

Примечание. Источник: Информация Аналитического центра «Эксперт»: Крупнейшие компании Урала и Западной Сибири по объему реализации продукции в 2017 г. «Эксперт-400».

Это означает, что финансовые возможности таких структур в ряде случаев значительно больше, чем возможности бюджета. Это дает возможность таким структурам удерживать экономическую власть и подменять собой государственную исполнительную власть в регионах и муниципалитетах их дислокации.

Поэтому предлагается направить усилия властей на формирование кооперационных связей малых и средних предприятий с производственными сетевыми структурами. Благодаря таким усилиям, малый и средний бизнес получит положительный опыт сотрудничества с сетями, который, в свою очередь, может способствовать привлечению финансирования из негосударственных источников.

Данное предложение исходит из несопоставимости объемов промышленного производства в регионах и тех бюджетных средств, которые регионы могут позволить себе

направить на развитие промышленности (табл. 2).

Табл. 2. Основные показатели финансирования развития промышленности регионов УЭР в 2017 г.

Субъект РФ	Объем производства промышленной продукции, млн руб	Объем финансирования средств программы развития промышленности, млн.руб.	
		всего	в том числе средств регионального бюджета
Свердловская область	1 998 944	392,0	392,0
Челябинская область	1 550 840	47,3	47,3
Республика Башкортостан	1 440 762	42,6	42,6
Республика Удмуртия	533 490	978,5	104,3
Пермский край	1 383 488	112,0	111,7
Оренбургская область	723 437	0,0	0,0
Курганская область	119 312	788,7	41,2
Итого по УЭР	7 746 273	2361,1	739,1

В современной экономической литературе часто встречается обоснование необходимости создания кластеров. Наше предложение подтверждает важность выстраивания производственных цепочек и формирования более плотной производственной сети. При этом инструментом решения данной задачи является не столько государственное финансирование, сколько комплекс организационных мероприятий в части кадровой подготовки, а также обеспечении информацией об новых технологических решениях.

При этом самим региональным властям необходимо выстраивать отношения и оказывать поддержку сетевыми структурам (путем предоставления налоговых льгот, заключения специальных инвестиционных контрактов и т.д.) таким образом, чтобы формировался кумулятивный эффект для малого предпринимательства, также являющегося элементами производственной сети.

Литература

1. Радаев, В. Сетевой мир / В. Радаев // Эксперт. 2000, 12. С. 35.
2. Силин, Я.П., Анимца, Е.Г., Новикова, Н.В. Региональные аспекты новой индустриализации // Экономика региона. 2017. Т.13, Вып.3. – С.684-696.
3. Силин, Я.П., Анимца Е.Г., Новикова Н.В. Перед вызовами третьей волны индустриализации: страна, регион // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. №3. – С.14-25.
4. Сухарев, О., Стрижакова, Е. Нова индустриализация – путь к повышению производительности труда в промышленности // Экономист. №5. – С.6-18.
5. Татаркин, А.И., Романова, О.А. О возможностях и механизме неоиндустриализации старопромышленных регионов // Экономист. 2013. №3. – С. 19-31.
6. Третьяк, О.А., Румянцева, М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. 2003, №2. С. 26, 29.

«ПЕРВАЯ ЭМПИРИЧЕСКАЯ ПРАВИЛЬНОСТЬ» И СОВРЕМЕННАЯ ДАТИРОВКА КОНДРАТЬЕВСКИХ ЦИКЛОВ

*Григорян А.Л., к.э.н.
ООО «ВИ Энерджи», г. Белгород, Россия*

В начале XX века вместе с формированием инновационной теории был выдвинут тезис о взаимозависимости динамик появления и коммерческого внедрения инноваций с одной стороны, и экономики в целом, с другой. Я. ван Гельдерен (1913) экзогенным толчком всеохватывающих экономических «длинных циклов» назвал открытие новых рынков и внедрение новых технологий в экономику. Сам Н.Д. Кондратьев отмечал существование закономерной связи между элементами экономической жизни, а также предполагал закономерность в динамике этих элементов. Изучая динамику индексов товарных цен, процента на капитал, зарплаты, оборота внешней торговли, добычи угля, минерального топлива, производства свинца и некоторых других элементов экономики, Кондратьев выделил большие экономические циклы продолжительностью в 48-55 лет, в течение примерно 20-25 лет перед началом которых наблюдается оживление в сфере технических изобретений, а перед началом и в самом начале - «широкое применение этих изобретений в сфере промышленной практики, связанное с реорганизацией производственных отношений» («первая правильность», эмпирическим путем выявленная Кондратьевым). Он отмечал неравномерную динамику этих процессов, в качестве примера приводя предшествующие и сопутствующие выделенным им 2,5 большим циклам, более важные и многочисленнее, чем в обычное время, технические изобретения, такие как - изобретение турбины, построение первого автомобиля, появление трансформатора, бензиновых двигателей и т. д.. При этом, Кондратьев намеренно различал момент появления технических изобретений и момент приложения их на практике. Двумя условиями изменений в области техники производства он считал: 1. наличие научно-технических открытий и изобретений, 2. хозяйственные возможности их практического применения. Кондратьев отмечает также обратную связь инноваций с состоянием экономики: «Одним из лучших и бесспорных доводов и пользу того, что научные и научно-технические открытия и изобретения не случайны, а теснейшим образом связаны с запросами практики, в частности хозяйственной практики, служат многочисленные факты одновременного и независимого появления одних и тех же изобретений и открытий в различных местах». И хотя о цикличности самих инноваций Кондратьев напрямую не высказался, его наблюдения легли в основу последующих теорий о взаимосвязи долгосрочных экономических и инновационных циклов.

Так, Й. Шумпетер выдвинул идею, что именно массовые инновации и такое же массовое инвестирование в них вызывают цикличность экономики.

В 1975 г. Г. Менш изобразил долгосрочный цикл в форме S-образной кривой, в заключительной фазе которой происходит переход к новому технологическому состоянию. Именно кластеры базисных инноваций в периоды депрессии запускают следующий долгосрочный экономический цикл. Этот кризисный период он назвал «технологическим патом», обусловленным невозможностью дальнейшего развития экономики в рамках существующей техники и ожиданием новых базисных инноваций. Длинный цикл течет под неперменной конкуренцией базисных и улучшающих инноваций, а в самом деле происходит постепенное обмельчание инноваций и их эффективности. По времени «технологический пат» у Менша приходится на фазу рецессии большого цикла, а переход к новым базисным инновациям – на фазу депрессии, где инвестиции в такие инновации становятся единственной возможностью для предпринимателей получить прибыль. Депрессия через стимулирование инвестиций способствует появлению новых базисных инноваций, что в

свою очередь приводит к выходу экономики из состояния депрессии. С середины 18 в. он выделил 4 инновационные пики (1764, 1825, 1886 и 1935 гг.) и чередующие им 4 кондратьевских цикла, с характерными лидирующими отраслями и странами. Среди достижений Менша можно отметить также раскрытие им характера цикличности обновления техники («инновационные волны»). Позже, на основе эмпирического анализа, Г. Дент доказал существование 4 инновационных волн (начиная со времен промышленной революции), последняя из которых («информационная», 1970-80-е) предшествовала появлению «новой экономики».

Важным вопросом подтверждения и актуализации кондратьевских циклов является их современная датировка. В силу ряда причин, границы этих циклов не могут быть четкими и промежуток в несколько лет можно считать вполне естественным. Однако датировка 5-го кондратьевского цикла (большинство специалистов именно этот кондратьевский цикл считают текущим) разнится по различным научным источникам на 25-30 лет – больше половины цикла. Такая несогласованность между мнениями признанных ученых, естественно, создает дополнительный скептицизм к самой теории циклов. Мы различаем следующие варианты датировок начала 5-го кондратьевского цикла:

1) начало-середина 1970-х гг. (М. Батти, К. Перес, А. Смирнов). Такая «ранняя» датировка во многом связана с тем, что начало экономического цикла путают с технологическим прорывом 1973-75 гг. (например, Х. Наймер, А.-К. Петерсен, Ш. Шерер, 2013). Получается, что начало повышательной фазы экономического цикла совпадает с мировым экономическим кризисом 1969-1974 гг. и энергетическим кризисом 1974-1975 гг., что весьма спорно.

2) 1981-1983 гг. (Л. Абалкин, Ю. Яковец, А. Акаев, М. Хироока, М. Полке). Здесь тоже наглядно частичное совпадение с мировым кризисом 1981-1982 гг. Имели место и другие кризисные явления: стагнация мирового ВВП (в 1982 г. мировой ВВП вырос всего на 0,5%, минимальное значение на период 1971-2008 гг.), снижение объемов мировой торговли 1980-1984 гг., спад нефтяных цен в 1980-86 (рост начался лишь во второй половине 1990-х), и т. д.

3) 1984-1991 гг. (А. Тауш, Л. Гринин, С. Глазьев, С. Баранов, Т. Скуфьина).

4) начало-середина 1990-х гг. (К. Конрад, М. Барнс, Б. Берри, З. Норкус, К. Касала, Х. Патомьяки, Х. Шимшек, В. Устюжанин). В пользу данной гипотезы - завершение крупной рецессии в Германии, Швеции, Финляндии и Японии, разразившейся в 1992 году, стабилизация темпов роста мирового ВВП и мировой торговли с начала 1990-х. По нашему мнению, такая датировка наиболее удовлетворяет условиям теории Менша, истекающей, как нам кажется, из «первой правильности» кондратьевских циклов. Именно в этот период начался так называемая «новая экономика» - радикальное перестроение экономики под влиянием новых технологий (электроника, ИТ, космические и био-технологии, новейшие источники энергии, телекоммуникации и так далее).

С 2005 г. в ряде работ мы предположили, что «новая экономика» - это название очередного долгосрочного кондратьевского цикла, и предложили приблизительную датировку начала текущего инновационного цикла (середина 1970-х) и цикла «новой экономики» (середина 1990-х). Такой подход также можно отнести к последнему варианту датировки.

Литература

1. Кондратьев, Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения: Избранные труды; Сост. Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2002. – 765 с.
2. Яковец, Ю.В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. – М., Наука, 1999. – 448 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Гринюк Н.А., к.э.н., доцент

Киевский национальный торгово-экономический университет, г. Киев, Украина

Трансформационные процессы, происходящие в системе потребительской кооперации, требуют усовершенствования аналитической работы в кооперативных организациях, одним из направлений которой является разработка методических подходов к комплексной оценке результатов социально-экономической деятельности предприятий системы.

В обобщенном виде комплексная оценка результатов деятельности хозяйствующего субъекта представляет собой кумулятивную, как правило, количественную характеристику его деятельности, полученную в результате анализа определенной совокупности показателей.

На сегодняшний день в современной практике для анализа результативности деятельности потребительских кооперативов в основном используют экономические показатели, присущие коммерческим организациям. Учитывая доходность, как основную цель деятельности таких предприятий, критерием их эффективности выступает рентабельность, которая, как правило, оценивается через соответствующие показатели (рентабельности деятельности, капитала, собственного капитала и т.д.).

Следует отметить, что такой подход не позволяет оценить результативность кооперативной формы хозяйствования, поскольку не учитывает особенностей функционирования системы потребительской кооперации.

Законодательное урегулирование особенностей деятельности организаций потребительской кооперации, закрепление статуса потребительских кооперативов как некоммерческих организаций [1, 2] обуславливает жизненную потребность в разработке методических подходов к соответственно адекватному оцениванию результативности их деятельности.

Учитывая комплексность и взаимообусловленность результатов деятельности потребительского общества, на наш взгляд, система оценивания эффективности его функционирования должна содержать группы показателей, которые бы отражали влияние особенностей системы потребительской кооперации на отдельные аспекты функционирования кооперативных предприятий, были информативными и обеспечивали корректность трактовки полученных результатов.

Несмотря на то, что потребительская кооперация создана с целью удовлетворения потребностей ее владельцев-пайщиков путем снижения стоимости полученных услуг, в основу оценивания должен быть положен именно механизм определения эффективности сотрудничества кооператива со своими членами и некоммерческий характер деятельности потребительских обществ.

Учитывая многоаспектность функционирования организаций потребительской кооперации для оценивания результативности и эффективности их деятельности предлагается авторская разработка следующих систем показателей.

Существование совокупности разнородных форм сотрудничества обуславливает и соответственно различное влияние участия пайщиков на отдельные аспекты и результаты функционирования потребительского общества.

По нашему мнению, эффективность такого сотрудничества для потребительского общества позволит определить следующая система показателей (табл. 1).

Табл. 1. Система показателей результативности сотрудничества потребительского общества с пайщиками (обобщено автором) (д.е.,%)

№	Показатель	Алгоритм расчета	Условные обозначения
1.	Коэффициент структуры объема деятельности потребительского общества *	$P_{op} = \frac{OP_n}{OD_{no}}$	OP_n – объем реализации товаров/услуг пайщикам OD_{no} – объем деятельности потребительского общества
2.	Уровень кооперативных выплат от участия в хозяйственной деятельности потребительского общества *	$P_{kv} = \frac{KB_{xd}}{OD_{no}}$	KB_{xd} – сумма кооперативных выплат от участия в хозяйственной деятельности потребительского общества
3.	Коэффициент структуры собственного капитала потребительского общества	$K_{ek} = \frac{PF}{CK}$	PF – среднегодовая сумма паевого фонда потребительского общества CK – среднегодовая сумма собственного капитала потребительского общества
4.	Коэффициент структуры паевого фонда потребительского общества *	$K_{n\phi} = \frac{PB_{\phi p}}{PF}$	$PB_{\phi p}$ – сумма дополнительных паевых взносов на формирование финансовых ресурсов
5.	Коэффициент структуры финансирования оборотных активов потребительского общества *	$P_{oa} = \frac{PB_{\phi p}}{OA}$	OA – среднегодовая сумма оборотных активов потребительского общества

Примечание. Источник: собственная разработка автора.

Учитывая главную цель функционирования потребительского кооператива, основным экономическим показателем его результативности является оборот (объем деятельности), и, прежде всего, объем реализации товаров (услуг) пайщикам.

Косвенным, но достаточно красноречивым свидетельством эффективности функционирования потребительского общества следует считать роль пайщиков в финансировании деятельности кооперативных предприятий, которую, на наш взгляд, отражают показатели структуры собственного капитала и финансирования текущей деятельности.

Тенденции увеличения доли дополнительных паевых взносов на формирование финансовых ресурсов соответственно в паевом фонде и оборотных активах кооперативной организации можно считать отражением одобрения деятельности потребительского общества и финансовой поддержки пайщиками планов его развития в целом и текущей деятельности в частности.

Обобщенную характеристику эффективности деятельности потребительского общества позволит получить система показателей социально-экономической результативности его функционирования в региональном аспекте (табл.2).

Табл. 2. Система показателей социально-экономической результативности функционирования потребительского общества (обобщено автором) (д.е.,%)

№	Показатель	Алгоритм расчета	Условные обозначения
1.	Степень охвата денежных средств пайщиков	$P_{on} = \frac{OP_n}{D_n}$	D_n – объем денежных средств пайщиков D_n – объем денежных средств населения в регионе деятельности
2.	Уровень кооперирования населения	$P_k = \frac{Q_n}{Q_n}$	Q_n – численность пайщиков, чел.

3.	Степень охвата денежных средств населения в регионе деятельности	$P_{он} = \frac{ОД_{но}}{Д_n}$	$Ч_n$ – численность населения в регионе деятельности, чел.
4.	Доля пайщиков-работников в общей численности пайщиков	$P_p = \frac{Ч_p}{Ч_n}$	$Ч_p$ – численность пайщиков-работников, чел.

Эффективность функционирования кооперативных предприятий в решении проблемы обеспечения членов кооператива нужными товарами (услугами) позволит оценить показатель уровня охвата денежных доходов пайщиков, что в совокупности с коэффициентом кооперирования населения при росте этих показателей будет характеризовать хозяйственную деятельность потребительского кооператива с точки зрения его привлекательности для населения региона.

Достаточно информативным следует считать и расчет показателя охвата денежных средств населения региона, который с одной стороны, определенным образом отражает роль и место потребительского общества на региональном рынке, а с другой - позволяет определить потенциал его развития за счет возможного увеличения объемов деятельности.

Одним из важных свидетельств результативности функционирования потребительского общества является участие пайщиков в формировании трудового потенциала кооперативных организаций, которая в обобщенном виде отображается долей пайщиков-работников в общей численности пайщиков. Информативность этого показателя заключается еще и в том, что он является отражением участия системы потребительской кооперации в создании рабочих мест в регионе своей деятельности и обеспечения возможностей трудоустройства населения, прежде всего, членов потребительских обществ. Предложенные системы оценивания, по мнению автора, создают методические основы определения результативности основной (непредпринимательской) деятельности потребительского общества, учитывая его статус как некоммерческой организации.

В то же время, законодательно закреплено право потребительского общества обслуживать граждан, которые не являются его членами [3]. Реализация товаров (услуг) «посторонним» покупателям формирует объем предпринимательской (сопутствующей) деятельности потребительского общества, прибыльный характер которой обуславливает использование общеизвестных методик определения ее эффективности (показателей рентабельности, деловой активности и т.д.).

Предложенные системы показателей оценивания различных видов деятельности потребительского общества создают возможности их применения не только для исследования результативности деятельности отдельного потребительского общества, а для корректного сопоставления эффективности функционирования различных кооперативных организаций.

С целью использования вышеупомянутого подхода для рейтинговой оценки совокупности кооперативных организаций возможно его использование в методике многомерного сравнительного анализа, который позволит учитывать не только абсолютные и относительные значения показателей каждой кооперативной организации, но и степень их близости к показателям организации-лидера на разных уровнях территориальных объединений.

Литература

1. Про споживчу кооперацію: Закон України від 10.04.1992 № 2687-XII (зі змінами і доповненнями) // ВВР. – 1992. – № 30.
2. Про кооперацію: Закон України від 10.07.2003 № 1087-IV (зі змінами і доповненнями) // ВВР. – 2004. – № 5.
3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV (зі змінами) // ВВР. – 2003. – № 40-44. – С. 356

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гурский А.А., студент 5 курса

Киреенко Е.Г., к.э.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Для характеристики эффективности работы предприятия, доходности различных направлений деятельности (хозяйственной, финансовой, предпринимательской) в экономическом анализе рассчитывают показатели рентабельности.

Рентабельность производства является наиболее обобщающим, качественным показателем экономической эффективности производства, эффективности функционирования предприятий. Она соизмеряет величину полученной прибыли с размерами тех средств, с помощью которых она получена (основные фонды и оборотные средства). Эти использованные в производстве средства для получения известной прибыли являются как бы ее ценой. И чем ниже эта цена, т.е. чем меньше затребованных средств при той же величине полученной прибыли, тем эффективнее производство, а предприятие функционирует с большим эффектом.

Показатели рентабельности являются инструментами для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели, как было отмечено, характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто используются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства.

Определяющим в содержании понятия «рентабельность производства» является величина прибыли. В связи с этим установление факторов рентабельности представляет собой, прежде всего установление факторов, влияющих на формирование прибыли.

К ним следует отнести: внутренние и внешние факторы.

Внутренние факторы определяются самим предприятием, сложившимися резервами снижения себестоимости по различным направлениям, стратегическими планами развития, эффективностью товарной политики, имеющей экономические ориентиры, возможностями и желанием увеличения производительных мощностей и т.д.

Внешние факторы можно разделить на производственные, непосредственно связанные с основной деятельностью предприятия, и внепроизводственные факторы, которые непосредственно не связаны с производством продукции и с основной деятельностью предприятия.

Таким образом, показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

- 1) показатели рентабельности капитала (активов),
- 2) показатели рентабельности продукции;
- 3) показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств.

Роль и значение показателя рентабельности заключаются в следующем:

этот показатель является одним из основных критериев оценки эффективности работы предприятия;

повышение рентабельности характеризует цель предприятия любой отрасли в рыночной экономике;

рентабельность – результативный, качественный показатель деятельности предприятия;

рост рентабельности способствует повышению финансовой устойчивости предприятия;

увеличение рентабельности обеспечивает победу предприятия в конкурентной борьбе и способствует выживанию предприятия в рыночной экономике;

рентабельность имеет важное значение для собственников (акционеров и учредителей), так как при её увеличении возрастает интерес к данному предприятию, растёт цена акции;

кредиторов и заёмщиков денежных средств уровень рентабельности интересует с точки зрения реальности получения процентов по обязательствам, снижения риска невозврата заёмных средств, платёжеспособности предприятия;

динамика рентабельности предприятия изучается налоговыми службами, фондовыми биржами, министерствами;

для предпринимателей показатель рентабельности характеризует привлекательность бизнеса.

Следует отметить, что факторы рентабельности производства могут носить экстенсивный и интенсивный характер. Экстенсивные факторы оказывают влияние на рентабельность путём изменения количества реализованной продукции, а интенсивные – на рост реализационных цен и снижение себестоимости продукции.

Основные пути роста рентабельности производства – увеличение удельного веса специализированного производства, применение современные методов организации производства и труда в соответствии с требованиями научно-технического прогресса, ускорение внедрения и освоения новой, более прогрессивной техники, повышение производительности труда, снижение себестоимости продукции, улучшение ее качества, усиление режима экономии в расходовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов и повышение материальной заинтересованности работников в результатах своего труда.

Таким образом, в условиях рыночной экономики рентабельность является важнейшим качественным показателем работы предприятия, в котором обобщается состояние доходов, издержек обращения, оборачиваемости товаров или услуг, использования основных средств, рабочей силы, собственного и заемного капиталов. Рентабельность свидетельствует о прибыльности хозяйственной деятельности предприятия в прошедшем периоде и о возможностях его дальнейшего функционирования.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

*Демидова Е.С., доцент, к.э.н., доцент кафедры логистики и менеджмента
Макаревич В.В., логист ООО «Веста-Кубань», студентка
ВФ УО ФПБ «Международный университет «МИТСО», г. Витебск*

Малый и средний бизнес является драйвером современной экономики. Развитие сектора малого и среднего предпринимательства (МСП) рассматривается как один из инструментов, направленных на решение проблемы структурных изменений в экономике Беларуси. Предполагается, что малый бизнес может частично заменить собой крупные государственные предприятия в вопросе создания рабочих мест, а также увеличить конкурентоспособность белорусской продукции на внешних рынках.

Актуальность данных проблем обуславливает внимание к ним со стороны ученых и специалистов-практиков. Вопросам классификации МСП, совершенствования правовых условий их деятельности посвящены труды многих авторов. Научные публикации (статьи и монографии) с ключевым словом «малый бизнес», выпущенные в Издательстве Креативная экономика за период с 2000 по 2019 год, включают 240 наименований [1].

Целью настоящей статьи является разработка направлений повышения эффективности логистической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса за счет совершенствования применяемых технологий перевозок грузов.

Место малого и среднего бизнеса в экономике Беларуси отражено в росте его доли в таких основных показателях как ВВП (24,7%), валовая добавленная стоимость (28,5%), выручка от реализации товаров и услуг (42,8%), численность занятых (33,5%), экспорт страны (47,2%) [2]. Вместе с тем, вклад малого и среднего бизнеса в Беларуси значительно ниже, чем у развитых стран. Так, доля МСП в валовой добавленной стоимости в странах Европейского союза составляет в среднем 57%.

В Беларуси подготовлен обширный пакет правовых мер по развитию предпринимательства. Для развития бизнеса разработана Стратегия развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года «Беларусь – страна успешного предпринимательства». Цель стратегии состоит в формировании динамично развивающегося сектора МСП, способного существенно улучшить структуру белорусской экономики, повысить ее конкурентоспособность, обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения. Правительство видит в МСП «один из факторов обеспечения стабильно высокого уровня занятости населения и экономического роста» [3, с.8]. Долю субъектов малого и среднего предпринимательства планируется довести в общем объеме валовой добавленной стоимости к 2030 году до 50%. Сегодня все развитые страны мира имеют примерно такие пропорции.

Несмотря на государственную поддержку и попытки упростить законодательство, регламентирующее деятельность предприятий малого и среднего бизнеса, существует ряд проблем, которые требуют внимания, как властей, так и самих предпринимателей.

Среди ряда проблем отдельно можно выделить *высокие затраты на логистику*. Доставка товаров связана с дополнительными затратами. Добавленная стоимость от логистических операций удорожает товар и делает его менее привлекательным для покупателя. Невозможность использовать эффект масштаба не позволяет субъектам малого и среднего бизнеса закрепиться на внутреннем рынке или выйти на внешний.

И если проблемы административного характера решаются на макроуровне при участии государственных органов, вопрос удешевления логистики ложится целиком на сами организации и может быть решен грамотно организованной работой логистической системы.

В ходе исследования нами проанализирована деятельность транспортной компании ООО «Веста-Кубань» (предприятие выбрано для исследования в связи с тем, что один из авторов работает логистом в этой компании). Компания специализируется на контейнерных перевозках и более половины всей клиентской базы компании составляют предприятия МСП. Результаты исследования показали, что около 60% клиентов нерационально используют полезную площадь транспортной тары. Коэффициент использования грузоподъемности для грузов, отправляемых предприятиями МСП, не превышает 0,50, т.е. контейнеры уходят заполненными только на 50%.

Предприятиям МСП выгоднее работать с мелкими партиями грузов. Во-первых, предприятие снижает риски связанные с выходом на новые рынки, а во-вторых, становится маневреннее относительно запросов клиентов. Вместе с тем, стоимость доставки крупных и мелких партий практически не отличаются по стоимости. В транспортной сфере, как и в сфере производства, действует эффект масштаба, который позволяет снижать затраты на перевозку каждой единицы веса. В связи с этим, предприятия МСП вынуждены или платить за отправку полупустого контейнера или отправлять крупную партию, отвечающую грузоподъемности заказываемого транспортного средства.

Одним из вариантов решения данной проблемы, предлагаемых транспортными компаниями, является отправка грузов в составе сборных партий. Перевозка сборных грузов означает отправку небольших партий грузов нескольких грузоотправителей для нескольких

грузополучателей в одном направлении. Под категорию сборных грузов подпадают отправки до 10 тонн.

Нами проанализированы затраты на организацию перевозки до и после совмещения грузов. Экономический эффект для МСП рассчитывается пропорционально грузовому пространству занятому под их груз. В зависимости от габаритов и весовых характеристик груза предприятия МСП могут сэкономить от 20% до 40% логистических затрат [4].

Актуальность сборных перевозок для Республики Беларусь определяется небольшой емкостью собственного рынка. Перевозки крупных партий экономически невыгодны ввиду небольших расстояний между пунктами производства и сбыта. Поставки мелкими партиями дают возможность проверить правильность маркетинговых исследований, обоснованность ценообразования. В дальнейшем предприятию легче скорректировать параметры партии, чтобы она наиболее полно отвечала на запросы конкретной группы потребителей. Данный факт не только снижает вероятность неудачи, но и минимизирует контрагентские расходы, а это 2-5% от суммы всей сделки.

Таким образом, перевозка сборных грузов является перспективным направлением на рынке транспортно-логистических услуг и имеет экономический эффект особенно для субъектов малого и среднего бизнеса. Благодаря сборным отправкам предприятия малого и среднего бизнеса могут организовать доставку на внешние рынки небольших партий без существенного увеличения стоимости. Данный факт позволяет улучшить экономические показатели предприятия, поскольку не требуется замораживать оборотные средства в складских запасах. Повышается гибкость бизнеса за счет быстрой реакции на изменение потребительского спроса, при этом продажа небольшими партиями дифференцирует риски предприятия, если товар окажется невостребованным на рынке.

Литература

1. Научные публикации (статьи и монографии) с ключевым словом «малый бизнес», выпущенные в Издательстве Креативная экономика за период с 2000 по 2019 год. Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/keywords/malyj-biznes>. – Дата доступа: 15.04.2019.

2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: Стат. сборник.– Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года» от 17 октября 2018 г. № 743 / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21800743>. Дата доступа: 15.04.2019.

4. Специфика сборных грузов и способы оптимизации их доставки [Электронный ресурс] // Клуб логистов – Режим доступа: <http://www.logists.by/library/view/spetsifika-sbornix-gryzov-i-sposobi-optimizatsii-ix-dostavki> Дата доступа: 15.04.2019.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСТОЙЧИВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Дорошкевич Н.М., к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет, г. Минск

В современных условиях хозяйствования информационное обеспечение становится основополагающей областью, необходимой для динамичного роста и устойчивого развития. Определенная свобода предпринимательской деятельности в рыночной экономике трансформирует характер изменений, происходящих в процессах общественно-экономического воспроизводства. Правильное понимание причин таких изменений способствует реализации обоснованных подходов к устойчивому развитию национальной

экономики в целом и каждого субъекта хозяйствования в отдельности. И в этом процессе вопросы информационного обеспечения на всех уровнях хозяйственных правоотношений, а особенно в системе управления, представляются весьма значимы и в тоже время проблематичными.

Особое место в системе информационного обеспечения принадлежит бухгалтерской учетной информации. Ведь отсутствие адекватных учетно-аналитических методик и инструментария существенно усложняет, а порой и искажает качественное управление хозяйственной деятельностью. Следует отметить, что бухгалтерский учет и отчетность не только фиксирует факты хозяйственной деятельности, но и непосредственно оказывает влияние на результаты такой деятельности в силу своей аналитичности в части предоставления детальной и достоверной информации о причинно-следственных связях хозяйственных явлений и процессов. Поэтому только достоверная учетная информация позволяет оценить различные события, которые оказывают положительное либо отрицательное влияние на субъекта хозяйствования, а в совокупности с другой информацией она имеет стратегический характер. Для принятия эффективных управленческих решений всех субъектов хозяйствования на разных уровнях ее формирования и применения. Большинство экономистов считает, что для обеспечения этих ориентиров достаточно инициирование мероприятий по их нивелированию, другие дополняют, особенно в перспективе, их полным устранением рисков внешних и внутренних угроз, третьи отдают предпочтение организации эффективного и результативного управления на всех стадиях хозяйственной деятельности. Все они правы в одном – качественная реализация таких мероприятий может быть осуществлена исключительно при наличии надлежащего информационного обеспечения, а точнее при наличии информационной системы, базирующейся на надежной и достоверной информации указанных проблем, позволяющей оперативно контролировать производственные процессы, выявлять негативные (позитивные) тенденции, перспективные направления их развития и улавливать индикаторы обеспечения устойчивого экономического роста субъекта хозяйствования, что, в конечном счете, превращает информационный аспект в один из наиболее важных факторов производственных ресурсов хозяйствования. Вместе с тем автор считает, что деловой успех любого субъекта хозяйствования напрямую зависит также и от качества непосредственно экономической информации, базовым элементом которой является бухгалтерский учет и отчетность. Ведь принятие тех, либо иных инвестиционных и инновационных решений, выбор инвесторов, поставщиков и прочих деловых партнеров в основном зависит от полноты и достоверности представляемых данных посредством бухгалтерского учета и отчетности. Именно они представляют собой единую систему показателей, отражающих имущественное и финансовое положение субъекта хозяйствования на определенную дату, а также финансовые результаты его деятельности за отчетный период. Следовательно бухгалтерский учет и отчетность не только фиксирует факты хозяйственной деятельности, но и непосредственно оказывает влияние на результаты такой деятельности. Поэтому только достоверная учетно-аналитическая информация позволяет оценить различные события, которые оказывают положительное либо отрицательное влияние на субъекта хозяйствования, а в совокупности с другой информацией она может иметь стратегический характер.

Таким образом, исследование показало, что новые условия хозяйствования диктуют необходимость разработки новаций в системе бухгалтерского учета и отчетности субъектов хозяйствования, направленных на информационное обеспечение устойчивого экономического развития. К ним следует отнести:

максимальное нивелирование прецедентов несоответствия между складывающейся практикой раскрытия информации и существующими принципами формирования отчетности за счет совершенствования системы регулирования бухгалтерского учета и отчетности;

эффективная реализация международных тенденций в части унификации и гармонизации системы бухгалтерского учета и отчетности, включая объективную необходимость применения требований МСФО с сочетанием различных уровней действия и механизмов реализации;

повышение качества информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности, при одновременном повышении квалификации специалистов, занятых в области организации и ведения бухгалтерского учета и отчетности, а также аудита и контроля качества бухгалтерской (финансовой) отчетности;

ориентирование на существенные эволюционные тенденции в направлении международных стандартов, обновлений в части изменения понятийного аппарата, а также трансформации форм учета и отчетности в соответствии с реалиями рыночной экономики;

построение и внедрение в практику стратегического управленческого учета, в рамках которого формируется информационное обеспечение принятия стратегических управленческих решений, а также технологий, позволяющих трансформировать направленность предоставляемой информации, если методы ее получения не соответствуют действенным (актуальным) потребностям субъекта хозяйствования.

Следовательно, для управления хозяйственными процессами, ориентированными на экономический рост и устойчивое развитие субъектов хозяйствования необходима эффективная система бухгалтерского учета и отчетности. Именно она и особенно ее качество является залогом успеха и конкурентоспособности субъекта хозяйствования в условиях жесткой конкуренции и других объективных реалий современных условий хозяйствования. Это требование должно рассматриваться с учетом процессов реструктуризации ранее единого отечественного бухгалтерского учета в направлении его разделения на финансовый, управленческий, стратегический управленческий учет. Здесь заметный интерес представляет стратегический управленческий учет, который в целом может быть охарактеризован как направление управленческого учета, в рамках которого формируется информационное обеспечение принятия стратегических управленческих решений. Учитывая объективно складывающиеся преимущества стратегического управленческого учета (гибкость и легкая адаптация к изменениям в процессе основной деятельности, использование как финансовых, так и натуральных показателей, адресная направленность и т.д.) представляется возможным отметить, что его внедрение целесообразно на всех уровнях управления хозяйственной деятельностью. Ведь основной критерий действенного управления – это эффективное использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов, а стратегический управленческий учет обеспечивает для этого необходимый механизм, давая возможность комплексно решать вопросы планирования, учета отдельных видов деятельности, контроля и оценки экономического роста и развития и главное выступать в роли инструментария достижения устойчивого и безопасного развития в целом экономики.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВА С УЧЕТОМ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ермакова Е.В., к.э.н., доцент

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск*

Формирование эффективной инвестиционной стратегии государства с учетом развития инновационного предпринимательства является одной из важнейших функций государства. Разработка и реализация национальной стратегии устойчивого социально-

экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [1] неразрывно связана с формированием инвестиционной стратегии государства, учитывающей выполнение пятилетних государственных программ инновационного развития, обеспечивающих реализацию основных направлений государственной инновационной политики [2].

Управление инвестициями в инновационной сфере осуществляется как на уровне государства, так и на уровне отдельных субъектов хозяйствования различных форм собственности. При этом на уровне государства определяются приоритетные виды деятельности (секторы экономики) для осуществления инвестиций [3] с учетом формирования и реализации основных направлений государственной инновационной политики.

Управление инвестициями с учетом развития инновационной предпринимательской деятельности связано с разработкой и оценкой эффективности инвестиционной стратегии государства, включающей следующие этапы: 1) определение долгосрочных целей инвестиционной политики с учетом разработанной национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития государства и реализации государственных программ инновационного развития экономики на пять лет; 2) разработка наиболее эффективных путей реализации долгосрочных целей национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития и государственных инвестиционных программ с учетом развития инновационной предпринимательской деятельности; 3) оценка разработанной инвестиционной стратегии государства по критериям приоритетности основных направлений социально-экономического и инновационного развития общества, экономической и социальной эффективности, а также риска и ликвидности инвестиций; 4) согласование разработанной инвестиционной стратегии государства с учетом инновационной деятельности с разработанными стратегиями коммерческих организаций, образующих предпринимательский сектор.

Управление в инвестиционной и инновационной сферах на уровне коммерческих организаций, образующих предпринимательский сектор, предполагает разработку основных направлений их инновационной деятельности с учетом государственной инвестиционной стратегии, а также стратегии формирования инвестиционных ресурсов за счет различных источников финансирования, в том числе выделенных государством.

Распределение государственных инвестиционных ресурсов при этом возможно с учетом проведения государственной научно-технической экспертизы инновационных проектов, отбора наиболее эффективных из них и менее рискованных.

Выделение бюджетных средств государства осуществляется на конкурсной основе по приоритетным направлениям, предусмотренным в государственных программах, предприятиям и организациям любых форм собственности, осуществляющим инновационные проекты как самостоятельно, так и в соответствии с разработанными государственными программами. Анализ численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, по секторам деятельности, показывает преобладание персонала в предпринимательском секторе. Так, из 26483 человек (100%) в секторе коммерческих организаций (предпринимательском) занято 16673 человека (62, 95%). Распределение числа организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности, также показывает преобладание коммерческих организаций (предпринимательского сектора). При этом из 454 организаций (100%) 286 представляют предпринимательский сектор (62,9%), [4, с.365].

Преобладание предпринимательского сектора среди численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, а также среди научных организаций требует создания соответствующих условий со стороны государства для его дальнейшего развития. Среди них важнейшими являются: 1) построение инновационной стратегии коммерческих организаций с учетом национальной инновационной стратегии; 2) выделение инвестиционных ресурсов государства на инновационную деятельность коммерческих

организаций на конкурсной основе с учетом оценки экономической и социальной эффективности, инвестиционного риска и государственной значимости инновационных проектов; 3) стимулирование инновационной предпринимательской деятельности за счет предоставления налоговых, кредитных и других льгот, а также расширения коммерческого кредитования и снижения процентных ставок.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, Минск, 2017. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: economy.gov.by. Дата доступа: 8.02.2019.
2. Закон Республики Беларусь от 10.07.2012 г. № 425-3 «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь».
3. Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 №53 –З «Об инвестициях».
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2018/ Нац. Стат. Ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ФИЗКУЛЬТУРЫ И СПОРТА

*Злотникова Л.Л., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

В современном общественном развитии происходит эффективное использование рабочей силы. В связи с этим предъявляются высокие требования к человеческим ресурсам. Эффективность использования рабочей силы увеличивается при повышении работоспособности персонала, при снижении заболеваемости, а также уменьшении психофизиологических нагрузок.

Важным фактором воспроизводства рабочей силы, повышения ее трудовой активности является физическая культура на предприятиях разных форм собственности, в том числе предпринимательстве. В результате, физическая культура должна принимать участие как в укреплении здоровья и повышении работоспособности трудящихся, так и в увеличении производительности труда и получении коллективом дополнительной прибыли. В учебных учреждениях вести к хорошей успеваемости студенческой молодежи.

Методически обоснованное применение физической культуры с учетом профиля занятости (работа, учеба) существенно снижает заболеваемость, повышает профессиональную работоспособность и, следовательно, влияет на улучшение экономических показателей.

Целью предпринимательства в сфере физической культуры и спорта является производство и предоставление услуг, на которые имеется спрос и которая приносит предпринимательскую прибыль. В рыночных условиях существенно возрастает роль физической культуры и спорта в удовлетворении потребностей людей в физическом совершенствовании, в формировании здорового образа жизни.

Предприниматель в спорте – это, прежде всего, человек, у которого на первом месте стоит работа в спортивной сфере, он стремится развивать физическую культуру и спорт, предлагать новые и удобные услуги обществу, различное проведение досуга, и только после этого для него важна прибыль от его бизнеса. Предприниматели в спортивной сфере положительно влияют на позитивную общественную и экономическую жизнь в стране, позволяют преодолеть пагубные привычки общества, такие как алкоголизм, наркомания, преступная деятельность, пристрастие к табаку. К тому же такая работа приносит большое моральное удовлетворение, ведь этот бизнес несет людям физическую и творческую активность, укрепление здоровья и много позитивных эмоций.

В этой связи следует отметить тесную взаимосвязь между спортом и бизнесом, направленным на производство и прибыльную реализацию спортивных услуг. В мире наблюдается стремительное развитие спорта как области, на которую приходится более 3% мирового торгового оборота. Спорт все в большей степени становится товаром. По ориентировочным данным, объем спортивного рынка в мире, включая индустрию спортивного оснащения и оборудования, на начало XXI века составляет в отдельных развитых странах 2% от общего валового внутреннего продукта.

Одним из условий формирования здорового образа жизни является грамотный подход к его популяризации. Важно стимулировать интерес студентов и вообще молодежи, работающей в сфере малого бизнеса, к здоровому образу жизни, в том числе с помощью средств массовой информации. В физической культуре таким явлением можно считать освоение ценностей и знаний, формирование мотивов и потребностей в физическом развитии, отражающие в себе здоровый образ жизни, сформированный собственной личной активностью. Утверждение такой позиции позволяет по-иному посмотреть на феномен физической культуры, способный выработать у людей, занимающимися своим бизнесом, устойчивые психологические установки и ценностные ориентации, позволяющие сохранять стойкое отрицательное отношение к наркомании и алкоголизму. Речь идет о создании массовой информационно-пропагандистской кампании, использующей широкий спектр разнообразных средств с целью формирования престижного имиджа спортивного стиля жизни, ценности собственного здоровья и здоровья окружающих. Нация, которая славится тягой к спорту – здорова и сильна, крепка духом и телом, ведь спорт – одновременно и искусство завоевывать победу и тяжкий труд.

Таким же важным фактором представляется развитие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта. Эта деятельность определяется как вид социального предпринимательства, подчеркивается, что в основе последнего лежит идея – достижение общественного благосостояния и устойчивых общественных преобразований через деятельность, позволяющую использовать энергию предпринимательства, как основную преобразующую силу не только в социальной, но и спортивной сфере.

В предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта может работать далеко не каждый менеджер, так как требуется своя специфика. Нужны определенные знания и навыки, как в предпринимательской деятельности, так и в спортивной сфере. Необходимы не только экономические знания, но и знания анатомии, физиологии, надо успешно разбираться в спортивном рациональном питании, спортивной медицине. Так же необходимы знания в психологии и педагогике спорта, спортивного менеджмента и нормативно-правовой базе в области спорта. Именно такие знания и умения могут помочь спортивному предпринимателю достичь высоких результатов в своей работе.

Изучение проблем предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта находятся на пересечении различных специальных дисциплин, включая спортивное право, экономику и социологию физической культуры и спорта. В литературе предпринимательство (предпринимательская деятельность) определяется как «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в качестве предпринимателей в установленном законом порядке» [1, с.128].

Новые экономические условия хозяйствования в спорте в Республике Беларусь предоставляют субъектам спортивной отрасли право на самостоятельную хозяйственную и предпринимательскую деятельность и на привлечение дополнительных финансовых средств из различных источников. В спортивном бизнесе происходит процесс формирования качественно новой модели хозяйственной деятельности по организации и предоставлению физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг. Прежняя практика организации, основанная на государственном (ведомственном) финансировании перестала соответствовать

изменившимся экономико-правовым отношениям. Данные обстоятельства позволяют сделать вывод, что в таких условиях возрастает роль негосударственного сектора экономики.

В научной литературе факторы, определяющие тенденции развития предпринимательства в сфере физической культуры и спорта как вида социального предпринимательства, разделяют на группы - негативные и положительные. В совокупности положительных факторов выделяются финансово-экономические, маркетинговые, социально-психологические и политико-институциональные. Что касается негативных факторов, то они оказывают двойственное влияние на развитие предпринимательской деятельности (бизнеса) в сфере физической культуры и спорта. С одной стороны, негативные факторы стимулирует развитие спортивного бизнеса, с другой - являются препятствием для его успешного функционирования и развития.

В социальном контексте физической культуры и спорта предпринимательская деятельность отражает интересы основных групп-участников экономических отношений: предпринимателей, потребителей (включая профессиональных спортсменов), наемных работников, местного сообщества и государственных структур. Данный вид деятельности имеет исключительно важное значение для социального развития общества.

Литература

1. Перфильева, И.В. Современные тенденции развития образования и их воздействие на состояние человеческих ресурсов / И.В. Перфильева, Е.Ю. Чернявская // Физическое воспитание и спортивная тренировка. – 2014. – №3(9). – С.127-132.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ОЦЕНКА ВКЛАДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ЕЕ РЕАЛИЗАЦИЮ

Иванов Г.В., к.э.н.

Центр мировой экономики ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси»

Внешнеэкономическая политика Республики Беларусь изложена в ряде программ, стратегий и иных документах нормативного правового характера, включая Национальную стратегию устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года; Государственную программу социально-экономического развития страны на 2016 – 2020 годы; Национальную программу поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы, утвержденную постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 августа 2016 г. № 604; Национальную стратегию устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, одобренную Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протокол от 2 мая 2017 г. №10). В перечисленных программах и стратегиях детальным образом изложена внешнеэкономическая политика Республики Беларусь в условиях глобализации и региональной интеграции.

Многовекторность внешнеэкономической деятельности Беларуси предопределена целями и задачами Национальной программы поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016-2020 годы (далее – Национальная программа), утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 августа 2016 г. № 604. Данная Национальная программа разработана в рамках реализации приоритета социально-экономического развития республики «Экспорт», а также учета особенностей конъюнктуры международной торговли и новых тенденций в сфере глобализации и региональной интеграции.

Цель Национальной программы – совершенствование системы государственной поддержки экспорта как важного элемента развития внешнеэкономических отношений,

направленных на снижение до минимума внешнеэкономических угроз, на основе эффективного участия в международном разделении труда, использования конкурентных преимуществ страны, применения механизмов международных интеграционных объединений и снижения зависимости от традиционных экспортных позиций и рынков за счет диверсификации товарной номенклатуры.

Решение задач Национальной программы в рамках реализации запланированных мероприятий по минимизации зависимости белорусской экономики от влияния внешнеэкономической конъюнктуры позволят обеспечить рост экспорта услуг, реализацию потенциала действующих и развитие новых производств с высокой добавленной стоимостью, повышение удельного веса в экспорте инновационных товаров и продукции, произведенной из местных ресурсов.

Основные задачи Национальной программы:

- диверсификация торгово-экономических связей с различными странами и регионами при сохранении и усилении позиций на традиционных рынках;
- оптимизация законодательства в сфере поддержки экспорта с учетом мировой практики и функционирования белорусской модели экономики;
- совершенствование подходов к работе с малым и средним предпринимательством по экспортной тематике;
- стимулирование производителей товаров и услуг к расширению товарной номенклатуры и видов оказываемых услуг;
- формирование условий для стимулирования несырьевого, высокотехнологического, инновационного экспорта товаров и услуг;
- продолжение экономической интеграции в рамках ЕАЭС, предусматривающее снятие барьеров, ограничений и изъятий в торговле отдельными видами товаров и оказании отдельных видов услуг, в первую очередь в отношении энергоносителей, продукции сборочных производств, либерализации автомобильных перевозок и других чувствительных позиций;
- развитие сотрудничества с региональными объединениями, международными экономическими организациями, отмена санкций ЕС и США в отношении белорусских организаций и недопущение их расширительного толкования;
- продвижение «экспортной культуры» в виде закрепления в массовом сознании значимости экспорта для развития страны и общества и повышения его приоритетности.

В результате реализации Национальной программы планируется к 2020 году нарастить экспорт товаров и услуг в 1,21–1,25 раза, добиться роста удельного веса экспорта товаров на новые перспективные рынки в общем объеме экспорта товаров до 10% в 2020 году, обеспечить рост удельного веса экспорта услуг в общем объеме экспорта товаров до 25% в 2020 году и рост товарной диверсификации.

Реализацией внешнеэкономической политики Республики Беларусь осуществляется наряду с организациями государственной и с долей государственной собственности также и субъектами крупного, среднего и малого предпринимательства.

В 2017 г. субъектами малого предпринимательства экспортировано продукции на сумму 11 782,5 млн. долл. США (98,1% к уровню 2014 г.), что составляет 40,3% от общего объема экспорта по республике (табл. 1). С 2014 по 2017 год доля субъектов малого предпринимательства в общем объеме экспорта возросла 7,3 процентных пункта, что свидетельствует об их ориентации на внешние рынки сбыта своей продукции.

Табл. 1. Внешняя торговля товарами по субъектам крупного, среднего и малого предпринимательства, млн долл. США

	Годы			
	2014	2015	2016	2017
Экспорт товаров по республике, всего	36 080,5	26 660,4	23 537,3	29 267,1
Импорт товаров по республике, всего	40 502,4	30 291,5	27 609,9	34 230,7
Сальдо по экспорту-импорту товаров , всего	- 4421,9	- 3631,1	- 4072,6	- 4963,6
<i>Субъекты малого предпринимательства, всего</i>				
экспорт	12 015,1	11 142,2	8 929,7	11 782,5
доля в общем объеме экспорта, в процентах	33,0	41,8	38,1	40,3
импорт	12 163,1	8 378,6	8 709,0	11 828,8
доля в общем объеме импорта, в процентах	29,8	27,6	31,6	34,6
в том числе				
<i>малые организации</i>				
экспорт	9 004,1	9 933,7	7 824,4	9 636,7
доля в общем объеме экспорта, в процентах	24,7	37,2	33,4	33,0
импорт	7 446,8	4 659,0	4 723,0	7 229,1
доля в общем объеме импорта, в процентах	18,3	15,4	17,1	21,1
<i>микроорганизации</i>				
экспорт	2 880,2	1 126,8	1 049,5	2 050,8
доля в общем объеме экспорта, в процентах	7,9	4,2	4,5	7,0
импорт	4 250,1	3 418,7	3 552,5	4 170,0
доля в общем объеме импорта, в процентах	10,4	11,3	12,9	12,2
<i>индивидуальные предприниматели</i>				
экспорт	130,8	81,7	55,9	94,9
доля в общем объеме экспорта, в процентах	0,4	0,3	0,2	0,3
импорт	466,3	301,0	433,4	429,8
доля в общем объеме импорта, в процентах	1,1	1,0	1,6	1,3

«Дорожная карта» Национальной программы является инструментом мониторинга и контроля за ходом достижения цели и выполнения задач Национальной программы.

Для выполнения поставленных Национальной программой цели и задач, а также достижения установленных целевых показателей определены шесть приоритетов поддержки и развития экспорта:

1. «Оптимизация национальной системы поддержки и развития экспорта» (предусматривает, в частности, пересмотр имеющихся и разработку новых нормативных правовых актов, регулирующих вопросы поддержки экспорта);

2. «Занятие новых ниш на перспективных рынках, сохранение существующих и поиск дополнительных ниш, усиление позиций на традиционных рынках» (включает реализацию совместных экономических программ и проектов в рамках Союзного государства, Стратегии экономического развития СНГ на период до 2020 года);

3. «Увеличение экспортного потенциала в сфере услуг» (планируется продвигать услуги Беларуси за границу, шире рекламировать белорусскую медицину, оптимизировать количество роуминговых партнеров, маршруты и условия пропуска международного телефонного трафика);

4. «Развитие экономической интеграции в рамках ЕАЭС» (в частности, запланировано снятие барьеров, ограничений и изъятий в торговле (в первую очередь в отношении энергоносителей, продукции сборочных производств и других чувствительных позиций), участие белорусских производителей в процедурах государственных закупок в рамках ЕАЭС);

5. «Повышение привлекательности работы субъектов хозяйствования на экспортном направлении, развитие экспортного потенциала малого и среднего предпринимательства» (рассмотрение вопроса о применении инструментов компенсации производителю затрат на сертификацию новой продукции на зарубежных рынках, расширена практика использования надбавок и скидок в качестве стимулирования для выпуска новых товаров и услуг, продукции высокого качества и систематического обновления ее ассортимента, оптимизированы сети инкубаторов малого бизнеса для создания инновационных экспортоориентированных производств и выпуска конкурентоспособных товаров и услуг на зарубежных рынках);

6. «Развитие инновационного экспорта посредством увеличения экспорта наукоемкой продукции и технологий» (включает переговоры с ВТО об условиях членства Беларуси в организации, проработку вопроса о продлении срока действия специального правового режима в Парке высоких технологий, развитие экспортоориентированной ИТ-индустрии и другие мероприятия).

Выполнение мероприятий «дорожной карты» будет способствовать увеличению объемов экспорта современных материалов и готовых изделий с улучшенными свойствами, развитию экспорта технически и технологически сложной продукции.

Вклад предпринимательских структур в реализацию внешнеэкономической политики Республики Беларусь будет постоянно возрастать с преобладанием экспортоориентированной продукции с высокой добавленной стоимостью.

Литература

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/) – Дата доступа: 27.03.2019.

2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: kecon.bspu.by/adminpanel/vendor/kcfinder/upload/files/НСУР-2030.docx, – Дата доступа: 7.04.2019.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРОМЫШЛЕННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Изакова Н.Б., ст. преподаватель

Капустина Л.М., зав. кафедрой, д.э.н., профессор

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия

К категории субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации относят предприятия, соответствующие условиям, установленным федеральным законодательством. Среднесписочная численность работников для малых предприятий – до 100 чел.; предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, составляют 800 млн р. [3].

Правительством Российской Федерации в качестве ключевого ориентира, обеспечивающего создание адаптивной экономики, определено развитие сферы малого и среднего предпринимательства (МСП) и увеличение доли промышленности в обороте сектора МСП с 9% до 20 % [4]. Развитие малого бизнеса, как показывает опыт разных стран, оказывает положительное влияние на рост экономики: развивается конкурентная среда, растет потребительский сектор, создаются новые рабочие места. Отраслевая структура малого бизнеса в России характеризуется доминированием предприятий оптовой и розничной торговли, которые составляют 37,3 % от общего количества субъектов малого бизнеса Российской Федерации по видам экономической деятельности; 21,7 % представляют предприятия, осуществляющие операции с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг; 12,1 % – строительство; 8,9 % – обрабатывающие производства; 7,8 % – транспорт и связь; 2,4 % – сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство, рыбоводство; 1 % – добыча полезных ископаемых; 8,8 % – другие виды деятельности [2, с. 25]. Для реализации потенциала развития малого предпринимательства необходимы изменение его отраслевой структуры, активизация роста малых промышленных предприятий.

Количество малых предприятий в РФ в 2018 г. уменьшилось по сравнению с 2017 г. на 4,83 % (на 12 818 ед.), а число работников, занятых на малых предприятиях, сократилось на 6,7 % [1]. Также усилился переход среднего бизнеса в малый, малого – в микробизнес.

Анализ внешней среды российских малых промышленных предприятий демонстрирует большое количество негативных факторов, влияющих на их деятельность. Начиная с 2015 г. объемы финансирования помощи малому бизнесу от государства уменьшились с 17,5 млрд до 10,7 млрд р. в 2016 г., до 7,5 млрд р. в 2017 г., в 2018 г. произошло очерченное снижение до 5 млрд р. Количество вновь созданных рабочих мест в секторе малого и среднего предпринимательства сократилось до 25 000 в 2017 г. с 108 000 в 2014 г. [1].

Также не достигнута цель по увеличению долгосрочного кредитования малого предпринимательства: в 2015–2017 гг. доля кредитов малому бизнесу, обеспеченных гарантиями в рамках Национальной гарантийной системы, снизилась и на январь 2018 г. составила лишь 4,8 % [2]. В действиях государства по предоставлению помощи малым предприятиям нет четкой системы: одни льготы быстро отменяются, взамен предоставляются другие, зачастую ухудшая положение предприятий; нет открытой и понятной информационной системы о возможностях и путях получения льгот; отсутствует единая система мониторинга результативности предоставленной финансовой помощи малому бизнесу. Представители малого промышленного бизнеса отмечают, что рост производства ограничивает недостаточный спрос на продукцию на внутреннем и внешнем рынках, недостаток технологических и финансовых ресурсов, высокий процент закредитованности, недостаток квалифицированных рабочих, конкурирующий импорт, высокий уровень налогообложения, несовершенство нормативно-правовой базы [2, с. 25]. Проведение тендеров на распределение работ по государственным заказам, а также в строительной, металлургической, машиностроительной и других отраслях предполагает соблюдение большого количества требований для аккредитации участников в тендерных сделках, которые не всегда выполнимы для малых предприятий.

Большой рыночной силой обладают крупные поставщики, которые не готовы адаптироваться к условиям работы с представителями малого промышленного бизнеса; они требуют больших объемов поставок, диктуют собственные условия оплаты и сроки поставок, условия хранения и транспортировки. Компания-производитель в такой ситуации берет на себя всю ответственность перед потребителем за те аспекты его деятельности, на которые влияет поставщик, и пытается урегулировать все вопросы собственными силами, принимая большую часть рисков. В связи со значительной зависимостью от крупных ключевых клиентов они могут сознательно идти на уменьшение прибыли ради сохранения таких

потребителей и загрузки производства и сотрудников. В условиях активного развития новых технологий, знаний, инноваций наметилась тенденция к сокращению жизненного цикла промышленной продукции, что требует регулярных вложений в исследовательскую деятельность и совершенствование технологических процессов. При ограниченных финансовых ресурсах, изношенности и отсутствии современного оборудования малые предприятия уступают свои позиции в данном вопросе крупному промышленному бизнесу и конкурирующему импорту.

Проблемы малого бизнеса связаны также с отсутствием достаточных маркетинговых инструментов, ярко выраженная особенность деятельности субъектов малого бизнеса требует значительного переосмысления, дополнения и уточнения положений классического маркетинга, их адаптации применительно к сфере малого предпринимательства [6]. Особенности маркетинговой деятельности малых промышленных предприятий заключаются в высокой роли личных взаимоотношений, преобладании неформального стиля управления, включении в маркетинговую деятельность всех сотрудников компании. В результате постоянных, повторяющихся контактов с ограниченной группой ключевых бизнес-потребителей малые предприятия на промышленных рынках переходят от разовых транзакций к долгосрочным взаимовыгодным отношениям с ними. Это дает возможность совместными усилиями создавать ценность, которую хотели бы получить потребители, и повысить их удовлетворенность.

Маркетинг на промышленном рынке в России имеет ряд отличий от мировой практики: низкий уровень интеграции российской экономики в мировую, ориентация на внутренний рынок, импортозамещение, значительные расстояния между субъектами экономической деятельности, низкая обеспеченность техническими материалами, узкая специализация производства. В данных условиях задача малых промышленных предприятий – увидеть особенности рынка, предложить продукцию, адаптированную к этим особенностям, и суметь доказать покупателям ценность данной продукции [5].

С целью обеспечения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности малых промышленных предприятий со стороны государства считаем важным:

обеспечить доступность для данного типа предприятий финансовых, информационных и технологических ресурсов;

способствовать продвижению товаров российских производителей на территории регионов, областей, где они производятся;

снизить административные ограничения в регионах действия малых промышленных предприятий;

сдерживать повышение стоимости энергоносителей;

стимулировать инвестиционную активность предпринимателей сферы малого промышленного производства.

В условиях низкой эффективности государственной поддержки малым промышленным предприятиям необходимо развивать маркетинговое управление, ориентированное на поддержание долгосрочных взаимовыгодных отношений с партнерами, формировать систему управления маркетингом на основе концепции маркетинга взаимоотношений, основная идея которой состоит в том, что долговременные взаимоотношения с потребителями представляют собой один из ключевых ресурсов, приносящих прибыль в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Единый реестр малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] / Федеральная налоговая служба. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html>.

2. Малое и среднее предпринимательство в России, 2017: стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 78 с

3. О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства: постановление Правительства РФ от 4 апреля 2016 г. № 265.

4. О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по ее реализации: распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р.

5. Пичурин И.И. Особенности промышленного маркетинга в России на этапе импортозамещения / И. И. Пичурин. Екатеринбург: Из-во УМЦ УПИ, 2015. – 182 с.

6. Сидорчук, Р.Р. Анализ маркетинга субъектов малого бизнеса на стадии жизненного цикла «рост» / Р.Р. Сидорчук // Предпринимательство. – 2012. – № 2. С. 64-69.

ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Киреенко Е.Г., к.э.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Происходящие глобализационные процессы в экономике способствуют возрастанию целостности мира на базе увеличивающейся интеграции политических, экономических, социальных сторон жизни и деятельности населения. Вместе с тем, как отмечают специалисты, имеется ситуация неопределенности – на фоне существенного динамизма трансформационных изменений, все еще остаются, а порой и углубляются проблемы, приводящие к снижению стабильности и возможностей устойчивого развития.

Вызовы устойчивого развития вынесены на повестку мировой политики, однако решение – ответы на вызовы, думается, находятся в поле действий региональных и национальных политик: универсальное международное должно взаимокоррелироваться с сингулярным (отдельным) национальным. Фактически все универсальные характеристики устойчивости развития должны участвовать в формировании национального универсума. При этом известно, что устойчивое развитие страны (региона) может быть обеспечено только при условии научно обоснованной системной интеграции взаимосвязанных ресурсов природного, физического и социального капиталов.

Как показывает мировая практика характерными чертами современного этапа развития мировой экономики являются:

глобализация процессов производства и сбыта;

высокие темпы технологического развития и модернизации;

резкое увеличение в структуре мирового ВВП доли высокотехнологичной продукции;

сокращение жизненного цикла товаров и услуг, увеличение степени их диверсификации;

повышение значимости нематериального производства, «креативного капитала» и «экономики знаний» в обеспечении стабильного поступательного развития;

ограниченность материальных ресурсов и повышение требований к экологичности и безопасности производства и продукции;

повышение требований к качеству товаров и услуг, введение в практику единых международных стандартов качества.

В этих условиях субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП), являясь по определению более мобильными и гибкими, способны быстрее реагировать на постоянно изменяющуюся рыночную конъюнктуру, обеспечивают более высокую эффективность деятельности. Именно они становятся локомотивом инноваций, обеспечивают быструю генерацию новых рабочих мест и самозанятость населения при относительном сокращении занятости в традиционных областях.

Заполняя вакуум между громоздкими гигантами, малые и средние предприятия в некотором смысле цементируют экономику, используют пустующие рыночные ниши и стимулируют деятельность крупных корпораций. С этих позиций на предприятия малого и среднего бизнеса возложены вполне определенные функции:

роль фундамента рыночной экономики, связывающей воедино все ее звенья;
поддержание конкуренции, что обеспечивается их многочисленностью, гибкостью, большей свободой ценовой политики;

ускоряют заполнение товарного рынка требующимися потребителям товарами и внедрение несложных научно-технических достижений.

Поскольку любая экономическая система не идеальна и на практике приходится иметь дело с несовершенной конкуренцией, крупные компании стремятся монополизировать свою деятельность, установить контроль над рынком. В этих условиях существование небольших предприятий ставится под угрозу.

Однако следует учесть, что обоснованность деятельности малого и среднего бизнеса и их выживаемость в условиях рынка обуславливается следующим. Крупным корпорациям часто бывает невыгодно разорять малые предприятия, так как они зачастую не представляют прямой опасности для их функционирования.

Нередко поглощение мелких фирм оказывается менее выгодным, чем деловое сотрудничество или даже помощь, так как МСП в ряде случаев являются поставщиками сырья, товаров и услуг более крупных организаций. Помимо этого существует различие в сферах деятельности мелких и крупных фирм. Например, малые предприятия предпочтительнее в сфере инновационных технологий, освоения принципиально новых товаров и услуг, то есть в случаях, когда направление деятельности

сопровождается серьезным риском. Немногие крупные корпорации готовы рисковать вложениями в “не обкатанные” товары или услуги. Абсолютное господство имеют малые и средние предприятия в тех ситуациях, в которых отсутствует необходимость в массовом производстве. Разделение труда между крупными и мелкими хозяйствующими субъектами позволяет повысить совокупную рентабельность производства и тех, и других. Кооперирование малого и среднего бизнеса с крупным создает для первых устойчивый рынок сбыта, охраняет от неожиданной конкуренции, позволяет специализировать деятельность внутри фирмы. С другой стороны, большие корпорации освобождают себя от ряда затратных функций, так как получают необходимые услуги (элементы) от малых предприятий.

Для решения вышеупомянутых производственно-технических задач малый и средний бизнес имеет ряд преимуществ по сравнению с крупным производством.

К таким достоинствам малых и средних предприятий следует отнести:

малые и средние предприятия лучше знают уровень спроса на локальных рынках;

ориентация производителей преимущественно на региональный рынок идеально приспособлена для изучения пожеланий, предпочтений, обычаев, привычек и других характеристик местного рынка;

мобильность при выполнении работ, связанных с внедрением новой техники, изобретений;

требуют меньше капиталовложений, у них меньшие сроки строительства, небольшие размеры, им быстрее и дешевле перевооружаться, внедрять новую технологию и автоматизацию производства, достигать оптимального сочетания машинного и ручного труда;

имеют сравнительно более низкие издержки управления, обусловленные отсутствием лишнего бюрократического аппарата и, соответственно, высокая гибкость и оперативность решений в управлении предприятиями, что повышает производительность труда (особенно на микропредприятиях, где численность работников менее 10 человек).

Кроме указанных достоинств развитие сферы малого и среднего предпринимательства способствует решению многих социально-экономических проблем – создание среднего класса, снижение безработицы, формирование рациональной структуры экономики, рост доходной части бюджетов всех уровней и др.

Мировая практика доказала, что чем больше сектор гибких и подвижных малых предприятий, и чем выше количество занятых в малом и среднем бизнесе, тем выше стабильность и устойчивость экономики.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕМЕСЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кирейчук Ю.Н., бакалавр

Вильнюсский колледж бизнеса, Литовская Республика

В настоящее время в мире наблюдается повышение интереса к народному творчеству, отражающему жизнь, культуру и самобытность народа. Вот уже несколько столетий народные промыслы нашей страны привлекают внимание как иностранных, так и отечественных туристов. Эта форма народного творчества имеет многовековую историю развития.

Изделия народных промыслов сочетают в себе неповторимость нашей культуры, передают национальный колорит Беларуси. Это и роспись, и изделия из ткани, металла, соломы. Продукция промыслов находит применение во многих учреждениях культуры, частных коллекциях, на выставках-ярмарках, используется в оформлении интерьеров. В настоящее время промыслы являются одновременно и сферой народного творчества, и частью промышленного производства. Народные промыслы сегодня – это не только музеефицированные памятники культуры, но и активная часть жизнедеятельности населения. Этот фактор является одним из основных, привлекающий туристов. И как следствие, во всем мире, и в Республике Беларусь в частности, усиливается интерес к такому виду развлекательно-познавательного туризма, как ремесленный туризм.

Согласно мнению исследователей, ремесленный туризм – это специализированный программный туризм, ориентированный на изучение народных промыслов и ремесел, ознакомление и возрождение старинных технологий и художественных традиций народного искусства [2, с. 17].

Основываясь на данном определении, и, проанализировав мировой опыт развития ремесленного туризма, ремесленный туризм можно определить как вид познавательно-событийного, развлекательного туризма, основанный на изучении народных промыслов и ремесел в местах их возникновения с целью изучения, возрождения и популяризации ремесленного дела.

Ремесло – одна из наиболее древних форм производственной деятельности. Оно прошло длительный исторический путь развития и выразилось в следующих формах:

- 1) домашнее ремесло, осуществляемое в условиях натурального хозяйства (промышленность, производство несельскохозяйственной продукции);
- 2) ремесло на заказ, осуществляемое в условиях разложения натурального хозяйства (кустарная промышленность – мелкосерийное производство изделий с применением ручного труда);
- 3) ремесло на рынок, появляющееся с развитием городов, как ремесленно-торговых центров [1, с. 19].

Основной задачей ремесленного туризма является формирование туристического представления об уникальности и многообразии страны как в местном культурном пространстве, так и за его пределами.

Ремесло имеет очень богатую историю. Его корни лежат в народных промыслах. Ремесла появлялись для создания продукта, удовлетворяющего людские потребности. Понятия «ремесло» и «промысел» являются синонимами, но в то же время имеют некоторые отличия. Так, промысел определяется как совокупность действий, целью которых является достижение определенного результата (получение прибыли) [3].

Промыслом обычно называют занятие, с целью получения выгоды, каким-либо делом в объеме, который может обеспечить, полностью или частично, доход, необходимый для жизни занимающегося промыслом и его семьи. Промыслы по характеру своей деятельности можно подразделить на те, в которых производится что-либо, и те, в которых добывается то, что создано природой. Производственные промыслы обыкновенно называются ремеслами, а вторые зовутся либо «добычей», либо в каждом конкретном случае имеют свое специфическое название.

Существует разделение на женские (рукоделие) и мужские ремесла (работа по металлу, дереву, сапожное ремесло). Первоначально ремесло рассматривалось как способ обеспечить себя и свою семью, но вскоре оно превратилось в своего рода хобби, без извлечения какой-либо материальной выгоды. Также ремесло – это неавтоматизированное производство, где используются лишь самые простые инструменты. Здесь огромное значение имеет мастерство человека, его опыт. В любом ремесле есть доля творчества.

Неразрывно с понятием ремесла существует понятие ремесленной деятельности. Под ремесленной деятельностью понимается деятельность физических лиц по изготовлению и реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг с применением ручного труда и инструмента, в том числе электрического, осуществляемая самостоятельно, без привлечения других лиц по трудовым и гражданско-правовым договорам, направленная на удовлетворение бытовых потребностей граждан и туристов [1, с. 5].

Организационно-правовыми формами ремесленной деятельности являются:

1. индивидуальное предпринимательство;

2. коллективные формы осуществления ремесленной деятельности. К таким формам деятельности относятся:

юридические лица в форме товарищества либо производственного кооператива;

объединения ремесленников без образования юридического лица путем заключения коллективного договора, действующие как ремесленные бригады [2, с. 51].

Республика Беларусь, на наш взгляд, имеет большие перспективы для развития ремесленного туризма. Многонациональность и многоконфессиональность Беларуси определяет наличие на ее территории большого числа уникальных промыслов и ремесел. Это является значительным преимуществом нашей страны перед другими государствами. В одном регионе может проживать одновременно несколько народностей, что обеспечивает предельную концентрацию ремесел на достаточно ограниченной территории. А это, в свою очередь, удивительная возможность для туристов ознакомиться с несколькими видами ремесел в максимально короткие сроки.

На первоначальном этапе развития ремесленного туризма в РБ основным недостатком остается отсутствие информации о нем среди туристов. На туристском рынке недостаточно рекламы о культурном разнообразии большинства регионов Беларуси, что является основным тормозом в развитии этого вида туризма. Людям, интересующимся данным видом отдыха, предоставлен минимум информации. Как правило, это интернет-ресурсы. Еще одним негативно влияющим на развитие ремесленного туризма фактором является недостаточное развитие законодательной базы, регулирующей данное явление, поскольку гармоничное развитие ремесленного туризма возможно только на правовой основе.

Не менее важной проблемой является отсутствие экономической поддержки ремесленного туризма со стороны государства. До сих пор становление и развитие ремесленного туризма лежит на плечах самого ремесленника или союза ремесленников, а также лиц, заинтересованных в данном процессе. Разработка государственной программы,

направленной на развитие ремесленного туризма, возможно устранит проблему нехватки финансов.

Каждый регион нашей страны имеет свои особенности, историю развития, и почти в любом есть свое ремесло или промысел. А качественная программа информирования туристов поможет продвинуть ремесленный туризм не только внутри страны, но и за ее пределами.

Таким образом, в основе фольклорно-этнографического туризма лежит формирование туристических продуктов, которые используют ресурсы народной духовной и материальной культуры, и развитие туристической деятельности, способствующей созданию новых рабочих мест для местного населения, обеспечение широких возможностей для удовлетворения потребностей белорусских и иностранных граждан в туристических услугах, сохранение среды обитания, традиционного образа жизни и культурных ценностей населения.

Создание, развитие и эффективную эксплуатацию ресурсной базы фольклорно-этнографического туризма можно считать одной из важнейших практических задач в деле развития туризма в Республике Беларусь.

Литература

1. Водянова, И.Н. Новая ремесленная экономика как вид малого предпринимательства / И.Н. Водянова — М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2010. – 183 с.

2. Шестакова А.В. Ремесленный туризм / А.В. Шестакова – Ставрополь: Ставропольский государственный университет, 2008. – 174 с.

3. Универсальная энциклопедия [Электронный ресурс]: электронная энциклопедия. – Режим доступа: <http://unienc.ru/> (Дата обращения 28.04.2019.)

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

*Козловская З.Н., зав. кафедрой, к.т.н., доцент
УО ФПБ Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, направленная на смягчение или разрешение социальных проблем. Любое социальное предприятие должно соответствовать трем признакам, а именно:

1. Социальная задача стоит выше финансовой составляющей предприятия.
2. Предприятие стабильно – оно конкурентоспособно и окупаемо (доходы могут поступать как от продажи каких-либо товаров, либо услуг, а также от пожертвований и благотворителей).
3. Возможность копирования, то есть возможность решить сходную социальную проблему, исходя из приобретенного опыта [1].

Потенциал для развития в Беларуси социального предпринимательства очень большой. Это может быть социальная помощь, здравоохранение и социальная поддержка различных слоев населения, образование, охрана окружающей среды, повышение значения культурного наследия, социальный туризм, реабилитация и трудоустройство наркозависимых, бывших заключенных, обучение производству и трудоустройство людей с инвалидностью.

По данным Министерства труда и социальной защиты, граждане, нуждающиеся в особых мерах социальной защиты и не способные полноценно конкурировать на рынке труда, составляют около 20% от общей численности зарегистрированных безработных. Для них характерен более длительный период поиска работы и трудоустройства – в 1,5-2 раза

больше среднего. Несмотря на то, что за последние годы в Беларуси обеспечена адаптация к трудовой деятельности около 2,5 тыс. людей с инвалидностью и создано более 600 специальных рабочих мест, многие инвалиды до сих пор не имеют возможности трудоустройства. Особенно эта проблема актуальная для небольших городов. Международный опыт показывает, что активную роль в решении данной проблемы играют социальные предприятия. Но примеры таких предприятий в Беларуси единичны, а некоторые из них вынуждены закрываться в силу возникающих трудностей.

Среди белорусских предприятий, позиционирующих себя как социальные, 44 % оказывают услуги, 10 % занимаются торговлей, 46 % производят товары: шьют одежду и обувь, создают электро-бытовые товары, пластмассовые и металлические изделия, собирают мебель и создают сувениры – таковы данные исследования Офиса за демократическую Беларусь (ОДБ Брюссель) о деятельности социально-ориентированных предприятий [2].

Во всем мире социальное предпринимательство набирает обороты – каждое 11-ое новое предприятие в ЕС представляет собой социальное.

По данным Thomson Reuters Foundation, наибольшей поддержкой со стороны государства пользуются социальные предприниматели в Южной Корее. На втором месте по этому показателю Сингапур, на третьем – Франция. Проще всего для социальных предпринимателей привлечь сотрудников с необходимыми навыками в США, второе и третье места по этому критерию заняли соответственно Франция и Германия.

Основываясь на практике работы социальных предприятий во многих странах мира можно выделить следующие типы социальных предприятий:

1. Модель занятости: основная цель предприятия заключается в обеспечении трудоустройства незащищённых слоёв населения.

2. Модель доступной платы за обслуживание: основная цель предприятия – обслуживание социально незащищённых категорий граждан по ценам, ниже рыночных.

3. Модель субсидирующего сервиса: основная цель предприятия – бесплатное обслуживание социально незащищённых категорий граждан за счёт доходов, получаемых от продажи товаров (работ, услуг) на открытом рынке (например, бесплатные обеды для малоимущих предприятиями общественного питания).

4. Посредническая модель: основная цель предприятия – развитие местных сообществ и/или решение экологических проблем (например, развитие местных ремёсел за счёт организации продаж товаров ремесленников).

Можно выделить три принципиально разных подхода к развитию организационно-правовых форм социального предпринимательства, реализованных в разных странах.

Первый подход заключается в том, что социальные предприятия создаются в различных организационно-правовых формах и действуют на общих основаниях для данных правовых форм. Поддержка развитию социальных предприятий осуществляется частным образом.

Второй подход заключается в том, что социальные предприятия создаются в различных организационно-правовых формах, могут иметь статус и коммерческой, и некоммерческой организации, но при этом обязательным условием работы социального предприятия является наличие у него специального сертификата соответствия. Сертифицированные предприятия получают дополнительные налоговые льготы и другую поддержку от государства.

Третий подход заключается в том, что государство создаёт специальную организационно-правовую форму для социальных предприятий, имеющую благоприятные правовые условия для деятельности. Первой европейской страной, поддержавшей на государственном уровне социальное предпринимательство, стала Италия, утвердившая в 1991 году организационно-правовую форму социального кооператива.

В белорусском законодательстве пока отсутствует правовое определение терминов «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», «социальный предприниматель», «социальный инвестор».

Социальная сфера в нашей стране практически монополизирована государством, и преобладают в ней бюджетные организации, функционирующие по давно устоявшимся правилам, не приветствующим инновационный подход или смелые, креативные методы работы.

Число социальных компаний в Беларуси – около 200 организаций – пока не позволяет говорить о новой модели бизнеса как тенденции.

Но белорусские предприятия не всегда соответствуют критериям социального предпринимательства. Многие из них не выходят на самоокупаемость, а спонсируются общественными организациями или фондами, не используют инновации, позволяющие развиваться, некоторые являются социальными лишь декларативно [3].

Эксперты называют среди основных трудностей для создания социального предпринимательства то, что в Беларуси не сформирована благоприятная политика в отношении социального бизнеса.

В то же время, есть некоторые социально-значимые виды деятельности, которые имеют преференции. Например, от обложения налогом на прибыль освобождается прибыль организаций от изготовления протезно-ортопедических изделий, существует льготный режим налогообложения и кредитования оказания услуг в сфере агроэкотуризма, есть преференции для предприятий которые учреждаются людьми с инвалидностью или в которых люди с инвалидностью составляют более 50 процентов от списочной численности работников. Государство также осуществляет финансирование и компенсацию затрат на создание и сохранение рабочих мест для инвалидов, финансирует мероприятия по адаптации инвалидов к трудовой деятельности. Кроме этого, при осуществлении государственных закупок предприятия, в которых численность инвалидов составляет не менее 50 процентов от списочной численности работников, имеют конкурсные преимущества. Несмотря на эти меры поддержки занятости инвалидов, удельный вес работающих инвалидов в возрасте 18 лет и старше в общей численности инвалидов соответствующей возрастной группы составляет 16-17%. Государственные организации, оказывающие социальные услуги, оказывают данные услуги на возмездной и безвозмездной основе. За счёт бюджетного финансирования госучреждений, плата за социальные услуги, предоставляемые государственными учреждениями, в некоторых случаях устанавливается ниже её себестоимости, что делает данные услуги доступными для малоимущих и других лиц, попавших в трудную жизненную ситуацию. Некоммерческие организации Беларуси, зарегистрированные в форме фонда, религиозной организации или учреждения имеют право заниматься предпринимательской деятельностью. При этом предпринимательская деятельность некоммерческих организаций подлежит налогообложению в равной степени с коммерческими организациями.

В сложившихся условиях органам государственной власти Беларуси необходимо стимулировать, а на первых этапах реализации проектов еще и создавать «государственный заказ» на социально ориентированные проекты как основные источники преодоления разобщенности в белорусском обществе.

Таким образом, основными сдерживающими факторами развития социального предпринимательства в Беларуси являются следующие:

некоммерческие организации, которые согласно Гражданского Кодекса Республики Беларусь не имеют цели извлечения прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками, уплачивают налоги с предпринимательской деятельности так же, как и коммерческие организации;

общественным объединениям, которые объединяют и представляют интересы различных сообществ, в первую очередь уязвимых социальных групп, запрещено заниматься предпринимательской деятельностью от собственного лица;

в Беларуси отсутствует разветвлённая и устойчивая системы частной поддержки деятельности в социальных целях в виде благотворительных фондов и в целом отсутствуют благоприятные условия для благотворительной деятельности;

государство не поддерживает предприятия с социальными целями за исключением тех, что обеспечивают занятость инвалидов и оказывают услуги в сфере агроэкотуризма;

государственные социальные учреждения имеют доминирующее положение в сфере оказания социальных услуг и имеют конкурентное преимущество в виде бюджетного финансирования по отношению к социальным предприятиям, оказывающих социальные услуги [3].

Разработка и реализация социальных инновационных проектов и программ становится все более актуальной задачей в Беларуси. Для этого необходимо создать условия для развития социального предпринимательства.

В ближайшие годы можно ожидать расширения и изменения структуры видов экономической деятельности социальных предприятий в направлении роста объемов и увеличения числа оказываемых услуг, а также внедрения социальных инноваций, в том числе на основе использования новых информационных технологий. Развитие социального предпринимательства необходимо, поскольку оно способствует созданию более полной занятости, стимулированию малого и среднего предпринимательства, вовлечению молодежи и социально уязвимой части населения в сферу производства.

Литература

1. Ветрова, Е.А. Социальное предпринимательство как фактор развития общества / Е.А. Ветрова, М.И. Бородин // Социально-экономические явления и процессы Т. 11, № 12, 2016, стр.18-22

2. Волчкевич, Т.Я. Социальные инновации в Беларуси: от теории к практике / Т.Я. Волчкевич // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LXXII междунар. науч.-практ. конф. № 4(66). – Новосибирск: СибАК, 2017. – С. 17-21.

3. Правовое регулирование социального предпринимательства в Республике Беларусь и за рубежом. Сборник материалов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.actngo.info/>. – Дата доступа: 16.04.2019 г.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА, ТЕМПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ ДИНАМИКИ

Колупанович М.В., магистрант

*Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск*

В настоящее время малый бизнес занимает весомое место в процессе развития, как национальных экономик государств, так и мировой экономики в целом. Субъекты малого бизнеса (малого предпринимательства) становятся неотъемлемым звеном в структуре общественного воспроизводства, без которого невозможно обеспечить успешное социально-экономическое развитие страны и общества.

Изучением вопросов, связанных с развитием малого бизнеса, занимались многие различные ученые, такие как: А.А. Шулус, С.Н. Якунин, Д.Дж. Речмен, Дж. Стенуорт, Дж.В. Тилл, К. Ховард И. Шумпетер, А.А. Какотин, А.Б. Агеев, А.С. Виленский, В.К. Андреев, Г.В. Кузин, М.Г. Лапуста, А.А. Мухина, И.В. Сергеев, В.Н.Фролов, Л. Аллен,

С. Варналий, С. Мочерный, Ф. Нек и ряд других авторов, внесшие определенный вклад в теорию и практику становления и развития малого бизнеса.

Исходя из сложившегося опыта известно, что малый бизнес объективно существует и развивается как относительно самостоятельный сектор экономики, является подвижным и позволяет сглаживать негативные процессы в сфере занятости населения путем создания новых рабочих мест, обеспечивать социальную адаптацию высвобождающихся с крупных предприятий работников, формировать новые точки экономического роста и рыночные ниши. Кроме того, малый бизнес обеспечивает население доходами, а бюджет – налоговыми ресурсами, разрешает проблемы социальной стабильности в обществе.

Также значимость малого бизнеса заключается в формировании в структуре общества слоя, так называемых, мелких собственников, которые составляют значительную часть среднего класса любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа населения, учитывая стремительно изменяющиеся требования рынка, производит комплекс продуктов и услуг, тем самым обслуживая основную массу потребителей. Между тем, мелкие собственники самостоятельно обеспечивают собственное благосостояние и достойный уровень жизни; являются основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Занятие малым бизнесом является также и способом раскрытия и реализации внутреннего человеческого потенциала.

Рассматривая положительные эффекты от работы малого бизнеса, можно отметить, что доля занятых в малом бизнесе постоянно растет, при этом темп роста оказывается значительно больше, нежели в крупном бизнесе. В кризисные годы малый бизнес продолжает привлекать рабочую силу, и наибольший рост рабочих мест наблюдается в категории мелких и мельчайших предприятий, а также в группе «самостоятельно занятых». При падении объема материального производства, отрасли сферы услуг, более тесно связанные с платежеспособным спросом населения, мелкие предприятия продолжают развиваться. На наш взгляд, одной из положительных социальных функций малого бизнеса является функция профессиональной подготовки работников, которая заключается в том, что малый бизнес по мере своего развития создает необходимые условия для повышения квалификационного уровня, профессиональных знаний и навыков, развития творческой инициативы работников, что благоприятно влияет на формирование среднего класса.

История функционирования малого бизнеса в экономически развитых странах свидетельствует о необходимости и целесообразности его существования, развития и поддержки, а также об экономической и социальной значимости данного вида жизнедеятельности человека.

Исходя из общедоступных данных можно сказать, что вклад малого бизнеса в долю ВВП развитых стран достаточно велик. Так малым бизнесом в США создается около 62% ВВП, в Японии – 63%, в Великобритании – 53%, в Германии – 52%.

Между тем, согласно официальным статистическим данным вклад малого бизнеса в ВВП Республики Беларусь составляет около 18%. Из этого можно сделать вывод, что данная сфера недостаточно развита в нашей стране и требует к себе пристального внимания и поддержки со стороны государства, так как государство создает экономические «правила игры» и условия для развития бизнеса. Необходимо отметить, что малый бизнес имеет особый потенциал для того, чтобы стать драйвером роста национальной экономики и как вследствие гарантом успешного социально-экономического развития страны в целом.

Вместе с тем, в Республике Беларусь проделаны определенные шаги для создания благоприятствующих условий ведения бизнеса, к примеру, положительным шагом можно отметить принятие Декрета № 7 «О развитии предпринимательства» от 23 ноября 2017 года.

Однако, в тоже время, от государства требуются продолжение деятельности в процессе развития малого бизнеса и либерализации его деятельности, создания наиболее благоприятных условий для ведения малого бизнеса.

На наш взгляд, предлагается следующее видение алгоритма разрешения данной проблемы. Это сбор и анализ зарубежного опыта экономически развитых стран в создании условий для функционирования малого бизнеса, соединение в себе лучших принципов, методик и идей построения и функционирования данных условий, общественное обсуждение заинтересованными лицами полученной информации, её доработка и, с учётом ментальности белорусского народа, составление конкретного плана действий. После чего наступательно и решительно приступить к реализации данного плана действий в Республике Беларусь. Кроме того, отметим, что необходимо продолжать проведение диалогов в формате «бизнес-государство», потому что только во взаимовыгодном сотрудничестве можно достичь высоких результатов деятельности. Обратим внимание, что не стоит бояться принимать кардинально новые решения для привнесения новшеств в «жизнь» малого бизнеса. Кроме того, считаем, что условия ведения бизнеса в нашей стране должны быть максимально практичными, понятными, простыми и чёткими, чтобы каждый человек независимо от возраста, пола, жизненного опыта и пр. мог свой использовать и раскрывать свой внутренний потенциал, при этом принося обществу и государству колоссальную пользу.

В заключение отметим, что дальнейшее развитие малого бизнеса представляет стратегическую задачу экономической политики и является важным вектором для формирования рыночных отношений в Республике Беларусь.

Литература

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь, 2018 // Статистический сборник под редакцией И.В.Медведевой / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018, г. Минск – 196 с.

2. Развитие в Республике Беларусь предпринимательской инициативы и стимулирование деловой активности / электронный ресурс – режим доступа: www.giprosvjaz.by/ru/news/razvitiye-v-respublike-1397

3. Теоретико-правовые вопросы обеспечения экономической безопасности Республики Беларусь: тез. докл. респ. науч.-практ. конф. (г. Минск, 19 дек. 2017 г.) / учреждение образования «Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: А.А.Вишневский (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Академия МВД, 2017. – 243 с.

4. Химченко, А.Н. Малый бизнес в системе национальной экономики / А.Н. Химченко // Прометей: региональный сборник научных трудов по экономике / Донецкий экономико-гуманитарный институт; ИЭПИНАН Украины. – Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2003. – Вып. 11. – С. 238–245.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кравчук Е.А., ст. преподаватель

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Устойчивое социально-экономическое развитие страны во многом зависит от уровня активности малого и среднего предпринимательства (далее – МСП). Данный сектор экономики является достаточно мобильным и может сгладить негативные процессы в сфере занятости населения, обеспечить социальную адаптацию высвобождающихся с крупных предприятий работников, а также сформировать новые рыночные ниши и точки экономического роста. В соответствии с Законом Республики Беларусь от 1 июля 2010 года «О поддержке малого и среднего предпринимательства» МСП в нашей стране включает:

Субъекты малого предпринимательства:

индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;

микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно;

Субъекты среднего предпринимательства

зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

На 1 января 2018 года в Беларуси хозяйственную деятельность осуществляли 346 тыс. организаций малого и среднего предпринимательства, в том числе 96 тыс. микроорганизаций (87% от общего количества организаций малого и среднего предпринимательства), 12 тыс. малых организаций (11%) и 2 тыс. средних организаций (2%), а также 236 тыс. индивидуальных предпринимателей.

По данным Министерства по налогам и сборам, по состоянию на 1 января 2019 года в Республике Беларусь осуществляли деятельность уже более 348 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства. В их числе: почти 94 тыс. микроорганизаций, более 11 тыс. малых и более 2 тыс. средних организаций, а также свыше 241 тыс. индивидуальных предпринимателей.

Наиболее высокая доля субъектов МСП в бюджетных поступлениях регионов сложилась по итогам прошлого года в городе Минске (41,7%) и Минской области (39,4%). Более трети доходов бюджета обеспечил данный сектор в Брестской и Могилевской областях (32,1 и 32,8% соответственно), более четверти – в Витебской области (25,9%). Предприниматели Гродненщины и Гомельщины сформировали 16 - 18% бюджетных поступлений своих регионов.

Вклад субъектов МСП в общем объеме экспорта товаров выглядит следующим образом: январь-сентябрь 2018 года – 51,1%; январь-сентябрь 2017 года – 45,9%. Экспорт товаров за январь-сентябрь 2018 года – \$12,8 млрд. Прирост по сравнению с аналогичным периодом 2017 года – \$3 млрд. Удельный вес МСП в общем объеме экспорта услуг: январь-сентябрь 2018 года – 39,0%; январь-сентябрь 2017 года – 35,3%. Экспорт услуг за январь-сентябрь 2018 года составил \$2,3 млрд и по сравнению с аналогичным периодом 2017 года увеличился на \$491,8 млн.

Развитие индивидуального, малого и среднего предпринимательства в нашей стране является одним из национальных приоритетов экономики. Показатель численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства свидетельствует о важной роли предпринимательства Беларуси в решении проблемы занятости.

По итогам 2016 года численность занятых в микро-, малых и средних организациях, численность индивидуальных предпринимателей и привлекаемых ими наемных лиц составила 1 319,4 тыс. человек и увеличилась, по сравнению с 2015 годом, на 10,3 тыс. человек, или на 0,8% (2015год – 1309,1 тыс. человек).

В 2017 году средняя численность работников составила 1322,6 тыс. человек (30,4% к общереспубликанскому итогу), а среднемесячная заработная плата в секторе МСП – 816,8 рублей (в 2016 году она составляла 696,4 рубля).

В сфере малого и среднего предпринимательства в 2017 году наиболее распространенными были следующие виды экономической деятельности: оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов (37% от общего количества организаций и индивидуальных предпринимателей); обрабатывающая промышленность (13,3%), транспортная деятельность, складирование, и курьерская деятельность (10,6%); строительство (7,9%), профессиональная, научная и техническая деятельность (5,4%); операции с недвижимым имуществом (4,4%), предоставление прочих видов услуг (4,4%), прочие виды деятельности (17,0%).

Общий же вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП республики за 2017 год составил 24,7%, в том числе организациями малого бизнеса – 14,9%, организациями среднего бизнеса – 6,7%, индивидуальными предпринимателями – 3,1%.

Для сравнения, например, в России эта доля составляет около 21%, в Канаде – 27%, в Чехии – 35%, в США – 62%. Следовательно, на фоне даже развитых западноевропейских стран белорусский показатель выглядит благоприятно. Правительства многих стран делают ставку на малое и среднее предпринимательство. А в Республике Беларусь оно является перспективно развивающимся сектором экономики, вклад которого в развитие страны постоянно увеличивается. Этой тенденции способствует реализация мероприятий Государственной программы «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» и иных мер по созданию в государстве благоприятного делового климата и улучшению условий ведения бизнеса. Так, например, на период до 2030 года постановлением Совета Министров от 17 октября 2018 года №743 утверждена Стратегия развития малого и среднего предпринимательства "Беларусь – страна успешного предпринимательства". Цель стратегии – формирование динамично развивающегося сектора малого и среднего предпринимательства, способного существенно улучшить структуру белорусской экономики, повысить ее конкурентоспособность, обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения. Основные задачи – создание благоприятных административно-правовых и экономических условий, формирование системы мер для качественного развития бизнеса и создание эффективной специализированной структуры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Реализация стратегии планируется в два этапа: переходный этап – 2018-2020 годы (совершенствование институциональной базы и инфраструктуры), основной этап – 2021-2030 годы (создание и функционирование конкурентоспособного и адаптивного предпринимательского сектора национальной экономики). В результате реализации стратегии при согласованных действиях госорганов и бизнеса долю субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме валовой добавленной стоимости планируется довести к 2030 году до 50%.

В заключении можно сказать, что несмотря на то, что МСП сталкивается с целым спектром проблем, вызванных общей экономической нестабильностью, при правильном подходе к его регулированию предпринимательство может стать движущим фактором не только разумной стабилизации, но и обеспечить, в перспективе, устойчивое национальное экономическое развитие.

Литература

1. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/> – Дата доступа: 12.04.2019
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 12.04.2019.
3. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belta.by/>. – Дата доступа: 13.04.2019.

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РАСКРЫТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Кулиш И.М., к.гос.упр., с.н.с.

*ГУ «Институт региональных исследований им. М.И. Долишнього НАН Украины»,
г. Львов, Украина*

Академическое предпринимательство (далее – АП) – термин, означающий вовлечение академического сообщества, в т.ч. студентов, выпускников, аспирантов и научных работников в бизнес (разработки Академии Наук не подразумеваются, поскольку данная

структура перешла из СССР, когда научно-исследовательские учреждения и высшие учебные заведения практически не контактировали в исследовательском плане).

АП, воплощенное в виде разнообразных структур, как то: бизнес-инкубаторов, инновационных центров, предпринимательских центров, технопарков и т.п., не только дает возможность внедрения научных достижений, но и существенно повышает шанс населенного пункта, региона, в котором оно осуществляется, реализовать свой потенциал.

Во времена СССР тоже существовало академическое предпринимательство, но оно имело специфическую форму. «Положение о научно-исследовательской работе студентов» было утверждено приказом Минвуза СССР от 07.02.1974 № 124, в нем говорилось, что одной из главных задач научно-исследовательской работы (далее – НИРС) студентов является содействие успешному решению актуальных научных и технических задач народного хозяйства страны. НИРС имела несколько форм и осуществлялась «на общественных началах». При этом ректор имел право зачислять некоторых студентов на работу с оплатой труда в установленном порядке. НИРС, как правило, была далека от научных исследований и проектно-конструкторских работ, поэтому ощутимых результатов не давала.

Со временем в Украине термин «народное хозяйство», который прочно ассоциировался с советской идеологией, почти вышел из употребления и на смену ему пришел термин «экономика», соответственно изменились и задачи, которые ставятся перед НИРС.

В развитых индустриальных странах АП тесно сплетено с рынком, т.е. ориентировано на получение прибыли. Форма академического предпринимательства в Украине несколько иная, в его основе лежит постсоветская НИРС со всеми ее недостатками. Поэтому связь между научно-исследовательскими учреждениями и предприятиями не достаточно прочная. Основными причинами являются отсутствие отработанных механизмов взаимодействия и финансирование.

По-другому формируется АП, например, в Великобритании, где создаются специальные агентства при высших учебных заведениях, которые ищут заказчиков объектов интеллектуальной собственности, устанавливают юридические отношения с их потребителями, что существенно уменьшает время внедрения и передачи знаний обществу [1, с. 85].

Сегодня АП имеет три основные формы [2, р. 3]:

научно-исследовательская деятельность, ориентированная на доход (максимизирующая прибыль), но связанная с определенным риском;

основанный на технологиях и знаниях малый и средний бизнес, выполняющий стабилизирующую роль для академического учреждения при котором он локализован [3, р. 168];

малые фирмы, созданные учеными-исследователями в соответствии с их знаниями и опытом, эти фирмы очень различаются по типу деятельности и территориальной локализации.

Для более точного определения степени влияния академического предпринимательства на потенциал региона, необходимо рассмотреть окружение, в котором он реализовывается, т.е. учесть множество факторов влияющих на данный процесс.

Модель зависимости раскрытия потенциала региона от уровня развития академического предпринимательства предложенная Р. Дроздовским представлена на рисунке 1 [4, с. 7].

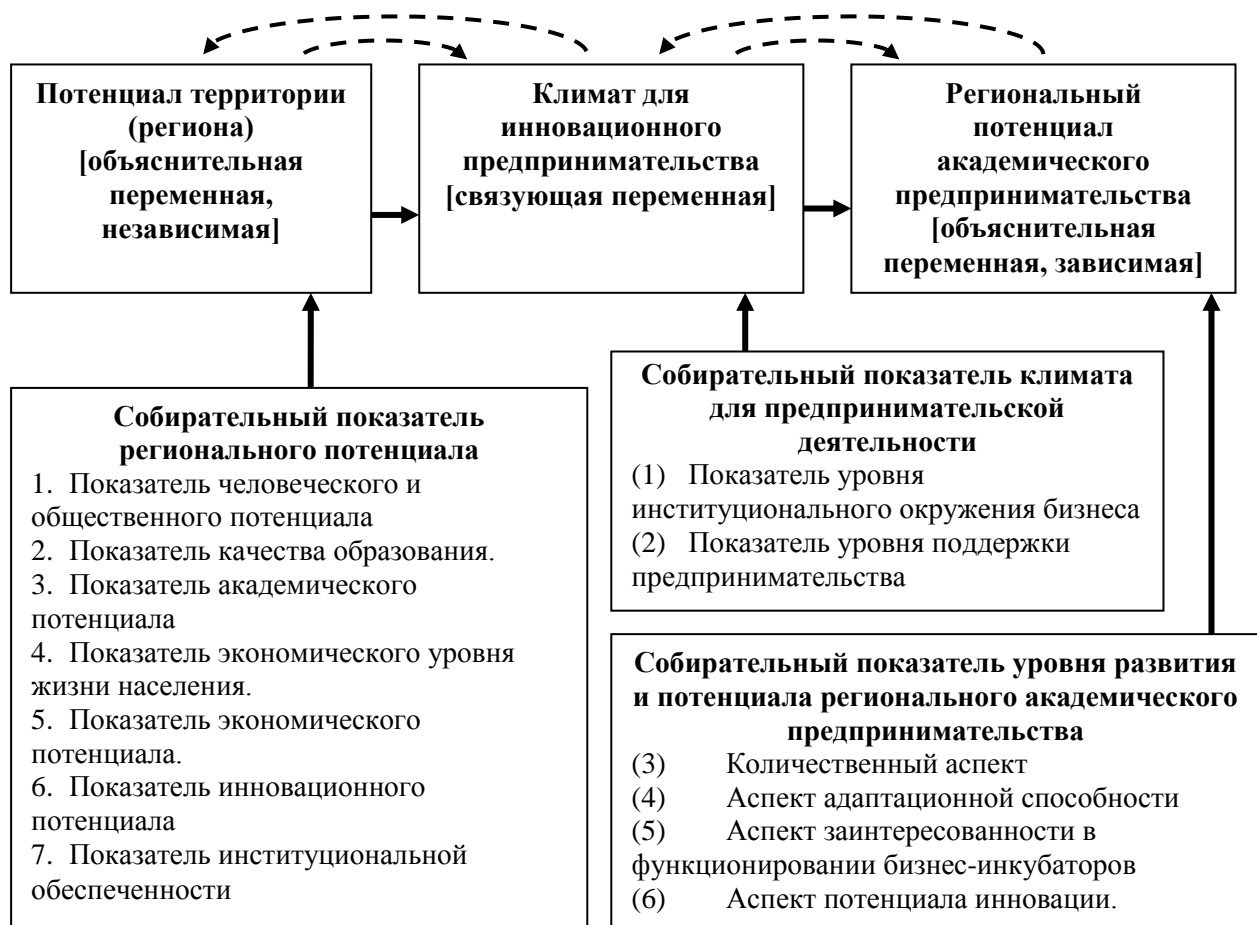


Рис. 1. Модель зависимости раскрытия потенциала региона от уровня развития академического предпринимательства

По нашему мнению, в данную модель необходимо внести некоторые изменения, во-первых, добавить нормативно-правовой показатель. Именно от законодательной базы напрямую зависит возможность функционирования институционального окружения бизнеса. Еще одним необходимым показателем является показатель экологического состояния региона. Поэтому в «Собираемый показатель регионального потенциала» целесообразно включить п. 8 «Показатель нормативно-правового обеспечения» и п. 9 «Показатель экологического состояния региона». Кроме того не учтена инвестиционная привлекательность региона, которая должна входить в «Собираемый показатель уровня развития и потенциала регионального академического предпринимательства».

С означенными оговорками, модель зависимости раскрытия потенциала региона от уровня развития академического предпринимательства Р. Дроздовского полностью подходит для определения зависимости раскрытия потенциала региона от развития и функционирования академического предпринимательства.

В действительности зависимость между развитием науки в регионе и раскрытием потенциала отдельной территории более сложная. Например, развитие производства сельскохозяйственной техники свидетельствует не столько о развитии промышленности, сколько о развитии сельского хозяйства и о благосостоянии сельских жителей, которые эту технику приобретают. Точно так же и для АП должна быть создана основа и существовать

среда, в которой оно могло бы развиваться, а главное – должен появиться рыночный спрос на продукцию такого типа.

Литература

1. Куліш І. Комерціалізація інтелектуальної власності у вищих навчальних закладах: закордонний досвід / Інна Куліш // Інформаційно-методичні матеріали конференції «Комерціалізація інтелектуальної власності: стан, проблеми, перспективи». – Львів: ЛВ ЦНТІ, 2005. – С. 82–86.

2. Balazs K. Academic Entrepreneurs and their Role in «Knowledge» Transfer / Katalin Balazs. – Sussex : Science Policy Research Unit, University of Sussex, 1996. – 35 p. – P. 3.

3. Tyson L d'A. (1994): Promoting entrepreneurship in Eastern Europe / Laura d'Andrea Tyson, Tea Petrin, Halsey Rogers // Small Business Economics, 1994. – Vol. 6. – Iss. 3. – pp. 165–184. – P. 168.

4. Drozdowski R. Potencjał regionów w zakresie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej. Ekspertyza / Rafał Drozdowski. – Radom : Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, 2007. – 55 s.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Кухарева Д.А., студентка 1 курса

Научный руководитель – Коврей В.А., к.э.н., доцент

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск

Государственная закупка – приобретение товаров (работ, услуг) полностью или частично за счет бюджетных средств и (или) средств государственных внебюджетных фондов получателями таких средств.

Рынок государственных закупок – один из важнейших элементов социально-экономического развития Беларуси. Поддержка малого предпринимательства – одна из частей государственной социально-экономической политики.

Система гос. заказов становится одним из главных институтов государственного регулирования экономики. Ежегодно около 10% ВВП РБ тратится на покупку товаров и услуг за счет средств бюджета.

По данным МАРТ за 9 месяцев 2018 года было заключено около 360 тыс. договоров на гос. закупку стоимостью 2,338 млрд бел руб. За весь год составила 6,58 млрд бел руб. (6,21 млрд. с участниками из РБ) и 455,5 тыс. договоров. Количество поданных потенциальными поставщиками заявок составило 588401. Из них 580032 поступило из РБ. В 2017 году было проведено 390757 процедур. Стоимость заключенных договоров превысила 6,55 млрд руб. За 9 месяцев 2016 года было проведено 265 тыс. закупок [1].

В Беларуси объем гос. закупок за 2018 год вырос на 0,5%. Количество проведенных процедур увеличилось на 16,6%. 97% участников процедур гос. закупок – белорусские предприятия и организации. С бизнесменами малого и среднего бизнеса заключается около 25% контрактов [2].

Гос. закупки обеспечивают целостность экономического пространства, развитие рынков и сохранение конкурентной среды.

Государство, осуществляя значительные объемы закупок, способствует росту экономики. Так же оно поддерживает отечественного производителя, так как малому и среднему бизнесу гарантируется представление возможности участия в процедурах гос. закупок. Поддержка малых и средних предприятий достигается с помощью перераспределения государственного заказа через крупные предприятия мелким. Опыт множества стран с развитой экономикой показывает, что особая роль в становлении малого предпринимательства принадлежит степени их вовлеченности к государственным закупкам.

Стимулированию развития предпринимательства в столице, областных центрах и в городах районного подчинения, поселках городского типа, сельских населенных пунктах будет способствовать участие в электронных государственных закупках.

Развитие малого и среднего бизнеса должно находиться в максимально гармоничном взаимодействии с государственным сектором экономики. С одной стороны, малый и средний бизнес нуждается в поддержке и контроле со стороны государства, а с другой, взаимовыгодное сотрудничество и партнерство с гос. сектором будет являться катализатором, способствующим укреплению его позиций.

Действующее законодательство в области государственных закупок направлено на развитие конкуренции, на противодействие коррупции и другим злоупотреблениям в данной сфере, а также способствует эффективному расходованию бюджетных денежных средств.

В Беларуси поток гос. закупок составляет около трети всех расходов консолидированного бюджета. А если принять во внимание тот факт, что по оценкам Transparency International из-за коррупции при гос. закупках теряется 20-25% расходуемых средств, то сумма потерь для нашей казны будет составлять более миллиарда долларов в год [6].

Сегодня приобретает популярность осуществления “зелёных государственных закупок”. Они стимулируют использование информационных технологий. Их внедрение позволит решить глобальные задачи и ускорить процессы устойчивого развития экономики.

Одной из главных проблем проведения наших госзакупок — это процедура закупки из одного источника. По официальной статистике более 90% договоров государственных закупок в Беларуси заключается в результате проведения этого вида процедуры закупки. При этом суммарная стоимость таких договоров превышает 50% от всего объема распределенных через гос. закупки средств. Популярность процедуры закупки из одного источника происходит из-за ее закрытости, простоты применения и обоснования, а также отсутствием конкуренции — то есть идеальным сочетанием коррупционных рисков для общества и коррупционных возможностей для недобросовестных граждан.

Литература

1. Министерство антимонопольного регулирования [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/sites/mart/home.html//> .

2. Информационно-справочный портал Беларуси [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.interfax.by/news/belarus/1254118>

3. Кирсанова И.А. Малый и крупный бизнес: подходы к государственно-частному партнёрству Кирсанова И.А
<http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/15397/1/Малый%20и%20крупный%20бизнес%20подходы%20к%20ГЧП.pdf>.

4. Белорусское телеграфное агентство [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/onlineconference/view/gosudarstvennye-zakupki-v-belarusi-povyshenie-effektivnosti-rashodovaniya-bjudzhetnyh-sredstv-946/>

5. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. Режим доступа: <http://www.pravo.by>

6. Transparency International [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.transparency.org/cpi2018>

НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ БЕЛАРУСИ

*Лин С.Д., ст. преподаватель
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, г. Гомель*

В настоящее время восстановление села, его социальной и производственной сфер является важной составной частью общегосударственного процесса стабилизации и перехода к устойчивому развитию экономики. Системное решение комплекса проблем развития села, выработка сбалансированной государственной аграрной и социальной политики должны проводиться с учетом интересов работников сельских территорий.

На сегодняшний день развитие сельской местности Беларуси характеризуется следующими тенденциями: сокращение численности жителей, превышение смертности над рождаемостью, отрицательное сальдо миграции, недостаток квалифицированных кадров, низкий уровень жизни населения [1]. Не последнее место среди указанных проблем занимает деформация половозрастной структуры сельских жителей (дисбаланс соотношения мужчин и женщин различных возрастных групп), что отрицательно сказывается на формировании трудоспособного контингента, репродуктивном поведении женщин, брачной структуре населения [2]. В первую очередь, основными детерминантами мобильности сельского населения (особенно женщин) являются невысокая заработная плата в агросекторе, малый выбор специальностей в сельском хозяйстве, неблагоприятные условия труда, отставание села от города в социально-бытовом и культурном развитии. То есть основные требования сельчан воплощены в трудовой сфере.

Истинные побуждения, которые заставляют отдавать работе максимум усилий, чрезвычайно сложны. К ним относятся высокий доход, хорошие шансы для карьеры и лучшие шансы для своих детей, моральное вознаграждение, более продолжительный отпуск и короткое рабочее время, гибкий график работы, интересная деятельность, большее влияние и т.д. В настоящее время значение общественного и личного признания заслуг работника посредством наград, благодарностей, грамот, похвал в соответствующей форме, предоставления привилегий за лучшую работу снизилось, особенно в условиях существующего пренебрежительного отношения со стороны многих членов белорусского общества к работе в сельском хозяйстве. Сейчас мотивация труда сводится, в первую очередь, к материальному вознаграждению, то есть уровень удовлетворенности труда, его престиж определяются заработной платой.

Аграрный сектор характеризуется как наименее оплачиваемый среди других отраслей народного хозяйства. В то же время в сельском хозяйстве достаточно высокий уровень тяжелого ручного труда, для многих сельскохозяйственных специальностей характерен ненормированный рабочий день, высокая ответственность. Неудивительно, что многие молодые специалисты не желают ехать работать в сельскую местность. Поэтому необходимо увеличивать заработную плату работника сельхозпроизводства и приближать ее к среднему уровню оплаты труда в других отраслях материального производства.

Рост производительности труда в агросекторе в настоящее время не требует большого количества занятых в нем, что предполагает поиск дополнительных видов занятости на селе. Помимо создания новых рабочих мест, которые могут получить работники, высвобождаемые из сферы аграрного производства, это позволит удержать молодежь. Кроме того, развитый рынок труда в селе, возможно, будет привлекать обратно сельских жителей, мигрировавших в города, в поисках несельскохозяйственной работы.

Таким образом, на первый план для уменьшения разрыва между городом и селом в области трудовых ресурсов выходит внедрение и расширение форм несельскохозяйственной занятости. В современном обществе общественное сознание часто относится к труду в агросекторе с пренебрежением. Поэтому помимо формирования уважительного отношения к

сельскохозяйственной работе для молодых сельчан необходим поиск иных видов занятости. Помимо работы в сельхозпредприятии сельчане могут заниматься торговлей, заготовкой ягод, грибов, трав, строительством, заготовкой дров и лесоматериалов, хранением и переработкой сельскохозяйственной продукции, работой в сфере коммунального хозяйства. Предприятия торговли, социально-бытового благоустройства, по переработке и сбыту сельхозпродукции могли бы за счет поглощения женских рук способствовать восстановлению демографического баланса в сельской местности. Многие из этих видов занятости относятся к сфере малого бизнеса, которая особенно привлекает молодых сельчан (доля желающих заняться собственным делом среди лиц в возрастном диапазоне до 30 лет составляет более 50 %). Однако на практике значительно меньше индивидов организует свой бизнес по причине недостаточной информированности, нехватки первоначального капитала, высокого уровня налогообложения.

Для сельского населения в качестве вида предпринимательской деятельности особое значение имеет агроэкотуризм, отличием которого является не просто проживание на природе в селах и иных малых поселениях, но и занятие сельскохозяйственными работами и знакомство с традиционными промыслами сельской местности. С 2010 по 2018 гг. число объектов агроэкотуризма в Беларуси выросло почти вдвое. Количество туристов, использующих услуги аграрного туризма, увеличилось более, чем в 2,5 раза. Около 90 % всех агроэкотуристов – это граждане Республики Беларусь, однако постоянно нарастает число туристов из стран вне СНГ, даже таких далеких, как США, Австралия, Новая Зеландия. Создание объектов агроэкотуризма для сельских жителей позволяет повысить уровень доходов, для региона – это приток налоговых платежей и формирования новых рабочих мест.

Иным приложением труда, традиционно осуществляемым на селе в дополнение к основной работе, является личное подсобное хозяйство (ЛПХ). Помимо потребительской функции ЛПХ оказывают содействие в трудовом воспитании детей, в сплочении семьи, в поддержании ее «на плаву» в трудное время. Некоторые из них могли бы поспорить с существующими фермерскими хозяйствами по объему производимой продукции. ЛПХ выступают важнейшей формой поддержания благосостояния пенсионеров, которые по возрасту уже не задействованы в общественном производстве, но физически еще в состоянии работать. Снижают эффективность такого вида занятости высокая доля тяжелого ручного труда, достаточно монотонного, нехватка высокоурожайных семян и машин для обработки продукции, низкая оплата сданной продукции. Во многом преодолению этих проблем способствует вступление крестьян в кооперативное движение.

Важной формой занятости в сельской местности выступает образование фермерских хозяйств. Объемы производства сельхозпродукции фермерскими хозяйствами не очень велики, но, с одной стороны, они все же способствуют укреплению продовольственной безопасности страны, а с другой, создание фермерских хозяйств позволяет диверсифицировать занятость сельских жителей, предоставить новые рабочие места многим сельчанам, повысить уровень доходов сельских жителей и развивать уровень их деловой активности.

Фермерские хозяйства могут выступать в качестве участников развития новых отраслей, специфических для агросектора, которые не реализуются в крупнотоварных предприятиях-производителях традиционной сельскохозяйственной продукции. К сожалению, фермерские хозяйства сталкиваются с рядом проблем, свидетельством чего является непрерывное сокращение их числа. К основным препятствиям в ведении фермерского хозяйства относятся: недостаток оборотных средств, высокие цены на технику, удобрения, низкие закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, недостаточные знания в области сельского хозяйства, высокий уровень налогообложения. Решение таких проблем может быть достигнуто с помощью кооперирования фермерских хозяйств. Также необходимо проводить курсы, на которых новоявленные фермеры могут получить

теоретические и практические навыки ведения сельского хозяйства, поскольку без квалифицированных специалистов эффективное управление невозможно.

Литература

1. Лин, С.Д. Ресурсы и расходы городских и сельских домашних хозяйств Беларуси: сравнительная характеристика / С.Д. Лин // Сучасні світові тенденції розвитку інформаційних технологій, економіки і права. Збірник матеріалів XV міжнародної науково-практичної конференції ЧБІП МНТУ імені академіка Ю. Бугая. – Чернігів, 18 квітня 2019 року. – С. 151-153

2. Лин, С.Д. Деформирование половозрастной структуры сельского населения Беларуси и его социальные последствия : монография / С.Д. Лин; под ред. А.А. Ракова ; М-во образования Республики Беларусь, Институт социологии НАН Беларуси, Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2007. – 160 с.

КОНТРАФАКТНАЯ ПРОДУКЦИЯ В ЕС И ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ БОРЬБЫ С НЕЙ¹

Ломсадзе Д.Г., к.э.н., доцент

Дедюрина Е.О., магистрант 2 курса факультета международных отношений направления «Зарубежное регионоведение»

Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Россия

Актуальность темы исследования. Необходимость преодоления проблем теневой экономики в современном мире связано с серьезными вызовами и угрозами расширения её масштабов, форм и проявлений. Одним из приоритетных направлений государственной политики России в решении подобных задач является комплекс мер, направленных на борьбу с контрафактной продукцией и защитой прав интеллектуальной собственности. В тоже время, эффективность самих мер, направленных на решение подобных вопросов не может быть обеспечена в одностороннем порядке, в силу наднационального трансграничного характера самой проблемы теневой экономики. В этой связи для России может быть весьма полезным изучение и адаптация опыта Европейского Союза, как крупного регионального интеграционного объединения, которое успешно решает подобные проблемы на протяжении последних десятилетий патентное законодательство, как и законодательство в сфере прав интеллектуальной собственности в Европейском Союзе являются одними из наиболее развитых в мире. Однако, производство, ввоз и торговля контрафактной и фальсифицированной продукцией в Европе все же представляет собой серьезную проблему, последствия которой распространяются на многие сферы социальной и экономической жизни европейских стран.

Сам по себе контрафакт как форма экономических преступлений в Европе рассматривается с трех сторон. Так, к контрафакту относятся:

- товары с нанесенным на них товарным знаком, в действительности не производившиеся фирмами, владеющими этим товарным знаком, либо с нанесенным на них знаком, имитирующим реально зарегистрированный товарный знак;
- товары с определенным географическим указанием, в действительности произведенные в другом месте;

¹ Статья подготовлена и публикуется в рамках реализации проекта программы Эразмус +, акции Жана Монне «Образовательный модуль»: «Преодоление теневой экономики: адаптация европейского опыта в России» (SHEXP)

- «пиратство», то есть распространение и продажа копий художественных, музыкальных, литературных произведений без согласия правообладателя;

- фальсификат – продукция с измененными свойствами, выдаваемая за оригинальный продукт, например маргарин, продающийся под названием «масло», либо продукция, сопровождаемая ложной информацией о ее производителе и/или составе.

Наиболее часто подделываемыми товарами в Европе являются товары следующих категорий: одежда и обувь, пищевая продукция, косметика, ювелирные изделия и часы, кожаные изделия, игрушки, подакцизные товары (такие как алкоголь и табачные изделия), фармацевтические препараты.

Не смотря на то, что патентное законодательство, как и законодательство в сфере прав интеллектуальной собственности в Европейском Союзе являются одними из наиболее развитых в мире, производство, ввоз и торговля контрафактной и фальсифицированной продукцией в Европе все же представляет собой серьезную проблему, последствия которой распространяются на многие сферы социальной и экономической жизни европейских стран.

Влияние контрафактной продукции на экономику ЕС и европейский опыт борьба с ней. Очевидно, что влияние контрафакта на макро- и микроэкономику ЕС является негативным. По оценкам Бюро интеллектуальной собственности Европейского союза, потери от присутствия контрафакта в восьми вышеперечисленных секторах составляют до 48 млрд евро ежегодно, или 7,4% от общего числа продаж². Еще около 35 млрд евро теряются из-за косвенных эффектов торговли контрафактной продукцией, так как спрос на контрафакт ведет к уменьшению продаж оригинальных продуктов, а следовательно, к снижению объемов производства и закупок материалов для производства³.

В таблице 1 представлена оценка прямых потерь в продажах в денежном выражении (округленные значения) по странам⁴.

Табл. 1

Страна	Потери продаж (млн евро)
Австрия	885
Бельгия	2446
Болгария	244
Великобритания	5766
Венгрия	664
Германия	5741
Греция	1881
Дания	566
Ирландия	793
Италия	8312
Испания	6667
Кипр	136
Латвия	95
Литва	151
Люксембург	60
Мальта	38
Нидерланды	2184
Польша	1541
Португалия	1230
Румыния	716
Словакия	245
Словения	131
Финляндия	108

² EUIPO/OECD. Trade in counterfeiting and pirated goods: mapping the economic impact. // Report by European Union Intellectual Property Office. – 2016. – URL: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/news/-/action/view/3360773>

³ The impact of counterfeiting on government and consumers. / BASCAP // Frontier Economics. – 2014. – p. 13.

⁴ Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.

Франция	5930
Хорватия	237
Чехия	483
Швеция	695
Эстония	55
Всего в ЕС	48000

Помимо потерь в продажах, которые несут, в основном, правообладатели, негативные эффекты от контрафакта испытывают и государства.

Во-первых, присутствие контрафактной продукции влияет на инновации, которые являются одним из основных двигателей роста и прогресса. Новаторы защищают свои идеи и разработки с помощью патентов, авторских прав, торговых марок. Без надлежащей защиты этих прав интеллектуальной собственности стимулов для разработки новых идей и продуктов становится меньше, что ослабляет инновационный процесс⁵.

Во-вторых, одной из наиболее важных сфер, подверженных негативному влиянию от производства контрафакта, является занятость населения. Это влияние может протекать на двух уровнях: в масштабах всей экономики и в определенных затронутых секторах. Поскольку рабочие места создаются и в нелегальной производственной сфере тоже, определенная часть населения оказывается занятой в теневом секторе экономики, в то время как официальная статистика говорит о росте безработицы. В восьми указанных ранее секторах экономики потерянные рабочие места насчитывают 790 тысяч⁶.

В-третьих, одним из наиболее значимых последствий оборота контрафакта на рынке ЕС являются налоговые потери, которые несут государства, и особенно остро эта проблема стоит в сфере подакцизных товаров, таких как сигареты и алкоголь⁷. Поскольку производители или торговцы контрафактом сбывают свои товары незаконно, они не уплачивают налоги, и государствам приходится иметь дело с упущенной выгодой, которая оценивается в 14,3 млн евро ежегодно⁸. Так, таблица 2 показывает, какое среднее количество прибыли теряют государства Европы ежегодно из-за неуплаты налогов с подакцизной контрафактной продукции⁹.

Табл. 2.

Страна	Налоговые потери, млн евро
Великобритания	197
Франция	100
Испания	90
Германия	65
Польша	47
Греция	33
Швеция	24
Италия	18
Всего в ЕС	739

Как известно, в скандинавских странах установлены наиболее высокие налоги по сравнению с остальной Европой. Это можно сказать и об акцизах тоже. Так, акцизный налог

⁵ International Institute of Research against Counterfeit Medicines, Study Report: Counterfeit Medicines and Criminal Organizations and newsletters, 2013.

⁶ Hardy J. Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy. / World Trademark Review // 2016. URL: <https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy>.

⁷ Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact / OECD, EUIPO. // OECD Publishing, Paris. – 2016. – URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252653-en>

⁸ Gabor, S. Aspects concerning counterfeiting and piracy in the European Union. – Bulletin of the Transylvania University of Brasov, Vol 5 (54), No 1, Series V, 2012.

⁹ Wajzman N. The Economic Cost of IPR Infringement. Report by European Union Intellectual Property Office, July 2016.

на алкоголь в Швеции составляет около 25%, в Финляндии – примерно 22%, в Дании – 25%. Также высокие акцизы характерны для Ирландии (приблизительно 21%), Бельгии (21%), Франции (19,6%) и Великобритании (17,5%)¹⁰. Отсюда следует, что для этих стран доходы от акцизов являются весьма значимой частью бюджета. Можно предположить, что и потери от контрафакта наиболее ощутимы в тех же странах, и отчасти это будет справедливо, с той лишь оговоркой, что наряду с Великобританией, Францией и Швецией, наибольшие потери из-за неуплаты акцизов переживают также Испания, Германия, Польша, Греция и Италия. На основании этого (и учитывая также количество обнаруженного в той или иной стране контрафакта) можно сделать вывод о том, что в скандинавских странах потери из-за присутствия контрафактной продукции на рынке если и ощутимы, то лишь по причине высоких акцизных налогов, составляющих немалую часть государственного бюджета, в то время как в других странах, особенно в средиземноморских, значительные потери объясняются не столько высокими налогами, сколько наиболее высокой долей контрафактной продукции в обороте (наибольшее количество контрафактного алкоголя присутствует в Испании, Польше, Греции, Италии, Словакии, Болгарии и Румынии)¹¹.

Очевидно, что проблема контрафактной продукции не остается без внимания со стороны властей Европейского союза: законодательство в этой сфере постоянно совершенствуется, торговля подделками криминализируется, совершенствуются технологии маркирования оригинальной продукции [10]. Разумеется, в ЕС не обходятся и без использования рыночных методов борьбы с контрафактом, которые включают в себя регулирование налоговых ставок, регулирование цен, сокращение количества точек, торгующих алкоголем и табачными изделиями, запреты на продажу подакцизной продукции через Интернет [11], и другие.

Отдельного внимания заслуживает европейская Система контроля за передвижением подакцизных товаров (Excise Movement and Control System, EMCS) – аналог российского ЕГАИС. Основные отличия EMCS от ЕГАИС состоят в том, что европейская система имеет определенные особенности, призванные упростить и сделать более прозрачным перемещение подакцизных товаров (за которые акцизы еще не уплачены) между странами ЕС в условиях различных правил таможенного регулирования [12]. Кроме того, EMCS является полностью электронной системой, в то время как соблюдение правил ЕГАИС требует обязательного наличия бумажного сопровождающего документа. Система контроля за передвижением подакцизных товаров отслеживает подакцизные товары (алкоголь, табак, топливо) на каждом этапе – от их производства до конечного потребителя, что позволяет не только быстро выявлять контрафакт, но и также быстро сообщать о его обнаружении в государственные органы.

В качестве примера для оценки эффективности всех принимаемых мер, был проанализирован уровень потребления нелегального (незарегистрированного) алкоголя в Европе в динамике. Для этого использовались отчеты Всемирной организации здравоохранения, публиковавшиеся в 2004, 2011, 2014 и 2018 годах. На графике 2 показано, как менялся уровень потребления нелегального алкоголя по отношению к легальному в процентах.

¹⁰ Excise duties and VAT rates: European Commission, Excise Duty Tables, July 2006.

¹¹ ОНМ-Еuropol (2015), 2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, <https://oami.europa.eu/ohimportal/documents/>.



Рис. 1

Полученный процент вычислялся путем деления потребляемого нелегального алкоголя на легальный на душу населения в литрах. Выяснилось, что в 2001 году соотношение составляло 29% [13], в 2005 – 21,9% [14], в 2010 – 17,4% [15], и в 2016 году эта цифра незначительно увеличилась до 18,3% [16]. На лицо – постепенное снижение уровня потребления незарегистрированного (в том числе контрафактного) алкоголя, что может объясняться проведением вышеописанных антиконтрафактных мер, а также введением учетной системы EMCS.

Выводы. Оценивая влияние контрафактной продукции на экономику Европы, можно с уверенностью сказать, что оно является более чем заметным как для производителей оригинальной продукции, так и для государства, ведь контрафакт несет не только потери в продажах и налоговых сборах, но и влечет за собой косвенные эффекты, влияющие на отдельные сектора производства по многим аспектам. Что касается методов борьбы, то здесь Европейский союз действует многосторонне, совершенствуя как законодательство, так и технологические средства, не забывая при этом делать их имплементацию максимально простой как для производителей, так и для потребителей. Эффективность используемых методов также здесь налицо, что представляет возможность дальнейших исследований европейского опыта по борьбе с контрафактом с целью изучения возможностей его применения в России.

Литература

1. Przyśwa, E. Counterfeiting in the wines and spirits market. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://selinko.com/site/wp-content/uploads/2014/06/Anti-counterfeiting-study-wines-and-spirits-market.pdf>
2. Wajsman, N. The Economic Cost of IPR Infringement in Spirits and Wine. Report by European Union Intellectual Property Office. – July 2016.
3. Anderson, Peter. The Impact of Alcohol in Europe. // Eurocare. – 2008.
4. Шайдуллина, Э.Д. Уголовно-правовые меры борьбы с незаконным производством и оборотом алкогольной продукции в зарубежных странах. / Вестник Казанского юридического института МВД России. // №2(16) 2014.
5. Osterberg, E., Karlsson, T. Alcohol Policies in EU Member State and Norway. A Collection of Country Report. – Helsinki, 2002.
6. Excise duties and VAT rates: European Commission, Excise Duty Tables, July 2006.
7. Alcohol taxation and regulation in the European Union, CESifo Working Paper, No.1821, Center for Economic Studies and Ifo Institute (CESifo), Munich. – 2016.
8. EUIPO/OECD. Trade in counterfeiting and pirated goods: mapping the economic impact. // Report by European Union Intellectual Property Office. – 2016. – URL: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/news/-/action/view/3360773>
9. Leifman, H. (2010). 'Estimations of unrecorded alcohol consumption levels and trends in 14 European countries', Nordisk Alkohol- & Narkotikatidskrift, 18, 54–70

10. Martin, S. Technological tools to prevent counterfeiting risks in legitimate supply chains. – 2014. – CEPS. – URL: <https://www.ceps.eu/sites/default/files/Stephanie%20Martin.pdf>
11. Ellings, R. New trends in online counterfeiting require updated enforcement policies. // World Trademark Review. – 2016. – URL: <http://www.worldtrademarkreview.com/Intelligence/Online-Brand-Enforcement/2017/Chapters/New-trends-in-online-counterfeiting-require-updated-enforcement-policies/>
12. EMCS: How It Works. / European Commission. // Official web-site. – URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/excise-movement-control-system/emcs-how-it-works_en
13. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2004.
14. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2011.
15. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2014.
16. World Health Organization. Global status report on alcohol. / Department of Mental Health and Substance Abuse. // Geneva. – 2018.

О ТРАНСФОРМАЦИИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

*Макланов И.М., аспирант кафедры банковской экономики экономического факультета
Научный руководитель – Стефанович Л.И., д.э.н., профессор
Белорусский государственный университет, г. Минск*

В настоящее время в банковской системе широко применяется ценовая конкуренция. Коммерческие банки стремятся привлечь клиентов более выгодным депозитом, кредитными ставками, предоставлять ценовые льготы. Однако наиболее перспективными являются методы неценовой конкуренции. Совершенствование качества обслуживания, совершенствование пакета предоставляемых услуг, повышение сервиса – практически не используются отечественными банками. Использование информационных технологий является одним из ключевых факторов эффективности и конкурентоспособности современного банка.

На сегодняшний день современные технологии являются неотъемлемой частью жизни человека. Они оказали существенное влияние на формирование бизнес-процессов XXI века. С развитием интернета бизнес-активность смещается из реального в виртуальное пространство. Теперь каждая уважающая себя компания обязана иметь свой веб-сайт, а количество интернет-магазинов давно достигло огромных цифр. С каждым годом количество различных гаджетов, разработок, систем и прочего растет в геометрической прогрессии. В инновационной экономике проникновение информационных технологий в различные сферы экономики обеспечивает их конкурентоспособность. Информационные технологии при взаимодействии с другими секторами экономики позволяют реализовывать новые системы управления, повышающие производительность труда.

В последние годы слова «цифровая трансформация» и «4-я индустриальная революция» активно обсуждаются представителями бизнеса, финансовой сферы, государственных органов управления и простыми гражданами. Материальный мир соединяется с виртуальным, в результате чего рождаются новые киберфизические комплексы, объединенные в одну цифровую экосистему. Четвертая промышленная революция означает все большую автоматизацию абсолютно всех процессов и этапов производства. Но и после продажи производитель не забывает о своем продукте, как это

было раньше в классической модели: он контролирует условия использования, может менять настройки удаленно, обновлять программное обеспечение [1].

Вышеописанные изменения в современной экономической деятельности служат не просто совершенствованию орудий труда и улучшению основ и принципов организации производственной деятельности, а объектом применения знаний становятся сами знания. Из чего следует, что главным элементом экономики знаний является работник знаний. В отличие от производительности труда индустриального работника, четко измеряемой в денежных единицах, результативность деятельности работника знаний измеряется в ценности генерируемых им информации, его знаниях и качестве принимаемых им решений, которые опосредуют достижение целей организации. Результаты деятельности работника знаний всегда имеют две стороны: последствия генерирования новых знаний и принятия на их основе решений; развитие самого работника знаний. Сегодня экономика знаний находится на начальном этапе своего становления как в региональном аспекте (активные процессы наблюдаются только в наиболее развитых странах), так и в плане изменений внутри самих развитых стран [2].

Широкое применение технологических инноваций становится объективной необходимостью. Процесс информатизации банковской деятельности в ближайшем будущем будет преобладать тенденции к повышению качества и надежности предлагаемых продуктов и услуг, повышение скорости проведения расчетных операций, организация электронного доступа потребителям банковских продуктов. Это обусловлено, в первую очередь, из-за желания банков достигать конкурентных преимуществ на финансовых рынках.

Так, Национальный банк Республики Беларусь убежден, что для того, чтобы финансовая сфера страны продолжала свой рост, нужно принимать активное участие в таких изменениях и внедрять новые бизнес-модели. В соответствии с Национальной стратегией устойчивого развития 2030 Республика Беларусь должна стать одним из мировых центров по созданию цифровой экономики. Для сохранения конкурентоспособности банковская система Республики Беларусь должна к 2025 году по своим системным и институциональным характеристикам и технической оснащенности достичь стандартов банковских систем передовых государств. Для этого банковская сфера будет работать по следующим направлениям: улучшение качества разработки и реализации бизнес-стратегий и процессов, позволяющих быстро адаптировать новые финансовые продукты и технологии, более широко использовать дистанционные формы финансовых услуг (мобильного банкинга, интернет-банкинга, других систем дистанционного банковского обслуживания), создавать интегрированные сервисно-расчетные системы [3].

Что касается банков, то, эффективность инноваций – это не только способность сэкономить определенное количество труда, времени, ресурсов и денежных средств, но и получить дополнительный доход за счет увеличения количества клиентов, ресурсов в расчете не только на единицу затрат, но и на одного клиента, единицу активов и капитала, способствует созданию условий для стабильного развития и укрепления конкурентной позиции. Размер эффекта от реализации инноваций чаще всего воплощается в следующих значениях:

- продуктовом (повышении качества и разнообразия банковских услуг, расширении продуктовой линейки);

- технологическом (повышении производительности труда, отдачи вложенных средств, экономии времени, удобства получения услуг);

- функциональном (повышении эффективности управления);

- социальной (повышении полезности и доступности банковских услуг, снижении их стоимости для клиента).

На финансовом рынке с небольшой маржой, жесткой конкуренцией и постоянно снижающимся уровнем лояльности клиентов самое худшее, что могут сегодня делать финансовые классические игроки, – это плыть по течению. Прибыль же компаний, которые

заботятся о своих клиентах, на 60% выше [4, стр. 54]. В сегодняшних все более интегрированных финансовых системах, которые сталкиваются с более высокой волатильностью, большей конкуренцией и более высокими временными ограничениями, электронное банковское обслуживание стало неотъемлемой частью глобальной финансовой среды для удовлетворения различных потребностей клиентов банковского сектора, тем самым удовлетворяя возросшие ожидания участников в банковской системе. Цифровая трансформация – это не только современные технологии, блокчейн, чат-боты и так далее, но и возможность удержаться на плаву, расширить свой бизнес, более тесно взаимодействовать с клиентами, улавливая их предпочтения, уменьшить операционные затраты и одновременно удовлетворить потребности клиентов, повысить конкурентоспособность за счет предоставления новых цифровых услуг, позволяющих решать проблемы клиентов. Кроме того, необходимо понимать, что цифровая трансформация подразумевает не автоматизацию отдельных участков бизнеса, а переход к оказанию всех услуг в цифровом виде [4].

На сегодняшний день, большинство белорусских банков выбрали вектор на построение бизнес-модели «Банк 3.0». Больше всего в этой области продвинулись банки среднего и малого размера с частной формой собственности, которые ставят предпочтение развитию комиссионных доходов над маржинальной. Особенно можно отметить такие разработки как:

экспресс-кредит от Белгазпромбанка – для того чтобы его получить, не нужно совершать тяжелую процедуру подачи заявки, интернет-банк осуществляет анализ оборотов предприятия и предлагает сумму лимита, оформление полностью дистанционное;

мобильные приложения Альфа-Банке и Приорбанка позволяют осуществлять платежи;

Альфа-Банк в последней версии интернет-банка отказался от ЭЦП, для отправки платежа приходит смс-код на номер владельца бизнеса.

Большинство белорусских банков в трансформации банковских услуг для малого и среднего бизнеса равняются на российский Тинькофф-Банк. Но модель этого банка не совсем приемлема в Беларуси. Во-первых, следует отметить, что для Республики Беларусь остается актуальным вопрос финансовой грамотности населения, (такой же вопрос существует и в России). Во-вторых, частное восприятие расстояния и времени. В Беларуси бизнес сканцентрирован преимущественно в Минске, областных центрах и наиболее крупных областных городах. Таким образом, в большинстве случаев бизнесмен может попасть к банку за небольшой срок 5-15 минут, чтобы его вопрос решили за него. В России расстоянии значительно больше – на путь к банке можно потерять несколько часов, что вынуждает в целях экономии времени самостоятельно решать определенные вопросы и активнее изучать СДБО. Поэтому, в Беларуси не так очевидна польза СДБО.

Таким образом, можно прогнозировать, что в Беларуси в условиях жесткой межбанковской конкуренции выживут банки, которые выстраивают свою стратегию развития не на ценовой конкуренции. Выиграют игроки банковского рынка, которые занимаются повсеместным применением технологических инноваций и созданием новых продуктов, трансформируют своих сотрудников в работника знаний, занимаются обучением и развитием своего клиента.

Литература

1. Цифровая Индустрия 4.0 forbes.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/brandvoice/sap/345779-chetyre-nol-v-nashu-polzu> – дата доступа: 17.03.2019

2. Приветствие участникам конференции «Цифровой банкинг» Первого заместителя Председателя Правления Национального банка Республики Беларусь Надольного Т.Ю. – "Банкаўскі веснік", № 5/646 май 2017

3. Внедрение информационных технологий в бизнес // Молодежный научный форум: Технические и математические науки: электр. сб. ст. по материалам XIII студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2014 – № 6(13) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/6\(13\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/6(13).pdf) – Дата доступа: 06.04.2019

4. Цифровая трансформация банковского обслуживания и платежной системы – «Банкаўскі веснік», № 11/652 ноябрь 2017

ТОРФОВОЗНЫЕ УЗКОКОЛЕЙНЫЕ ДОРОГИ. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИНИЙ УЗКОЙ КОЛЕИ В ЛОГИСТИКЕ

*Микулич В.А., магистр логистики
УО ФПБ «МИТСО», г. Минск*

1. Проблемы использования линий узкой колеи. Ныне узкоколейные железные дороги большинством воспринимаются как нечто экзотическое, устаревшее, не имеющее отношения к современности. Но узкоколейные дороги ещё есть, их чрезвычайно мало, расположены они в основном на промышленных предприятиях, на торфяниках, в леспромхозах.

Часто и путь и подвижной состав на них весьма и весьма в изношенном состоянии, дороги эксплуатируются на грани закрытия по критериям безопасности.

Сооружение и эксплуатация узкоколейных дорог была в разы дешевле дорог нормальной колеи, при этом уже обеспечивался вывоз товаров и перевозка пассажиров, железнодорожные компании могли получать доход даже там, где грузопоток был относительно невелик.

Временные узкоколейные линии использовались при сооружении крупных железнодорожных мостов.

Такие же дороги создавались на лесоразработках, в болотах, где начиналась добыча торфа.

На промышленных предприятиях узкоколейные дороги использовались как внутризаводской транспорт. Главная проблема сейчас это критическая изношенность подвижного состава и полотна (до 90%).

2. Перспективы использования линий узкой колеи в логистике. Главные перспективы это:

- развитие торфовозных и лесовозных УЖД;
- развитие промышленного туризма;
- поддержание и развитие детских железных дорог;
- реконструкция исторических УЖД.

По исследованиям академии наук Беларуси в республике находится около 9 тысяч торфяных месторождений, общая площадь которых 2,4 млн. га. Общие геологические запасы торфа в республике оцениваются в 4 млрд. тонн.

Организации торфяной промышленности Минэнерго разрабатывается 44 торфяных месторождения.

Отведено 17,2 тыс. га площадей торфяных месторождений (0,72 % от общей площади торфяных месторождений) с запасами торфа в количестве 33,2 млн. тонн (0,84 % от общих запасов торфа в республике).

Торфовозные линии есть только на 22 месторождениях. Лесовозных УЖД нет.

Промышленный туризм представлен проектом 750mm.by (экскурсии по торфовозным УЖД).

На данный момент детская железная дорога только в Минске, проекты по реконструкции исторических железных дорог разрабатываются.

В целом можно сказать, что, есть куда расти благо, состояние недр позволяет развивать добычу торфа, леса тоже возобновляемый ресурс, так же можно развивать промышленный туризм и дальше, строить детские железные дороги и в других городах.

3. Торфовозные УЖД в республике: перспективы развития, воздействие на экологию.

Узкоколейная железная дорога Сергеевичского торфопредприятия, Пуховичский район Минской области.

Протяжённость в настоящее время 40 км. Соединяет посёлок Руденск с посёлком Правдинский и с торфоразработками. Имеется грузовое и пассажирское движение.

Дорога построена до 1929 года. Максимальная протяжённость системы составляла около 90 км. Центром сети является станция Центральный (посёлок Правдинский).

Одна линия соединяет его со станцией Перегрузочная (посёлок Руденск), где производится перегрузка на одноимённую станцию широкой колеи на линии Минск – Осиповичи.

Две другие ветки от Правдинского ведут на станцию Акуниново (район деревни Пристань) и на станции Гольшёвка, Волосач и Колодино. От Правдинского до станции Волосач имеется пассажирское движение, по остальным веткам грузовое.

На данный момент движение на всей сети восстановлено в полном объёме, что является положительным моментом, движение отсутствовало с 2005 по 2018 годы.

За 2014 год на энергоисточники ГПО «Белэнерго» поставлено свыше 40 тыс. тонн брикетов.

Сегодня с использованием торфяного топлива работают энергетические объекты - Жодинская ТЭЦ РУП «Минскэнерго», Пружанская ТЭЦ РУП «Брестэнерго», Бобруйская ТЭЦ РУП «Могилевэнерго», Белорусская ГРЭС ф-л РУП «Витебскэнерго»), а также объекты жилищно-коммунального хозяйства (котельная №1 РУП ЖКХ г. Ошмяны, КУП ЖКХ «Браславский коммунальник», ЖКХ «Дубровно–Коммунальник» г. Дубровно).

Объемы поставки торфа топливного на объекты энергетики в 2014 году, по сравнению с 2008 годом, выросли в 1,6 раза.

Помимо традиционного использования торфа в энергетических целях, организациями торфяной отрасли на перспективу планируется развитие направлений нетопливного использования торфа, в том числе организация производства продукции на основе глубокой переработки торфа.

В рамках организации выпуска новых видов экспортоориентированной продукции в июне 2011 году введен в эксплуатацию цех по производству питательных грунтов и киповке торфа верхового в н.п. Крулевщина Докшицкого района УП «Витебскоблгаз».

В 2015 году введен в эксплуатацию цех по производству торфяных грунтов на базе ОАО «Торфопредприятие Глинка» (Брестская область) с проектной мощностью 180 тыс. м3 торфяной продукции в год.

На базе ОАО «Зеленоборское» (Минская область) в 2009 году организовано производство жидких комплексных удобрений на основе гуматов торфа под торговой маркой «ЭлеГум».

Производственные испытания этих удобрений, проведенные ГНУ «Институт природопользования» НАН Беларуси, показали эффективность их использования при выращивании сельскохозяйственных культур.

В соответствии с белорусским законодательством существует три основных направления рекультивации выработанных земель торфяных месторождений:

для сельскохозяйственного использования;

для лесохозяйственного использования;

природоохранное (восстановление биологического разнообразия и гидрологического режима или ренатурализация (заболачивание)).

С середины 2000–ых годов ситуация кардинально изменилась и основным направлением рекультивации земель выработанных торфяных месторождений стало

восстановление биологического разнообразия и гидрологического режима или ренатурализация (заболочивание).

Изменение политики в данной области было результатом совместной работы ГПО «Белтопгаз», Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды, Министерства лесного хозяйства, Министерства сельского хозяйства и продовольствия.

Разработаны соответствующие нормативные документы, которые определили приоритет повторного заболочивания территорий над остальными направлениями рекультивации.

От этих решений выиграли все:

торфопредприятия в десятки раз снизили затраты на рекультивацию;

на повторно заболоченных территориях практически не происходят пожары;

на указанных территориях активно восстанавливается гидрологический режим, биологическое разнообразие, возобновляется процесс торфообразования.

За период с 2008 по 2015 годы организациями торфяной промышленности рекультивировано более 4,2 тыс. га выработанных земель торфяных месторождений, из них порядка 60,8 % под заболочивание.

С 2006 по 2010 годы в Беларуси, при финансовой поддержке Программы развития ООН и Глобального экологического фонда, реализовывался проект «Ренатурализация и устойчивое управление торфяными болотами для предотвращения деградации земель, изменений климата и обеспечения сохранения глобально значимого биологического разнообразия».

Одним из участников этого проекта было ГПО «Белтопгаз».

В рамках проекта проведены работы по восстановлению гидрологического режима на площади 28,2 тыс. га 15 нарушенных болот. Общий бюджет проекта составил свыше 4 млн. долларов США.

Литература

1. Курочкин, Д.В. Логистика / Д.В. Курочкин. – Могилев: УО «МГУ им. А.А. Кулешова», 2011. – 192 с.: ил.

2. СТБ 2047-2010. Логистическая деятельность. Термины и определения = Лагістычная дзейнасць. Тэрміны і азначэнні / [БелНИИТ «Транстехника»]. – Изд. офиц. – Введ. 2011.01.01. – Минск: Госстандарт, 2010. – IV, 24 с.

3. Об утверждении Государственной программы развития железнодорожного транспорта Республики Беларусь на 2011–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 20 декабря 2010 г., № 1851 // Консультант-Плюс: Беларусь. [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.

4. Об утверждении Государственной программы Торф на 2008 - 2010 годы и на период до 2020 года: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 23 января 2008 г., № 94.

5. Материалы конференции НАН Республики Беларусь.

МИРОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ. ДЕФОЛТ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС 1998 ГОДА

*Микулич В.А., магистр логистики
УО ФПБ «МИТСО», г. Минск*

1. Экономический кризис характеризуется резким и значительным падением производства. Первые крупные кризисы происходили в Англии в XVII веке. С развитием рыночной индустриальной экономики кризисы приобрели циклический характер и стали составлять одну из фаз экономического цикла.

Экономические циклы:

Подъём

Пик

Рецессия (спад)

Дно (депрессия)

Следствием экономического кризиса является уменьшение реального валового национального продукта, массовые банкротства и безработица, снижение жизненного уровня населения.

Можно выделить несколько наиболее серьёзных экономических кризисов:

Экономический кризис 1900-1903 годов – упадок в экономической сфере, затронувший большинство развитых стран и сопровождавшийся финансовым крахом ряда предприятий и резким падением уровня производства.

Мировой кризис дал мощный толчок концентрации производства и капитала. Кризис сменился новым подъёмом, прерванным Первой мировой войной.

Ножницы цен – дисбаланс цен между промышленными и сельскохозяйственными товарами, возникший в советской экономике осенью 1923 года, на второй год НЭПа.

Основные усилия правительства были направлены на уменьшение затрат в промышленном производстве, что достигалось сокращением персонала, оптимизацией производства, контролем уровня заработной платы рабочих и снижением роли торговцев и посредников («нэпменов») путём расширения сети потребкооперации.

Великая депрессия – мировой экономический кризис, начавшийся в 1929 году и продолжавшийся до 1939 года. (Наиболее остро с 1929 по 1933 год).

Великая депрессия наиболее сильно затронула США, Канаду, Великобританию, Германию и Францию, но ощущалась и в других государствах.

Предшествовали Великой депрессии события Биржевого краха США 1929 года: обвальное падение цен акций, начавшееся в «чёрный четверг» 24 октября 1929 года. После краткосрочного небольшого подъёма цен 25 октября падение приняло катастрофические масштабы в «Чёрный понедельник» (28 октября) и «Чёрный вторник» (29 октября). 29 октября 1929 года – день биржевого краха Уолл-стрит.

Последствия:

уровень промышленного производства был отброшен к уровню начала XX века, то есть на 30 лет назад;

ухудшилось положение фермеров, мелких торговцев, представителей среднего класса. Многие оказались за чертой бедности;

резко снизилась рождаемость. По всей территории США от 25 до 90 % детей страдали от недоедания.

Так же можно привести пример экономических кризисов, которые не так повлияли на состояние мировой экономики, но все же оставили свой след в истории.

Нефтяной кризис 1973 года начался 17 октября 1973 года. В этот день все арабские страны-члены ОПЕК, а также Египет и Сирия, заявили, что они не будут поставлять нефть странам (Великобритания, Канада, Нидерланды, США, Япония), поддержавшим Израиль в ходе Войны Судного дня.

Кризис индустрии видеоигр 1983 года (известный в Японии как «Atari шок») — мировой кризис, повлёкший в течение 1983-1985 годов спад рынка игровых консолей.

Аргентинский экономический кризис (конец 1990-х);

Азиатский финансовый кризис (1997-1998);

Экономический кризис в России (1998);

Цементный кризис (2006-2008);

Мировой финансовый кризис (2008-2011);

Валютный кризис в России (2014-2015);

Экономический кризис в Венесуэле (2016 – настоящее время).

2. Дефолт, причины и последствия дефолта для страны. Дефолт – это отказ от выплат по долгам. Есть широкое и узкое понятие дефолта. Узкое – это отказ платить кредиторам одного предприятия. Фактически это предвестник банкротства, после дефолта назначается процедура наблюдения.

Широкое понятие дефолта – это отказ платить долги целого государства. Причем страна может либо отказаться возвращать внешние заимствования, либо выполнять внутренние финансовые обязательства (в том числе, например, платить зарплаты в бюджетной сфере), а может и те, и другие вместе.

Понятие дефолта тесно связывают с событиями в России 1998 года.

Среди стран чаще других дефолты переживала Испания – 6 раз за последние два века. Греция почти половину своей новейшей истории живет в состоянии отказа уплаты по международным обязательствам.

В 21-м веке дефолты успели пережить Эквадор, Ямайка, Греция.

Поскольку главными последствиями дефолта для населения становится обесценивание национальной валюты (а значит и сбережений) и сложности с выполнением социальных обязательств государством, важно максимально сохранить свои доходы в этот период и не потерять накопленное.

3. Шоковая терапия Гайдая. Экономический кризис 1998 года в России.

Для выхода из кризиса после развала СССР были приняты реформы, названные за их радикальный и непродуманный характер «шоковой терапией», привели к существенным изменениям в экономической жизни страны, однако совсем не к тем, которые от них ожидалось.

К концу 1992 года декларировались определённые достижения правительства Гайдара:

Был преодолен товарный дефицит;

Реорганизована налоговая система;

Начался процесс приватизации госсобственности;

Разрешено свободное владение иностранной валютой;

Созданы нефтяные компании.

Однако более заметной и существенной была обратная сторона реформ:

Существенное имущественное расслоение российского общества, Уничтожение целых производственных отраслей

Увеличение торговли при отсутствии производства

17 августа 1998 года Правительство России и Центральный банк объявили о техническом дефолте по основным видам государственных ценных бумаг. Впервые в мировой истории государство объявило дефолт по внутреннему долгу, номинированному в национальной валюте.

Основными причинами дефолта (приостановки платежей по внутреннему долгу) стали огромный государственный долг России, порождённый обвалом азиатских экономик кризис ликвидности, низкие мировые цены на сырьё, составлявшее основу экспорта России, а также популистская экономическая политика государства и строительство пирамиды ГКО (государственные краткосрочные обязательства). Собственно датой дефолта является 17 августа 1998 года.

11 августа 1998 года обрушились котировки российских ценных бумаг на биржах. Падение цен на акции в РТС превысило 7,5%, после чего торги были остановлены. Весь день банки активно скупали валюту, а к вечеру стало известно о приостановке операций целым рядом крупнейших банков.

17 августа 1998 года глава правительства Сергей Кириенко объявил о введении "комплекса мер, направленных на нормализацию финансовой и бюджетной политики", которые фактически означали дефолт и девальвацию рубля.

По расчетам, сделанным Московским банковским союзом в 1998 году, общие потери российской экономики от августовского кризиса составили 96 миллиардов долларов. Из них корпоративный сектор утратил 33 миллиарда долларов, население – 19 миллиардов долларов, прямые убытки коммерческих банков (КБ) достигли 45 миллиардов долларов. Некоторые эксперты считают эти цифры заниженными.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА БЕЛАРУСИ

*Мойсеенок О.В., м.э.н., преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Человечество последние столетия переживает столь быстрые и существенные изменения, какие не наблюдались в течение предыдущих тысячелетий. С одной стороны, наблюдается общая гуманизация общества, повышение ценности человеческой жизни и личности, появилось понятие прав человека и эти права нашли свое отражение в международных юридических документах. Появилась организация объединенных наций, которая может формулировать общие цели и правила для дальнейшего развития человечества. Но развитие социальных структур более инертно, чем жизнь самого общества. Государство никогда не являлось идеальным инструментом для решения общественных задач и проблем, не является оно и сейчас. Однако многие социальные проблемы с глубокой историей и вновь возникающие в связи с глобальными и локальными изменениями не решаются или решаются существующими государственными и благотворительными структурами недостаточно эффективно. Государство ограничено в средствах количеством собираемых налогов, и этих средств не хватает на решение всех проблем.

Вместе с тем население Земли растет с каждым годом, и проблемы нищеты одной шестой части населения земли, и недостаток чистой питьевой воды, нормального питания, образования и здравоохранения у более чем миллиарда людей, изменения климата, исчезновение природных ресурсов, глобальные эпидемии, терроризм и локальные войны, грозящие перейти в глобальные и возможность полного исчезновения человечества при применении ядерного оружия – вот неполный список самых серьезных проблем современности.

Каждый из нас когда-то задумывался, что он конкретно может сделать для того, чтобы решить эти проблемы. Социальное предпринимательство является одним из ответов на этот вопрос, потому что это реально действующий инструмент позитивных социальных преобразований в руках простых людей, не облеченных властью и не владеющих многомиллионными состояниями.

Поскольку социальное предпринимательство очень молодо, общепринятого определения этого понятия не существует. Однако, объединяя некоторые из них, социальное предпринимательство можно охарактеризовать как деятельность, направленную на решение социальных проблем с помощью устойчивых инновационных бизнес-моделей, основной задачей которой является не получение прибыли, а решение или смягчение наиболее актуальных проблем в обществе. Наиболее точно эту деятельность можно описать следующей фразой: «Зарабатывать, оказывая помощь другим».

Социальная проблема, на решение которой направлены действия предпринимателя, является отправной точкой его бизнеса. Если не будет актуального вопроса, требующего вмешательства, то и не будет специальной работы. Будет существовать обычное предприятие с традиционными целями. Социальное предпринимательство представляет собой баланс общественных задач и бизнес составляющей. Здесь деньги являются не целью, а средством,

позволяющим не только решать проблемы, но и оставаться независимым от постоянных инвестиций со стороны.

Субъекты малого предпринимательства и социально-ориентированные организации могут работать в самых разных сферах. Они реализуют общественно-направленные программы в рамках основной деятельности. Это может быть здравоохранение, сельское хозяйство, обслуживание, образование и т.д. [1].

Существует несколько исследований, которые иллюстрируют разнообразие содержания и форм организации социального предпринимательства. Само понятие впервые было введено в 60-х гг. XX-го столетия в Великобритании. Тогда получили распространение тенденции общественной свободы. На этой волне вопросы общественного значения широко освещались англоязычными изданиями. Более устойчивое употребление понятия социального предпринимательства относится к 70-80-м годам.

Очевидно, что проблемы социальной значимости присутствуют в любом обществе. Они обуславливаются невозможностью обеспечить удовлетворение нужд всех его членов. Субъект социального предпринимательства более требователен к соотношению между общественной справедливостью и эффективностью хозяйственной деятельности. В результате он решает вести самостоятельную борьбу с проблемой, являющейся для него определенным раздражителем. Это вовсе не означает, что существующие в стране общественные институты работают неэффективно. Напротив, они могут вполне соответствовать сложившимся условиям, отражать достигнутый политический компромисс. Сам субъект социального предпринимательства поднимает планку ответственности на более высокий уровень.

Социальный предприниматель готов работать на грани убытка и прибыли, действовать настолько долго, насколько ему позволяет желание разрешить проблему. Предприятие, функционирующее в обычном режиме, в случае возникновения потерь просто закрывается. Социальный предприниматель, в отличие от него, будет бороться до конца. Как показывает мировой опыт, подходы к ведению бизнеса со временем изменяются. Все больше экономических субъектов понимает, что нужно не только извлекать прибыль, но и решать социальные проблемы. В последнее время существенно увеличилось количество инвесторов, финансирующих компании, реализующие общественно-значимые проекты. Для этого создаются специальные инфраструктурные системы. Сегодня существуют агентства, биржи, которые формируют рейтинги и проводят отбор предприятий, осуществляющих социальное предпринимательство.

В настоящее время коммерческие компании активнее участвуют в социальных реформах. При этом общим у всех предприятий является стремление внедрять инновационные подходы в бизнесе. Отмечается возрастающий интерес к социальному предпринимательству со стороны академического сообщества. В Гарвардской бизнес-школе в 1989 г. был открыт специальный курс. Обучение шло непосредственно по программе социального предпринимательства. С того времени ведущие школы бизнеса Америки стали включать дополнительные курсы в свои учебные планы. В 2004 г. около четверти выпускников Стенфорда имели диплом специалистов социального предпринимательства.

В начале XXI века было открыто несколько крупных компаний в данном направлении. Среди них:

Банк «Гремин» (Бангладеш). Его основателем является Мухаммад Юнус. В 2006 г. он получил Нобелевскую премию мира. Банк оказывает финансовые услуги гражданам, входящим в категорию малоимущих. Компания помогает не только преодолеть бедность, но и основать свой бизнес.

Египетский холдинг «Секем». Это многопрофильная компания, начавшая свою деятельность со снижения применения на хлопковых полях пестицидов. Со временем на базе предприятия были открыты медицинский центр, школы, университет, центр образования для взрослых.

Офтальмологическая больница «Аравинд» (Индия). Клиника предоставляет профильные услуги бедным гражданам.

Британский фонд UnLtd. Он был основан семью некоммерческими организациями. Фонд предоставляет гражданам гранты и оказывает практическую поддержку в виде разнообразных тренингов.

На начало 2019 г. в разных городах Беларуси работало порядка 240 социальных предприятий [2]. В частности, к наиболее известным можно отнести благотворительный проект «Kalilaska», который дает жизнь старым вещам и помогает нуждающимся одеждой и предметами интерьера; центр активного долголетия (г. Минск) оказывает широкий спектр услуг пожилым людям, помогая им обучаться и развиваться; семейный инклюзив-театр «i», который дает детям с особенностями развития возможность интегрироваться в общество, участвуя в театральных постановках; фабрика детства «Метеорит-плюс», трудоустраивающая слабослышащих женщин на своем производстве; детские творческие мастерские галереи «у», развивающие творческие навыки и мышление у молодежи; УП «Добрый Самаритянин» дает возможность трудоустройства людям с инвалидностью (г. Столин), НКО «Центр поддержки сельского развития и предпринимательства Столинского района» осуществляет сбор и переработку тепличной пленки в своем районе; социальное предприятие «Артидея» создает индивидуальные условия для работы в коллективе для людей с психическими нарушениями и многие другие. Молодые и начинающие социальные предприниматели могут найти свой «стартовый» капитал для инициативы или будущего производства продукции социального предприятия на таких краудфандинговых площадках, как Улей, Талака, Мае сэнс.

Таким образом, социальные предприниматели помогают решать общественные и экологические проблемы. Они максимизируют социальный эффект, а не прибыль, улучшают ситуацию в сфере здравоохранения, экологии, культуры, помогают и трудоустраивают людей, попавших в сложные жизненные ситуации, развивают местные сообщества, осуществляют интеграцию людей с инвалидностью, способствуют активному долголетию пожилых людей, организуют культурное и образовательное пространство.

В Беларуси социальные предприниматели также могут стать инноваторами в социальной сфере, предлагая решения существующих социальных проблем и изменяя жизнь общества. Такие инноваторы могут привлечь внимание к тем сферам, где социальный бизнес, как правило, предшествует масштабным социальным изменениям.

Литература

1. [Интернет ресурс] Режим доступа: <http://fb.ru/article/270779/sotsialnoe-predprinimatelstvo---eto-cto-takoe-primeryi> - Дата доступа: 03.05.2019.
- 2 [Интернет ресурс] Режим доступа: <https://by.odb-office.eu> - Дата доступа: 05.05.2019.
3. Краенкова, К.И., Ванкевич, Е.В. Предпосылки и факторы развития социального предпринимательства в Республике Беларусь / Краенкова К.И., Ванкевич Е.В. / Вестник Витебского государственного технологического университета. – 2018 №1 (34). – С.165-178.

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ РУП «БЕЛОРУСНЕФТЬ-ОСОБИНО»

Молчанов А.М., к.э.н., доцент

Чепикова Н.Н., студент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки

Финансовое состояние предприятия характеризуется системой показателей, отражающих на фиксированный момент времени способность субъекта хозяйствования

финансировать свою деятельность и своевременно рассчитываться по своим обязательствам [1].

Основными факторами, определяющими финансовое состояние, являются выполнение финансового плана и пополнений по мере возникновения потребности собственного оборотного капитала за счет прибыли и скорость оборачиваемости оборотных средств (активов). Одним из наиболее важных аспектов анализа финансового положения на основе баланса является оценка ликвидности и платежеспособности организации. Поскольку выполнение финансового плана в основном зависит от результатов производственной деятельности в целом, то можно сказать, что финансовое положение определяется всей совокупностью хозяйственных факторов [2].

Цель работы – изучение динамики состава и структуры финансового состояния РУП «Белоруснефть-Особино».

Платежеспособность отражает возможность организации имеющимися платежными средствами погашать свои платежные обязательства [1].

Финансовое состояние организации и его устойчивость в значительной степени зависят от того, каким имуществом оно располагает, в какие активы вложен капитал и какой доход они ему приносят. Ликвидность организации является более узким по сравнению с ее платежеспособностью понятием и представляет собой способность организации выполнять краткосрочные обязательства и осуществлять непредвиденные расходы.

Оценка ликвидности бухгалтерского баланса осуществляется путем перегруппировки активов по скорости их реализации (ликвидности) и собственный капитал и обязательства по степени их срочности (погашаемости) с последующим их сравнением.

Различают четыре группы активов (А) и четыре группы собственного капитала и обязательств (С): А1 – высоколиквидные активы (денежные средства); А2 – активы средней скорости реализации (краткосрочные финансовые вложения, краткосрочная дебиторская задолженность (до 12 месяцев); А3 – медленно реализуемые активы (запасы, долгосрочная дебиторская задолженность (свыше 12 месяцев) и т. д.); А4 – трудно реализуемые активы (долгосрочные активы); С1 – кредиторская задолженность; С2 – остальные краткосрочные обязательства; С3 – долгосрочные обязательства; С4 – собственный капитал.

В большинстве случаев оценка структуры и динамики финансового состояния проводится с помощью сравнительного аналитического баланса. Такой баланс можно получить из отчетного баланса путем уплотнения отдельных статей и дополнения его показателями структуры в зависимости от целей и масштабов проведения анализа. Группы активов и пассивов сравниваются между собой с целью выявления платежных излишков и недостатков по ним и отслеживания изменения структуры составных частей бухгалтерского баланса [3].

Рекомендуемые соотношения групп активов и пассивов, характеризующие абсолютную ликвидность бухгалтерского баланса, следующие:

$$A1 > C1, A2 > C2, A3 > C3, A4 < C4$$

На основании данных годовой бухгалтерской отчетности предприятия сформируем сравнительный аналитический баланс и проанализируем в таблице 1 динамику и структуру финансового состояния предприятия.

Табл. 1. Динамика и структура финансового состояния

Группа активов	Группировка активов баланса	Сумма, тыс. руб.		Группа собственного капитала и обязательств	Группировка собственного капитала и обязательств	Сумма, тыс. руб.		Платежный недостаток/излишек, тыс. руб.	
		2016 г.	2017 г.			2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.
А1	Высоколиквидные активы	500	695	С1	Кредиторская задолженность	18004	27164	-17504	-26469
	% к итогу	0,22	0,22		% к итогу	7,93	8,62	-7,71	-8,40
А2	Активы средней скорости реализации	9882	9187	С2	Остальные краткосрочные обязательства	7555	12478	2327	-3291
	% к итогу	4,35	2,92		% к итогу	3,33	3,96	1,02	-1,04
А3	Медленно реализуемые активы	25677	24724	С3	Долгосрочные обязательства	97071	94202	-1394	-69478
	% к итогу	11,31	7,85		% к итогу	42,76	29,90	-31,45	-22,05
А4	Трудно реализуемые активы	190936	280455	С4	Собственный капитал	104365	181217	86571	99238
	% к итогу	84,12	89,01		% к итогу	45,98	57,52	38,14	31,49
Валюта баланса		226995	315061		Валюта баланса	226995	315061	х	х

Примечание. Источник: Расчеты на основании годовой бухгалтерской отчетности организации.

Анализ данных таблицы 1 показал о том, что в организации в структуре активов занимают труднореализуемые активы. На конец отчетного периода они составили 89,01%, что больше на 4,89 п. п. по сравнению с началом периода. В структуре пассивов наибольший удельный вес занимают собственный капитал. На 2017 г. он составил 57,52%, что выше на 11,54 п. п. по сравнению с 2016 г.

Проведя ранжирование активов и обязательств, можно отметить, что рекомендуемым соотношениям не удовлетворяет ни одно из требований. Соотношение активов и пассивов баланса говорит о том, что предприятие не может рассчитаться по своим наиболее срочным обязательствам при помощи наиболее ликвидных активов, не может нести ответственность по своим краткосрочным обязательствам, капитала и резервов недостаточно для покрытия труднореализуемых активов, а долгосрочные пассивы могут быть покрыты за счет медленно реализуемых активов.

Таким образом из анализа можно сделать вывод, что степень ликвидности баланса неудовлетворительна. В период развития рыночных отношений организация должна стремиться к улучшению финансового состояния. Неудовлетворительное финансовое состояние обусловлено дефицитом собственных оборотных средств, т. е. оборотные активы сформированы за счет заемных средств, ростом дебиторской и кредиторской задолженности.

Литература

1. Молчанов, А. М. Анализ хозяйственной деятельности : учебн.-методич. пособия / А. М. Молчанов. – Горки : БГСХА, 2017. – 59 с.
2. Финансовое состояние как объект управления [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pravo.studio/knigi-finansovuyu-menedjment/> – Дата доступа 18.12.2018.
3. Оценка платежеспособности и ликвидности коммерческой организации по данным бухгалтерского баланса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/1880707/page:7/> – Дата доступа 18.12.2018.

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА – ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

*Нечаева Е.Н., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Принятая ООН Повестка дня в области устойчивого развития до 2030 года предполагает насыщенный план действий для достижения экономического процветания, обеспечения экологической устойчивости и социальной интеграции.

В развитие предложенных мероприятий и для интеграции действующих стратегий в Республике Беларусь разработана Концепция Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года (НСУР-2030), а также принимаются соответствующие пятилетние Программы социально-экономического развития.

В стране создаются условия для принятия законодательства, направленного на поощрение вовлечения интеллектуальной собственности в гражданский оборот, создании и дальнейшего развития инновационных фондов, а также включение инноваций в общую национальную стратегию устойчивого развития. Документы предполагают создание стойкой инфраструктуры, содействия устойчивой индустриализации и внедрения инноваций. Республике Беларусь необходимо увеличение выпуска наукоемкой продукции и коммерциализации результатов научно-исследовательской и опытно конструкторских работ, а также прав на объекты интеллектуальной собственности.

Принятая в Республике Беларусь Государственная программа инновационного развития на 2016-2020 годы является средством практической реализации государственной стратегии развития инноваций и инновационной политики. В программе содержится ряд перспективных целей и ориентиров, направленных на модернизацию белорусской экономики и повышение ее конкурентоспособности на мировых рынках.

В Республике Беларусь финансирование инноваций в основном осуществляется банковским сектором и решения принимаются государственными органами. На протяжении последних лет предпринимались меры, направленные на развитие белорусской системы финансирования НИОКР и инноваций. Созданный Банк развития Республики Беларусь преследует главную цель развитие системы финансирования государственных программ и реализации социально значимых инновационных инвестиционных проектов. В то время, как частный сектор развит по-прежнему недостаточно. В НСУР-2030 отмечается, что для финансирования инноваций необходимо более активное привлечение инвестиций частного капитала, создания венчурных фондов и научно-исследовательской инфраструктуры.

ИНДЕКС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ МСП КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

*Перепелица М.С., научный сотрудник
Государственное учреждение «Белорусский институт системного анализа
и информационного обеспечения научно-технической сферы», г. Минск*

Конкурентоспособное развитие сектора малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в реалиях современной экономики невозможно без развития инновационного компонента в деятельности субъектов МСП. Важнейшим фактором успешного инновационного развития страны в целом и сектора МСП в частности является качественная государственная политика в данной сфере. Одним из инструментов оценки эффективности государственной политики по отношению к субъектам МСП является Индекс экономической

политики в сфере МСП (*SME Policy Index*, далее – Индекс), разработанный Организацией экономического сотрудничества и развития при сотрудничестве с Европейской комиссией, Европейским фондом образования и Европейским банком реконструкции и развития. Структура Индекса опирается на 10 принципов Европейского акта о малом бизнесе (далее – АМБ), причем каждому из принципов соответствует одно (в некоторых случаях два) направления Индекса. Одним из 10 принципов АМБ является оказание содействия повышению качества предпринимательских навыков и развитию всех форм инноваций, которому соответствует направления Индекса 8а. «Предпринимательские умения» и 8б. «Инновационная политика в сфере МСП».

В 2016 году была проведена вторая по счету оценка национальных политик стран Восточного партнерства (далее – ВП) на соответствие принципам АМБ (первая оценка была осуществлена в 2012 году) [1], результаты которой могут быть использованы для определения дальнейших направлений совершенствования государственной политики в сфере инноваций. Итоговые баллы по направлению 8б. (по шкале от 1 до 5 баллов, где последняя оценка является наивысшей) были рассчитаны на основе оценок национальных правительств и независимых экспертов, заполнивших соответствующие опросные анкеты.

По результатам проведенной в 2016 году оценки Беларусь и Армения по направлению 8б. получили 2,91 балла, что является наиболее высокой оценкой среди стран ВП. Авторы исследования отмечают, что страны ВП по направлению 8б. получили одни из самых низких оценок [1, р. 177]. В случае Беларуси значение оценки направления 8б. превосходит среднее значение по всем 12 направлениям Индекса лишь на 3 %. По сравнению с 2012 годом значение направления 8б. для Беларуси продемонстрировало незначительный рост в 0,08 балла (темп прироста: 3 %), когда в среднем по странам ВП значение направления увеличилось на 0,52 балла (темп прироста: 25 %) (рисунок 1). Также следует отметить, что если в 2012 году значение Беларуси по рассматриваемому направлению превосходило среднее значение по странам ВП на 38 %, то в 2016 году превосходство нашей страны сократилось до 13 %. Одной из причин незначительного роста показателя Беларуси и значительного роста показателей других стран ВП (кроме Украины) может являться факт того, что к 2012 году в Беларуси по сравнению с другими странами ВП была проведена значительная работа в сфере инновационной политики. В то же время к 2016 году страны ВП осуществили значительные реформы в области инновационного развития. В Беларуси, согласно исследованию, условия для инновационного развития страны не претерпели кардинальных изменений в связи с чем и значение направления 8б. продемонстрировало лишь незначительный рост.

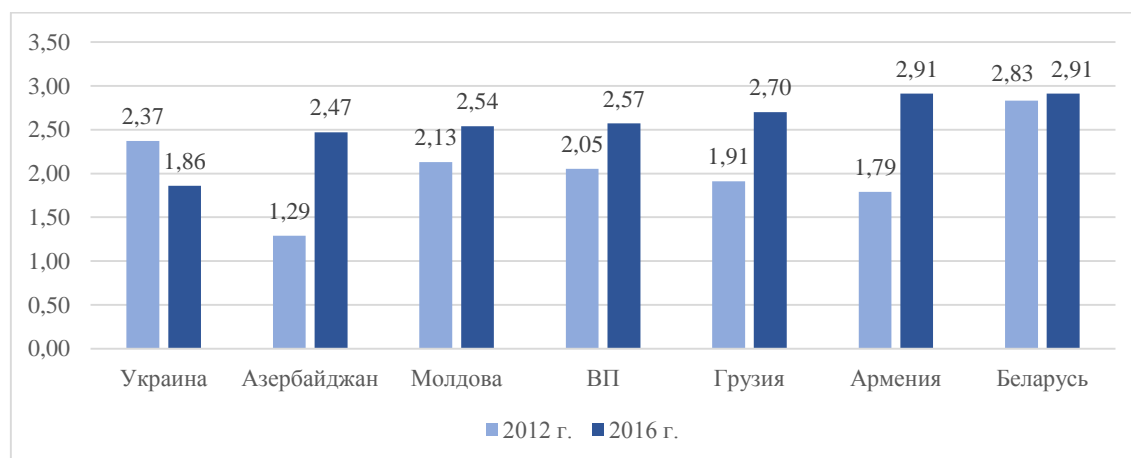


Рис. 1. Баллы по направлению 8б. «Инновационная политика в сфере МСП» для стран ВП и среднее значение по странам ВП в 2012 и 2016 годах

Согласно представленным в докладе данным наиболее низкую оценку среди трех компонентов направления 8б. Беларусь получила по поднаправлению 8б.1. «Рамочные основы инновационной политики» (2,47 балла) [1, р. 42]. Два других поднаправления были в отношении Беларуси были оценены более высоко: по поднаправлению 8б.2. «Государственная институциональная поддержка инновационных МСП» наша страна получила 3,61 балла, по поднаправлению 8б.3. «Государственная финансовая поддержка инновационных МСП» наша страна получила – 3,51 балла. Следует отметить, что, хотя значения Беларуси и превосходят средние значения по странам ВП по всем трем поднаправлениям, в отношении поднаправления 8б.1. этот отрыв минимален (5 % для 8б.1., 21 % для 8б.2. и 26 % для 8б.3.). Данные факты свидетельствуют о том, что наиболее проблемным аспектом инновационной политики по отношению к МСП являются рамочные основы данной политики. В то же время институциональная и финансовая поддержка инновационных МСП в Беларуси находится на более высоком уровне.

Согласно методологии Индекса, каждое из поднаправлений направления 8б. состоит из трех тематических блоков:

1. планирование и разработка;
2. реализация;
3. контроль и оценка.

Рассмотрение оценок, полученных Беларусью по отдельным тематическим блокам, позволяет установить факт того, что наша страна получила наименьший балл по всем трем тематическим блокам «контроль и оценка» в рамках направления 8б. (рисунок 2).

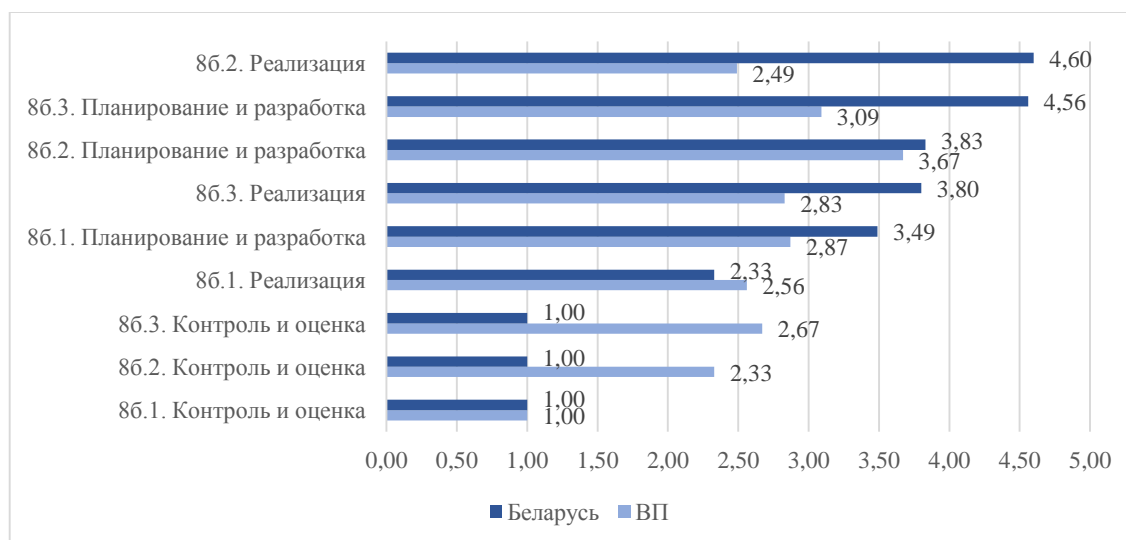


Рис. 2. Баллы по тематическим блокам направления 8б. «Инновационная политика в сфере МСП» для Беларуси и средние значения по странам ВП в 2016 году (в названии тематических блоков указаны поднаправления, к которым они принадлежат)

В соответствии с методологией Индекса оценки в 1 балл соответствуют уровню 1 развития политики в той или иной области, который означает отсутствие закона, института или (информационной) услуги в оцениваемой области [1, р. 39]. Авторы доклада подчеркивают, что отсутствие системы контроля и оценки влияния мер поддержки, оказываемых инновационным МСП, негативно сказывается на понимании степени положительного влияния подобной поддержки именно для представителей сектора МСП в отличие, например, от государственных предприятий [1, р. 271]. При этом следует отметить, что для развития системы контроля и оценки государственной институциональной и финансовой поддержки инновационных МСП Беларусь может использовать опыт других

стран ВП в особенности Армении, получившей в данной области одни из самых высоких оценок.

Исходя из динамики изменения значений направления 8б. для Беларуси и других стран ВП, задача совершенствования инновационной политики приобретает еще большую актуальность. Авторами-составителями Индекса была разработана система рекомендаций по совершенствованию государственной политики в сфере МСП, которая включает в себя приоритеты и инструменты экономической политике по каждому из 12 направлений Индекса, а также план реформирования экономической политики для каждой страны. Учитывая широкое поле действия в реформировании государственной инновационной политики в сфере МСП хотелось бы обратить внимание на возможность активизации работы по следующим направлениям:

1. совершенствование рамочных основ инновационной политики с акцентом на целенаправленную поддержку субъектов МСП;
2. развитие системы контроля и оценки государственной поддержки инновационных МСП.

В связи с последним пунктом стоит упомянуть то, что Стратегией развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года предусматривается «внедрение в республике механизма оценки регулирующего воздействия нормативных правовых актов, влияющих на условия осуществления предпринимательской деятельности в отношении субъектов МСП» [2], что в перспективе может оказать положительное влияние на повышение эффективности государственной поддержки инновационным МСП.

Литература

1. SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2016: Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe / OECD, European Union, EBRD, ETF – Paris: OECD Publishing, 2015. – 358 p.
2. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 17 октября 2018 г. № 743 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21800743&p1=1>. – Дата доступа: 09.05.2019.

РОЛЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Петушков Е.Н., студент 1 курса
Научный руководитель – Коврей В.А., к.э.н., доцент
Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск*

Сегодня малое предпринимательство играет одну из ключевых ролей, обеспечивая устойчивое развитие и рост экономики, экономическое и социальное благополучие страны, а также высокий уровень конкуренции на международной арене. Так, в промышленно развитых странах вклад малого предпринимательства в общий объем ВВП составляет более 50%. В Великобритании данный показатель варьируется в районе 53-56%, в Японии – 52-55%, в Германии – 55-57%, в США – 50-52% [1], а в Республике Беларусь данный показатель составляет 24,7% [2].

Одним из ключевых инструментов развития малого и среднего предпринимательства является банковское кредитование. Банки способны не только предоставить ресурсное обеспечение для предпринимателей, но и способствовать их дальнейшему развитию.

Толчок в развитии банковского кредитования предприятий малого и среднего бизнеса придала программа Европейского Банка Реконструкции и Развития (ЕБРР), осуществляемая

в Республике Беларусь с 2001 года. Первыми банками-партнерами программы стали ОАО «Приорбанк» и ОАО «Белгазпромбанк», которые получили финансирование от ЕБРР для кредитования малого и среднего бизнеса. Изначально эти банки использовали собственную технологию кредитования, а в 2002 году внедрили и стали использовать кредитную технологию ЕБРР [3]. Так, за 2018 год Европейский банк реконструкции и развития профинансировал в Беларуси 21 проект на сумму более 360 млн. евро, что явилось лучшим результатом за все время работы банка в стране [4]. Кроме ЕБРР ресурсной базой для других банков выступают либо собственные средства, либо такие площадки, как Банк развития, ЕИБ и др. Также Банк развития и Фонд поддержки предпринимательства имени Халифы (ОАЭ) в Абу-Даби подписали Меморандум о взаимопонимании, предусматривающий предоставление Банку развития долгосрочной кредитной линии в размере 25 млн долларов для реализации совместных программ по поддержке проектов предприятий микро-, малого и среднего бизнеса.

В рамках каждой из этих программ существует своя кредитная методика, которая разрабатывалась специально для Республики Беларусь с учетом особенностей экономических условий. Так, например, эффективность технологии кредитования по программе ЕБРР подтверждается устойчиво низким уровнем просроченной задолженности по кредитам (менее 3% сальдо кредитного портфеля), а также большим общим объемом выдаваемых кредитов. Средняя маржа банков при предоставлении таких кредитов не превышает 3% и варьируется в зависимости от условий заёмщика, на фоне чего возникает межбанковская конкуренция. Так, если один заёмщик предоставляет кредит под меньший процент, чем другой, то банк вынужден снижать собственный процент, чтобы оставаться конкурентоспособным. Данная борьба является положительным эффектом для предпринимателя, ведь в конечном итоге он получает кредит под меньший процент.

Банковская деятельность по оказанию услуг для МСБ не заканчивается на предоставлении кредитов. Одной из относительно новых форм поддержания предпринимательства, преимущественно в малых городах, является создание Бизнес-инкубаторов. Банки, совместно с государством, организуют площадки для МСБ, где предприниматели могут найти всю нужную им актуальную информацию от банков и других организаций, а также получить профессиональную консультацию от специалистов и взять в аренду офисные помещения. Так, на примере города Кричева, где данная площадка была открыта одной из первых в моголевской области, это будет способствовать не только развитию предпринимательства, что приведет к созданию новых рабочих мест и формированию конкуренции благодаря разнообразию производимых продуктов и оказываемых услуг, но и улучшению социального и экономического благополучия города в целом [4].

К аналогичной, однако более масштабной деятельности банков можно отнести создание коворкинг-зон. Коворкинг – это центр, где можно арендовать рабочее место на необходимое время. В случае с банками, данные зоны предоставляются бесплатно, если ты клиент банка-владельца этого центра. В апреле этого года заработал первый в Минске коворкинг, созданный банком – «Альфа-Бизнес Хаб». Это большое помещение с интернетом, рабочими местами, переговорными кабинетами, учебными классами и кофейней. Также клиент банка может зарезервировать учебный класс (35-50 человек) или зону с проектором (до 60 человек). В центре могут работать все бизнесмены, обслуживающиеся в Альфа-Банке. Создание центров, подобно этому, способствует развитию МСБ, следовательно, развитию экономики, ведь чем больше оборот у клиента – тем больше ресурсов у банка, чем успешнее банк – тем богаче экономика [5].

Литература

1. Кириченко, Н. Ивантер, А. Анализ финансового состояния банков. Рождение империй // «Эксперт» – 2012. – № 11 (128). – С. 22-26.

2. Официальный сайт «Национальный статистический комитет Беларуси» // Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. Дата доступа: 21.04.2019 г.
3. Указ Президента Республики Беларусь от 27 декабря 2013 № 586 «Об утверждении основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2014 год» (с последующими изменениями и дополнениями).
4. Официальный сайт «Белорусское телеграфное агентство» // Режим доступа: <https://www.belta.by> Дата доступа: 21.04.2019 г.
5. Официальный сайт «Альфа-Банк» // Режим доступа: <https://www.alfabank.by> Дата доступа: 21.04.2019 г.

БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЯ И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ БЕЛАРУСИ

*Резанова Е.В., вед. науч. сотрудник, канд. социол. наук
Институт социологии НАН Беларуси, г. Минск*

В условиях глобализации и усиления влияния частного сектора на мировую экономику следует формировать благоприятные условия для развития предпринимательства в регионах Беларуси, искать компромисс между регулирующей и экономической функцией государства, решать задачу разгосударствления отдельных сфер экономики внутри страны и либерализации бизнеса, создавать равную конкурентную среду для частных компаний и государственных предприятий. Сильные бизнес-ассоциации играют в этих процессах не последнюю роль.

Бизнес-ассоциация представляет собой форму коллективного действия представителей малого, среднего и крупного бизнеса для достижения общих целей, а также обеспечения органов государственного управления необходимой информацией для успешного регулирующего воздействия на предпринимательскую деятельность. В связи с этим бизнес-ассоциация обладает двойным институциональным статусом. С одной стороны, она является одним из звеньев в механизме управления экономической системой. В данном контексте бизнес-ассоциация выполняет такие функции, как рыночная координация и предоставление юридических, образовательных и консультационных услуг своим членам. С другой стороны, ассоциация служит одной из форм организации интересов и выступают составной частью гражданского общества [1]. Так, бизнес-ассоциации защищают интересы предпринимателей в контактах с органами власти; участвуют в экспертизе законодательства и нормативных актов; предоставляют образовательные и иные услуги; создают условия представителям бизнес-сообщества для взаимодействия и взаимовыгодного сотрудничества.

Несмотря на существование в научной литературе различных точек зрения относительно необходимости предпринимателей объединяться в бизнес-ассоциации, все же исследования показывают положительное влияние таких объединений не только на эффективность предпринимательской деятельности, но и на развитие и модернизацию экономики в целом. В частности, исследования Р. Донера и Б. Шнайдера доказывают, что бизнес-ассоциации могут с одной стороны, выполнять роль «института, поддерживающего рынок», выступая источником информации о нарушениях прав собственности и барьерах для предпринимательства; а с другой – «института, дополняющего рынок», собирая и предоставляя органам государственного управления и экономическим агентам информацию о состоянии конкретных рынков, обеспечивая координацию между фирмами в выработке и поддержании отраслевых стандартов, способствуя выходу местных компаний на новые рынки и внедрению новых технологий [цит. по: 2, с.27].

По данным Исследовательского центра ИПМ численность членов бизнес-ассоциаций на протяжении последних пяти лет не превышает 10-15 %. При этом в ассоциации более

охотно вступают наиболее активные и успешные компании, преимущественно представители ЗАО и УП с численностью занятых свыше 50 человек, работающих на рынке более пяти лет [3].

Причины столь низкой активности вступления в бизнес-ассоциации белорусских предпринимателей, по мнению экспертов, могут быть следующие:

- отсутствие информации о деятельности бизнес-объединений и нежелание предпринимателей перекладывать на бизнес-объединение решение ряда возникающих в ходе предпринимательской деятельности проблем [4];

- необходимость выплачивать членский взнос в бизнес-ассоциацию из чистой прибыли, а не относить суммы расходов, связанные с уплатой членских взносов, на затраты выпускаемой ими продукции или вычитать из налогооблагаемой базы при исчислении налога на прибыль [5];

- недоверие предпринимателей органам государственного управления, ввиду отсутствия у предпринимателей четкого представления о функционировании местного самоуправления и того, как происходит разграничение полномочий органов государственного управления и местного самоуправления [6].

Несмотря на низкую корпоративную активность самих предпринимателей, благодаря деятельности бизнес-ассоциаций в Беларуси организована Межведомственная комиссия по малому предпринимательству для проведения единой государственной политики по поддержке и развитию малого предпринимательства; создан Национальный совет по трудовым и социальным вопросам в целях осуществления взаимодействия государства и бизнес-ассоциаций по реализации социально-экономической политики; работают общественно-консультативные советы при министерствах и ведомствах, для обсуждения проектов нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность.

Кроме того, результаты опроса предпринимателей, проведенного в ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси», показали, что представители малого и среднего бизнеса в целом положительно оценивают деятельность бизнес-ассоциаций по ряду направлений. В частности, 65% респондентов отметили, что бизнес-ассоциации оказывают консультационную поддержку в рамках предпринимательской деятельности; каждый второй указал на возможность предоставления бизнес-ассоциациями юридических услуг, а 55 % – образовательных услуг; 47 % респондентов полагают, что бизнес-объединения помогают развивать деловые связи и налаживать новые контакты. Вместе с тем, только 40% представителей МСП согласились с тем, что бизнес-ассоциации защищают интересы представителей бизнеса в контактах с органами власти, что может быть связано либо с недостаточной информированностью о деятельности бизнес-ассоциаций, либо с отсутствием положительного опыта в решении такого рода вопросов, либо с недоверием к результативности такого взаимодействия. В свою очередь, распределение ответов на вопрос о наилучших способах обсуждения вопросов, касающихся условий ведения бизнеса, показало, что всего 6,7% предпринимателей считают целесообразным обсуждать эти вопросы в рамках бизнес-ассоциаций, большинство же (51,7%) предпочитают Интернет-ресурсы или личные встречи.

Таким образом, бизнес-ассоциации играют важную роль в формировании благоприятных условий для развития предпринимательства как по мнению экспертов, так и по мнению предпринимателей. Вместе с тем, следует популяризировать деятельность бизнес-ассоциаций в Республике Беларусь, наделять представителей бизнес-ассоциаций большими полномочиями в формировании институциональных условий предпринимательской деятельности, совершенствовать законодательство в деятельности бизнес-ассоциаций и повышать доверие предпринимателей государственным организациям, местным органам власти и бизнес-ассоциациям.

Литература

1. Попандопуло, А.И. Институциональные формы взаимодействия государства и бизнеса в политической системе России / А.И. Попандопуло // Государственное управление [Электронный ресурс]. – 2005. – URL: http://ejournal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2011/vipusk__29._dekabr_2011_g./pravovie_i_politicheskie_aspekti_upravlenija/popandopulo.pdf (дата доступа: 10.05.2018)
2. Яковлев, А.А. Бизнес-ассоциации и их роль в процессах модернизации в России / А.А. Яковлев, А.Ю. Зудин, В.В. Голикова // Общественные науки и современность. – 2011. – №3. – С.26-35
3. Скриба, А. Роль бизнес-союзов в экономической деятельности белорусских МСП и резервы расширения их аудитории / А. Скриба // Дискуссионный материал Исследовательского центра ИПМ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/pdp2015r06.pdf> – (дата доступа: 22.04.2018)
4. Тарасевич, Ж. Какие объединения бизнеса нужны в Беларуси? / Ж. Тарасевич // Совет по развитию предпринимательства [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://credonew.ru/content/view/500/30> (дата доступа: 19.04.2018)
5. Карягин, В. Бизнес-ассоциации: 25 лет на энтузиазме / В. Карягин // Белрынок [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belrynok.by/2016/01/05/biznes-assotsiatsii-25-let-na-entuziazme> (дата доступа: 09.09.2018)
6. Андрос, И.А. Белорусский предприниматель в обществе и государстве: историко-социологический анализ / И.А. Андрос. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 365 с.

ПРОБЛЕМЫ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

Санникова Е.О., бакалавр, 4 курс

*Ончукова Г.Е., доцент кафедры «Экономика и финансы», к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет
имени М.Т.Калашикова», г. Ижевск, Россия*

Государственные закупки являются одним из механизмов управления государственными финансами. В процессе их осуществления расходуются бюджетные средства, поэтому необходимо соблюдать принцип рациональности и эффективности расходования этих средств. В Бюджетном кодексе РФ закреплено: «Принцип эффективности использования бюджетных средств означает, что при составлении и исполнении бюджетов участники бюджетного процесса в рамках установленных им бюджетных полномочий должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема средств (экономности) и (или) достижения наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств (результативности).» [1, ст. 34]. Однако в России единых требований, методик или критериев для оценки эффективности осуществления государственных закупок не разработано. В настоящее время существуют методические рекомендации Коллегии Счетной палаты РФ и Минэкономразвития РФ, предлагающие показатели эффективности в сфере госзакупок, но на региональном уровне они не используются [2, 3]. Необходимо разработать комплексную систему показателей эффективности, охватывающую все стадии проведения закупки (планирование, размещение, контроль).

На современном этапе проведение госзакупок в РФ регулирует Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 г. № 44 - ФЗ [4]. Следует отметить,

что ряд положений этого закона противоречит Гражданскому кодексу РФ. Кроме того, ежегодно выпускается большое количество нормативных документов Министерства финансов, Федеральной антимонопольной службы и иных органов власти, детализирующих положения ФЗ № 44, которые порой не связаны друг с другом и создают неудобства как для заказчиков, так и для поставщиков. Следуя одним правилам, они рискуют нарушить другие. Также можно отметить, что на практике отсутствует возможность реализации некоторых статей закона [5]. Так, заказчики должны разрабатывать план-график на основе уже сформированного ими плана закупок [4, ст. 21]. Но на практике работа над этими документами ведется параллельно, так как оба документа формируются лишь после выделения заказчику соответствующих лимитов бюджетных обязательств. Помимо этого план закупок полностью повторяет план-график, в течение года план изменяется много раз, внесение изменений в ряд документов одновременно затягивает процедуру закупки. Таким образом, необходимо продолжить работу по совершенствованию законодательства в сфере закупок.

Вся работа в сфере закупок происходит с помощью Единой информационной системы на территории всей России. Однако на сайте возникают постоянные ошибки, ведутся регламентные работы и появляются другие проблемы, которые не дают возможности вовремя извлечь нужную информацию и внести важные изменения в документы. Весь процесс размещения и осуществления закупки занимает очень много времени и в целом является достаточно трудоемким, поэтому важно наладить работу сайта ЕИС. Этим должны заниматься квалифицированные специалисты в сфере информационных технологий, изучая систему изнутри. Проблемы должны решаться в каждый конкретный момент, поэтому стоит увеличить число сотрудников и повысить их квалификацию.

Вся процедура контрактной системы в сфере госзакупок выполняется персоналом, вынужденным работать с огромным количеством информации, поэтому часто возникают технические или допущенные по невнимательности ошибки, исправление которых требует дополнительного времени. Также затягивает процесс нехватка кадров при огромном количестве заказчиков и поставщиков. В Региональном центре закупок Удмуртской Республики, по оценкам специалистов, отмечается, что в среднем в день на одного человека приходится около 25 заявок, обработать их и решить проблему за рабочий день практически невозможно [6]. Работники вынуждены оставаться сверхурочно и работать в выходные, поэтому именно в этих подразделениях наблюдается высокая текучесть кадров. Нехватка кадров возникает и в связи с тем, что большинство граждан обладает поверхностным представлением о контрактной системе закупок, и не желает заниматься неизвестной им сферой деятельности. С этим связана еще одна проблема – отсутствие профессиональной подготовки кадров. Профессиональных закупщиков на данный момент в России нет. Как правило, в сферу закупок приходят работать люди с экономическим или юридическим образованием. Начиная свою деятельность в сфере закупок, новичку приходится получать знания с нуля и требуется много времени, чтобы вникнуть в систему и стать хорошим специалистом, быстро решать поставленные задачи и приносить пользу заказчикам и поставщикам. Исходя из вышеизложенного, считаем необходимым создание единой федеральной программы по профессиональной переподготовке кадров, проведение регулярных семинаров, вебинаров и других учебно-практических занятий по развитию профессиональных навыков заказчиков и актуализации их знаний.

Следующая проблема – недобросовестность поставщиков. Многие поставщики стремятся заключить контракт с государственными заказчиками, так как данный контракт предполагает крупные суммы и объемы поставок. В погоне за получением большой прибыли, некоторые поставщики готовы предоставить поддельные документы и банковские гарантии. Также часто встречаются случаи, когда поставщик в ходе исполнения контракта начинает поставлять товары или предоставлять услуги ненадлежащего качества. Тогда заказчик должен отказать в приемке товара, в результате таких действий поставщика

расторгается контракт, начинается поиск нового поставщика, на что тратится дополнительное время и материальные ресурсы. Может возникнуть ситуация, когда на какое-то время заказчик останется без необходимых товаров. Особенно опасно это, когда заказчиком выступает больница, детский сад и другие учреждения, обслуживающие население. В рамках решения данной проблемы рекомендуется ужесточить проверку участников конкурса на соответствие предъявляемых требований и условий попадания подрядчиков в реестр недобросовестных поставщиков.

В ходе проведенных комплексных проверок Управлением развития контрактной системы Министерства финансов Удмуртской Республики в 2018 г. было выявлено очень много нарушений со стороны заказчиков. В основном нарушения были замечены в части соблюдения законодательства, обоснования потребности и цены объекта закупки, а также эффективности использования бюджетных средств. Для решения данной проблемы было принято решение о централизации закупок, и был создан Региональный центр закупок – подведомственное учреждение Министерству финансов УР [6]. Региональный центр закупок проверяет извещения заказчиков, консультирует их по всем вопросам в сфере закупок, определяет поставщиков, назначает электронную площадку, на которой будет проходить конкурс. Одна из задач центра – поддержание конкуренции и повышение прозрачности закупок. Центр оказывает техническую поддержку заказчикам, проводит обучающие семинары и способствует развитию контрактной системы в целом. В первую очередь, центр работает с муниципальными заказчиками, а также постепенно принимает на себя и региональных. Создание такого центра позволит решить ряд существующих проблем в области контрактной системы в сфере закупок.

Таким образом, существующие проблемы в сфере госзакупок во многом связаны с тем, что контрактная система находится на стадии развития. Постепенно проблемы будут решаться, и система госзакупок выйдет на новый уровень.

Литература

1. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 27.12.2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/. – (Дата обращения: 23.04.2019).

2. Методические рекомендации по проведению аудита в сфере закупок: утверждены Коллегией Счетной палаты РФ от 21 марта 2014 года № 15К (961) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/555742477>. – (Дата обращения: 23.04.2019).

3. Методические рекомендации по оценке эффективности проведения конкурсов на размещение заказов на поставки товаров для государственных нужд: Письмо Минэкономразвития РФ от 27.03.2003 № АШ – 815/05 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=313107#012880606998890864>. – (Дата обращения: 23.04.2019).

4. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 № 44-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/. – (Дата обращения: 23.04.2019).

5. Сводный аналитический отчет о результатах мониторинга закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд Удмуртской Республики за 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wt.mfur.ru/portal/Show/Content/964?ParentItemId=23>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 23.04.2019).

6. Официальный сайт Министерства финансов Удмуртской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mfur.ru/>. – (Дата обращения: 23.04.2019).

СТРАХОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ СПАО «ИНГОССТРАХ»

Семенова Е.Н., к.э.н., доцент

Кузнецова М.Е., студентка

Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан

Страхование является важной составляющей частью рыночной экономики Российской Федерации, а страхование в сельскохозяйственном секторе не только эффективный и важный инструмент управления рисками, но один из самых сложных видов страхования с точки зрения его организации и проведения. Данная отрасль в наибольшей степени подвержена воздействию неблагоприятных погодных условий, стихийных бедствий и прочих чрезвычайных ситуаций. В ряде случаев это может стать причиной огромных потерь. Поэтому страхование имущества сельскохозяйственных предприятий имеет огромное значение для финансовой стабильности РФ в целом и в Республики Хакасия (РХ) в частности.

По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по РХ в 2018 году наблюдается снижение количества организаций, занимающихся растениеводством и животноводством (50 единиц) по сравнению с 2017 годом.

В настоящее время на территории РХ осуществляют деятельность 239 финансовых и страховых организаций. В РФ создан Союз "Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса – Национальный союз агростраховщиков". В союз входят такие страховые компании, осуществляющие деятельность в РХ, как: АО «СОГАЗ»; САО «ВСК». Также на территории РХ осуществляет деятельность по страхованию сельского хозяйства СПАО «Ингосстрах». СПАО «Ингосстрах» не входит в Национальный союз агростраховщиков, так как считает убыточной деятельностью заключать договоры агрострахования с государственной поддержкой. В данной работе предлагается осуществление страхования сельскохозяйственных организаций в СПАО «Ингосстрах», так как эта страховая организация является в настоящее время лидером по страхованию сельскохозяйственных организаций на территории РХ.

Такие объекты страхования в отрасли сельского хозяйства как урожай, сельскохозяйственные культуры и многолетние насаждения, СПАО «Ингосстрах» как и АО «СОГАЗ», САО «ВСК» не страхуют в связи с чрезвычайно высокими страховыми рисками на территории РХ.

По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по РХ в сельскохозяйственных организациях в 2018 году по сравнению с 2017 годом производство скота и птицы на убой (в живом весе) снизилось на 34,2%. В отрасли сельского хозяйства РХ страхование поголовья животных осуществляется СПАО «Ингосстрах», АО «СОГАЗ», САО «ВСК». В настоящее время имеет действующие договоры страхования поголовья животных только СПАО «Ингосстрах».

По данным СПАО «Ингосстрах» страховая сумма поголовья животных в 2018 году составила 73 310 710,72 рублей, что на 541 828,71 рублей меньше чем в 2017 году. Вид имущества, застрахованного СПАО «Ингосстрах»: крупный рогатый скот, мелкий рогатый скот, лошади. Лидером по страхованию животных (крупный рогатый скот) стал Ширинский район РХ. Страховые выплаты на протяжении 2017-2018 годов не осуществлялись, так как происшествий, относящихся к страховому случаю, не наблюдалось. СПАО «Ингосстрах», также, как и АО «СОГАЗ», САО «ВСК» не страхует свиней и птиц, в связи с высокими страховыми рисками.

Для того чтобы застраховать сельскохозяйственных животных сельскохозяйственные организации должны выполнить ряд условий, которые выставляют страховые организации, в данном случае СПАО «Ингосстрах»:

- Наличие средств пожарной безопасности на территории предприятия (огнетушители, пожарный щит, емкость с водой);
- Наличие по периметру предприятия забора;
- Покрытие проезжей части территории фермы (твердое грунтовое, иное);
- Существует ли на территории предприятия пропускная система?;
- Какая охрана на территории предприятия;
- Кем осуществляется охрана;
- Установлены ли на территории хозяйства/предприятия камеры наблюдения?

Также СПАО «Ингосстрах» запрашивает у сельскохозяйственных организаций дополнительную информацию по животным: завезены животные в РФ из-за рубежа или нет; животные племенные или нет; наличие в хозяйстве животных на карантине; цель выращивания животных; квалификация штата ветеринарной службы в хозяйстве; выдерживается ли рацион кормления; производится ли контроль качества кормов; наличие у предприятия предписаний органов Государственного надзора; наличие в радиусе 5 км животноводческих предприятий; застрахованы ли животные в других страховых компаниях; были ли заявлены убытки по рискам, заявленным на страхование; в хозяйстве за последние 5 лет устанавливался карантин по инфекционным заболеваниям или нет; в районе (области) за последние 5 лет имелись случаи распространения инфекционных заболеваний.

На территории РХ СПАО «Ингосстрах», АО «СОГАЗ», САО «ВСК» осуществляют страхования сельскохозяйственной техники и недвижимости.

В рассматриваемый период СПАО «Ингосстрах» имеет договора по страхованию сельскохозяйственного имущества (самоходная техника, навесная, прицепная, стационарная, товарно-материальные ценности дополнительное оборудование, недвижимость). Страховой организацией за 2018 год застраховано сельскохозяйственного имущества на сумму 595 544 399,06 рублей, что на 343 146 115,61рублей меньше, чем в 2017 году (938 690 514,67 руб. за 2017 год). Страховые выплаты в 2018 году осуществлялись страховой компанией СПАО «Ингосстрах» на сумму 1 000 000,00 рублей, а в 2017 году – на сумму 2 000 000,00 рублей. Лидирует по страхованию сельскохозяйственного имущества организации, находящиеся в Ширинском районе РХ.

По вышесказанному можно сделать вывод о том, что такой вид страхования как сельское хозяйство на территории РХ носит большие страховые риски и не все страховые компании готовы их на себя взять. При этом большинство сельскохозяйственных организаций не страхуют поголовья животных и сельскохозяйственную технику. Это связано, прежде всего, с условиями страхования: сельскохозяйственные организации РХ не соответствуют требованиям, которые предъявляют страховые организации. Это говорит о низком уровне организации сельскохозяйственного производства. Все же, несмотря на жесткую политику страховых организаций, возможность застраховать сельскохозяйственным организациям своих животных и имущество предоставляется.

Литература

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс]: Доклад, № 1.37.2.РХ «Социально-экономическое положение Республики Хакасия в 2018 году». – Электрон. дан. – URL:<http://www>.

http://krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/publications/pubНак/official_publications/electronic_versions/ (дата обращения 02.04.2019).

2. Союз «Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса – Национальный союз агростраховщиков» [Электронный ресурс]: «О Союзе». – Электрон. дан. – URL:<http://www.naai.ru/> (дата обращения 01.04.2019).

МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Соколова И.Н., доцент кафедры экономики и управления, к.э.н.
ФГБОУ ВО Ижевский государственный технический университет им. М.Т. Калашникова,
г. Ижевск, Россия*

*Соколова А.В., студентка 4-го курса международного финансового факультета
Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва, Россия*

Прибыль и рентабельность – основные индикаторы благополучного функционирования предприятия и их увеличение является одним из главных целей деятельности современных предприятий. Управлению прибылью организаций очень важный вопрос в коммерческой деятельности. Возможность получения прибыли побуждает людей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства и в конечном итоге конкурентоспособность предприятия на современном рынке [1,2].

Для повышения прибыли и рентабельности, как правило, выделяют два основных направления: увеличение выручки от реализации продукции, работ, услуг соответственно, снижение себестоимости.

Рассмотрим основные направления увеличения прибыли и рентабельности продаж ООО «Ижевские сетевые технологии».

Как видно из рисунка 1, с целью увеличения прибыли ООО «Ижевские сетевые технологии» предлагаются мероприятия по двум направлениям:

1. Увеличение доходов за счет поиска новых потребителей [1] .

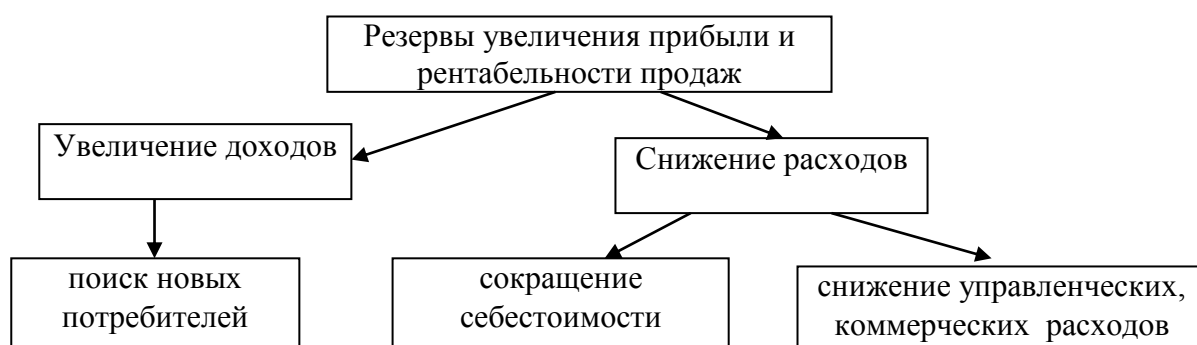


Рис.1. Резервы увеличения прибыли и рентабельности продаж ООО «Ижевские сетевые технологии»

2. Снижение расходов за счет сокращения себестоимости продукции, коммерческих и управленческих расходов.

Рассмотрим каждое направление более подробно.

Поиск новых рынков сбыта довольно-таки обширен. Для предприятия ООО «Ижевские сетевые технологии» это является перспективным направлением. Для этого необходимо активное участие в тендерах. Участие в тендере на строительство линий связи и слаботочных сетей на 2019-2020 гг. в следующем количестве (таблица 1).

Табл. 1. Дополнительный объем заказов на 2019-2020 гг.

Организации	2019 г.	2020 г.
ООО «Лада Ижевск»	110	130
ПАО «Автоваз»	90	105
Концерн «Калашников»	100	115
ИТОГО:	300	350

Проанализируем, как изменится объем выручки в 2019 году при реализации продукции при прочих равных условиях (таблица 2).

Табл. 2. Прогноз прироста выручки

Наименование показателя	Количество шт.	Цена за 1 шт., тыс. руб.	Выручка, тыс. руб.
ООО «Лада Ижевск»	110	102	11220
ПАО «Автоваз»	90	107	9630
Концерн «Калашников»	100	133	13300
ИТОГО:	300		34150

Как видно из таблицы 2, ООО «Ижевские сетевые технологии» уже в 2019 году сможет увеличить выручку от реализации более, чем на 34 млн. руб.

Поскольку фирма большое количество материала для работы закупает за рубежом, изменение курса рубля приводит к значительному росту себестоимости. Для сокращения себестоимости предлагаем заменить некоторые материалы на российских производителей (таблица 3).

Табл. 3. Определение затрат на материалы с учетом замены, тыс. руб.

Виды материалов	Зарубежный производитель	Российские производители
Коммутационное оборудование	1500	550
Сетевое оборудование	2100	720
Расходные материалы	3000	1050
Итого	6600	2320

При этом размер экономии составит 4280 тыс. руб.

Следующее мероприятие – снижение коммерческих и управленческих расходов. Предприятие имеет большую величину коммерческих и управленческих расходов, которые необходимо сократить. Рассмотрим вариант изменения прибыли, когда величина коммерческих и управленческих расходов на предприятии составит по два миллиона рублей. Снизить коммерческие расходы планируется за счет снижения затрат на погрузку и перевозку готовой продукции (вывоз продукции будет осуществляться за счет средств потребителя). Управленческие расходы будут сокращены за счет командировочных расходов начальника коммерческого отдела, в связи с тем, что заказы будут заключены на территории Удмуртии.

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий позволит значительно повысить прибыль и рентабельность предприятия, и соответственно эффективность его функционирования.

Литература

1. Ималетдинов, А.М., Соколова, И.Н. Экономическое обоснование мероприятий по увеличению прибыли и рентабельности в ООО «Рекламное агентство «Центральное» // в сборнике Исследование процессов хозяйственной деятельности экономических субъектов: проблемы и решения. Материалы научно-практической конференции студентов и молодых специалистов. Автономная некоммерческая образовательная организация высшего

образования центросоюза Российской Федерации «Российский Университет Кооперации», под научной редакцией д.э.н., профессора К.В. Павлова, к.э.н., доцента Г.Н. Васильевой, к.э.н., доцента О.В. Котлячкова. 2015. С. 48-52.

2. Становление и развитие территориальной системы потребительской кооперации оценка ее влияния на функционирование экономики региона (на примере Удмуртской республики). Павлов К.В., Котлячков О.В., Абдуллаева М.Н., Апатова Н.В., Асадуллина Н.Р., Васильева Г.Н., Каримов М.Р., Каримов Р.Р., Каримова Н.А., Кашин А.А., Комышев А.Л., Кондратьев Д.В., Костюкова С.Н., Кудрявцев А.Ф., Лекомцев А.Л., Лихоносова А.С., Митрофанова И.В., Носова О.В., Одинцова Т.М., Панков Д.А. и др. коллективная монография / Ижевск, 2017.

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК КАТАЛИЗАТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Спринчак А.И., к.с.х.н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Введение. Экономические реалии 21 века, связанные с нарастанием неравенства по благополучию людей во всём мире, непрерывной монополизацией рынка транснациональными корпорациями, увеличением безработицы, особенно среди сельского населения, породили объективную потребность развития разных форм малого и среднего бизнеса в регионах, одновременно вызывая и необходимость повышения качества социального капитала сельских территорий.

В этой связи выбранное направление исследования имеет повышенную актуальность и направлено на достижение мотивированной названными обстоятельствами цели – изучить особенности регионального развития социально-ориентированного бизнеса и выявить наиболее перспективные его направления, связанные с реализацией как долгосрочных, так и краткосрочных социо-культурных проектов разной направленности.

В качестве научной новизны в работе представлен алгоритм интегрированного взаимодействия представителей госструктур, малого и среднего предпринимательства и зарубежных организаций-спонсоров в рамках государственно-частного партнёрства.

Основная часть. Социальное предпринимательство не является видом деятельности, связанным с осуществлением различных благотворительных акций за деньги, пожертвованные юридическими и физическими лицами. Проведение подобных акций в социально-ориентированном бизнесе может быть лишь начальной стадией, позитивной «раскруткой» будущего социального проекта. В дальнейшем проект, спонсируемый извне, должен выйти на запланированный уровень окупаемости и обеспечивать долгосрочный социальный эффект в той или иной сфере хозяйственной деятельности.

Отдельного внимания заслуживает изучение возможностей внедрения социальных инноваций в сферу малого и среднего бизнеса, как важнейшего направления минимизации существующих общественных проблем в сельской местности. Здесь изначально следует учитывать, что социально-ориентированное новаторство в предпринимательской деятельности следует рассматривать как неотъемлемую часть общего процесса инновационной трансформации социально-экономической среды на селе в целом и совершенствования общественной инфраструктуры на местах, в частности. Социальные предприниматели, занимаясь внедрением полезных новшеств в наш повседневный быт, улучшают окружающий мир, используя как традиционные бизнес-практики, так и собственные инновации, изобретая новые формы бизнеса, или нетрадиционно адаптируя традиционные бизнес-подходы к социальным задачам по развитию сельских территорий [1]. Международная общественная организация Skoll Foundation в своей официальной трактовке

социального предпринимательства, обозначила его агентов как носителей позитивных перемен общества, преобразователей устаревающих норм и традиций, меняющих мир в лучшую сторону [2]. Таким образом, внедрение в сельскую общественную среду проектов, обеспечивающих использование набора улучшающих социальных инноваций в долгосрочной перспективе, создаёт необратимые предпосылки для формирования более качественного человеческого капитала как в аграрной экономике, так и непосредственно в каждой сельской семье.

Социально-ориентированное инновационное предпринимательство с большим успехом развивается в развитых странах мира. Существуют различные образовательные программы, предлагающие обучение в области социального предпринимательства, развиваются центры социальных инноваций, предназначенные для прохождения стартапов начинающих предпринимателей-инноваторов [3]. В Республике Беларусь в настоящее время также наблюдается активный процесс освоения различных социальных стартапов в сельской местности такими общественными организациями (объединениями), как: «Отдых в деревне», «Экопартнерство», «Ахова птушак Бацькаўшчыны», «Международный центр им. Й. Рау», «Экопроект», «Фонд им. Льва Сапегі», «Центр экологических решений», «Эндо», «Международный фонд развития сельских территорий», «Центр устойчивого развития», «Офис европейской экспертизы и коммуникаций» и многие другие [4].

Инновационное развитие социально-ориентированного малого и среднего предпринимательства – достаточно сложный и длительный процесс со своими хозяйственными рисками. В ходе данного процесса постоянно возникает потребность совершенствования нормативно-правовой базы, а также необходимость учёта менталитета сельского населения, признания предпринимательских традиций, административных особенностей системы власти, учёта многих других факторов. Раскрытие особенностей и перспектив социального предпринимательства инновационного типа в сельских регионах Беларуси может быть связано с решением следующих задач:

- дать научно-практическое обоснование выбора направлений стратегического воздействия исполнительных органов власти на предпринимательскую деятельность инноваторов в рамках государственно-частного партнёрства;
- экономически и социально обосновать эффективность нацеленности запланированных действий на развитие инновационного предпринимательства через ее подчинение закономерностям развертывания совокупного цикла «социальное исследование – инновационное производство»;
- с учётом перспектив кластерного развития белорусской экономики обосновать эффективность участия социально-ориентированного инновационного бизнеса в экономически обоснованном разделении труда в условиях развития цифровой экономики.

Перечисленные задачи в качестве предмета исследования формируют новые условия для использования усовершенствованных методов и инструментов эффективного воздействия на инновационное предпринимательство, обеспечивающее как коммерческую реализацию разработанных новых (улучшенных) социальных технологий, так и выполнение общественных заказов на некоммерческой основе [4].

Необходимость инновационного развития социально-ориентированного малого и среднего предпринимательства в контексте обуславливается не только ограниченностью положительного влияния рыночных механизмов на формирующуюся бизнес-среду, но и реальными жизненными потребностями населения в повышении их качества жизни на основе устойчивого развития социума.

Автор предлагает в качестве одного из вариантов кластерного социально-ориентированного взаимодействия рассмотреть упрощённую схему интегрированного государственно-частного партнёрства в сфере социальных инноваций органов местной власти, представителей малого и среднего бизнеса и зарубежных организаций-спонсоров (рис. 1).



Рис. 1. Схема государственно-частного партнёрства при формировании кластера социального инновационного бизнеса.

Примечание. Источник: собственная разработка.

При реализации на практике подобного проекта важен учёт целого ряда существенных факторов:

концентрация необходимого объёма финансовых средств для осуществления запланированного инновационного социально-ориентированного проекта;

учет степени неопределённости внешней и внутренней среды и связанных с этим рисков, а также наличие достаточного временного лага для реализации проекта;

оценка взаимосвязи планируемого социального проекта в рамках единой сельской территории с другими с учётом их степени инновационности и соответствия;

стимулирование социальных инноваций: поощрение конкуренции, различные финансовые субсидии и льготы участникам инновационных процессов, частичное или полное государственное страхование инновационных рисков;

создание в рамках кластера научно-инновационной инфраструктуры, оказывающей информационные, юридические, деловые, консультационные и другие услуги субъектам инновационной деятельности на селе.

В большинстве случаев в социально-ориентированном предпринимательстве применяется бизнес-модель гибридного типа, позволяющая в ходе реализации бизнес-процессов реализовывать как коммерческие цели и задачи, так и некоммерческую деятельность, востребованную общественной средой и спонсируемую из запланированных источников. И если возникает потребность освоения социальных инноваций, при такой модели развития малого бизнеса можно быстрее переориентироваться под выполнение новых задач с учётом открывающихся возможностей. При этом налоговые отчисления от коммерческой деятельности в бизнесе осуществляются отдельно, а новый социальный проект проходит по отдельной финансовой схеме, с учётом имеющихся налоговых льгот и преференций. Именно подобный вариант социально-ориентированного бизнес-моделирования автор и предлагает взять за основу при внедрении собственных новшеств, а также улучшающих инноваций для отечественной общественно значимой инфраструктуры.

Таким образом, основная идея в выработке приоритетов инновационного развития социально-ориентированного малого и среднего предпринимательства в нашей стране, заключается в формировании эффективной экономической политики, в которой одновременно учитываются государственные и общественные интересы, в том числе организаций-спонсоров, осуществляющих благотворительную деятельность в рамках запланированных социальных проектов. Предприниматели-инноваторы в рамках кластерной инициативы не обременены ведением долгосрочных переговоров, подготовкой пакетов

необходимых документов и различной финансовой отчетности. Всё это осуществляют специализированные службы в рамках того или иного проекта.

Выводы. Социально-ориентированное предпринимательство, развивающееся на основе новых, в том числе информационных технологий, оказывает значительное влияние на результаты устойчивого развития отдельных регионов, способствует повышению жизненного уровня населения, является оптимальным средством достижения высоких социальных и экономических результатов.

Механизм реализации данного направления в развитии инновационного предпринимательства опирается на следующий алгоритм. Предприниматели малого и в среднего уровня исходят из того, что наиболее востребованные в развитых странах социальные инновации сначала проходят предварительную проверку в инновационных бизнес-инкубаторах, а затем, после соответствующей доработки передаются малым и средним формам бизнеса на местах. Такой подход позволяет подойти к внедрению инновационных продуктов наиболее рационально и эффективно.

Сегодня в отечественной практике отсутствуют эффективные инструменты и механизмы управления социально ориентированным инновационным развитием экономики регионов. Все это обуславливает важность разработки и дальнейшей реализации концептуальных основ управления процессом модернизации социальной инфраструктуры регионов, создание институциональной среды, развивающей инновационные и инвестиционные процессы в социальной сфере.

Социальные проекты и программы, реализуемые в регионе, должны органично вписываться в стратегию долгосрочного социально-экономического развития страны и регионов. С этой точки зрения, основные государственные усилия целесообразно сконцентрировать на решении трех групп задач: улучшение социально-экономических условий жизнедеятельности, повышение интеллектуального и культурного потенциала личности, духовное и нравственное совершенствование личности.

Литература

1. Подберёзкин, М. Социальное предпринимательство в Беларуси: вчера, сегодня, завтра. [Электронный ресурс] Режим входа: http://ibb-minsk.by/sites/default/files/social_enterprises_odb.pdf Дата входа: 29.03. 2018

2. Социальных инноваций требует социального предпринимательства? [Электронный ресурс] Режим входа: <http://www.elexpro.ru/854.php> Дата входа: 29.03. 2018

3. Управление развитием социально-ориентированной инновационной экономики региона [Электронный ресурс] Режим входа: <http://economy-lib.com/upravlenie-razvitiem> Дата входа: 30.03. 2018

4. Патлис, В. Анализ действующих финансовых механизмов развития стартапов в Республике Беларусь / Банкаўскі веснік, 2018. – №10, с. 54-59

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СУБСИДИЙ В РАЗВИТИИ ФЕРМЕРСКОГО ХОЗЯЙСТВА

*Субракова Л.К., доцент кафедры, к.э.н., доцент
Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан*

Поддержка агропромышленного комплекса в России осуществляется в рамках реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы в форме предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации по ряду направлений, в т.ч. создание системы поддержки фермеров и развития

сельской кооперации [1]. Предусматриваются межбюджетные трансферты бюджетам субъектов РФ в виде:

субсидий для обеспечения доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей при производстве продукции растениеводства и молочного скотоводства;

консолидированной субсидии для стимулирования развития сельскохозяйственного производства;

субсидирования части затрат на уплату процентов по инвестиционным кредитам на строительство, реконструкцию и модернизацию объектов АПК;

субсидий на возмещение части прямых затрат на строительство новых и/или модернизацию действующих мощностей по производству и хранению сельхозпродукции.

Поскольку на цели поддержки сельского хозяйства направляются значительные и возрастающие суммы, важным аспектом становится оценка эффективности субсидирования. Государственные органы ограничиваются в своем анализе сравнением плановых и фактических сумм, а также запланированных и достигнутых критериальных показателей программ. Данные для оценки эффективности на основе сравнения суммы субсидий и результатами их предоставления сельхозпроизводителям отсутствуют в статистике, поэтому ограничимся рамками отдельного хозяйства, получавшего субсидии.

Целью статьи является оценка влияния получаемых субсидий одним из крестьянских (фермерских) хозяйств на результаты хозяйственной деятельности. Хозяйство расположено в Республике Хакасия и занимается выращиванием крупного рогатого скота и реализацией молока и мяса перерабатывающим предприятиям региона.

На основе данных Книги доходов и расходов КФХ доходы хозяйства за 2016-2018 гг., были сгруппированы на три укрупненные группы: выручка от продажи молока, мяса, субсидии на приобретение техники, горюче-смазочных материалов и кормов.

Табл. 1. Доходы КФХ за 2016-2018 годы, руб.

Годы	2016	2017	2018
Выручка от продажи молока	9 939 413,18	8 315 562,68	5 968 696,9
Выручка от продажи мяса	1 774 620,0	6 201 605,0	6 575 868,0
Субсидии	1 064 107,0	2 177 444,32	397 997,0
Итого:	12 778 140,18	16 694 612,0	12 942 561,9

Из данным таблицы 1 следует вывод: общий доход КФХ вырос на 30,6 в 2017 и на 1,3 % в 2018 по сравнению с 2016 г. Таким образом, если оценивать динамику доходов в 2018 г. по сравнению с предыдущим годом, то следует отметить значительный спад общей суммы доходов – на 22,5 %. Это произошло за счет резкого уменьшения полученных субсидий – в 5,5 раза, выручки от продажи молока – на 39,3 %, при этом рост выручки от продажи мяса на 6,0 % в 2018 г. по сравнению с предыдущим годом не компенсировал снижения других видов доходов.

Субсидии – важный инструмент государственной поддержки сельского хозяйства, они предназначены на возмещение части затрат для последующего расширения производства. В совокупных доходах КФХ доля полученных субсидий составляла существенную часть: 8,3 в 2016 и 13,0% в 2017 г. Эти субсидии компенсировали затраты на приобретение сенокосилки, горюче-смазочных материалов, удобрений и средств защиты растений. В 2018 г. хозяйством была получена наименьшая субсидия с долей 3,1 % от всех доходов, что отрицательно сказалось на объемах производства КФХ.

Используя данные о доходах, в т.ч. выручки от реализации продукции и сумм государственных субсидий, проведем расчет соотношения темпов роста выручки и динамики получаемых субсидий КФХ в 2016-2018 гг. (таблица 2).

Таблица 2. Расчет соотношений темпов роста выручки от продажи продукции и динамики полученной субсидии крестьянским фермерским хозяйством в 2016-2018 гг., %

Темп роста	2016	2017	2018
выручки от продажи продукции	100	130,6	77,5
полученных государственных субсидий	100	205,0	0,18
% дохода, приходящийся на каждый % изменения субсидии	-	0,637	1,25

Результаты показывают, что на каждый процент роста полученных КФХ в 2017 году субсидий приходилось 0,637 % роста общего дохода, а в 2018 году каждому проценту снижения суммы субсидий соответствовало 1,25 % уменьшения дохода. Следовательно, снижение активности в получении субсидий и тем более отказ от них приводит к еще большим потерям в доходах. Следует также учитывать то, что в Республике Хакасия субсидирование сельскохозяйственных производителей, в том числе фермеров, проводится на достаточно высоком уровне, так в 2016 году в российском рейтинге регионов по субсидированию фермеров Хакасия с суммой субсидий 51 649,4 тыс. руб. занимала 20-е место среди 85 субъектов федерации [2].

Анализ структуры доходов показывает, что выручка от продажи молока в 2016 и 2017 годах приносила основную часть доходов (77,8 и 49,8 % соответственно). Однако в 2018 г. ее доля снизилась до 46,1% при одновременном увеличении суммы и доли доходов от продажи мяса – с 37,1 до 50,8 %. Изменения в структуре выручки отражают неблагоприятные тенденции на рынке сбыта молока. Основным покупателем молока КФХ является ООО «Саянмолоко», которое постоянно снижает закупочные цены и под разными предложениями препятствует сдаче сырья постоянными поставщиками. Рынок молока и молочных продуктов как наиболее рентабельный из всех сельскохозяйственных рынков, испытывает кризис перепроизводства, поэтому молокоперерабатывающие предприятия для поддержания прибыльности в условиях высокой конкуренции переориентируются на высокорентабельные продукты. Так, в июле 2018 г. ООО «Саянмолоко» объявило о новом инвестпроекте на 300 млн руб. по производству 2 тыс. тонн в год деликатесного сыра с голубой плесенью, цены которого варьируются от 89 до 3 540 руб./100 г.[3]. Окончание строительства цеха запланировано на 2020 г., налоговые поступления оцениваются в 100 млн руб. в год[4].

В этих условиях глава КФХ сокращает поголовье молочного стада КРС и увеличивает поголовье мясного стада. Для оценки перспектив увеличения поголовья крупного рогатого скота мясного направления в КФХ обратимся к экспертным данным по рынкам мяса в России за последние годы (рис.2.1). Как видно на диаграмме 2.1, емкость рынка мяса крупного рогатого скота в отличие от смежных рынков птицы и свинины (рост за три года 106,6 и 105,9% соответственно) не только не росла, но даже сокращалась (в 2017 г. на 2,4 и в 2018 г. на 0,3 % по сравнению с 2016 г.). Объяснение этому состоит в том, что поголовье КРС в России сокращалось, а импортные поставки из Бразилии в течение 2018 года то прекращались, то возобновлялись, что в совокупности привело к уменьшению объемов говядины на рынке и росту цен на продукцию. В результате основные заводы-переработчики мяса, нарастив мощности, испытывали трудности с закупкой сырья. Эксперты полагают, что «пока в РФ не будет достигнут уверенный рост поголовья КРС, стоимость говядины будет расти» [5].



Рис. 2.1. Емкость рынка мяса в России в 2016-2018 гг.[5]

То есть рыночные предпосылки для перехода к структуре стада КРС, в котором преобладающим направлением станет не молочное, а мясное направление, имеются, и их следует оперативно использовать в данном КФХ.

Для расчета изменений в финансировании производства рассмотрим, как складывались расходы хозяйства, сгруппированные по данным Книги доходов и расходов на 7 основных элементов (таблица 3).

Табл. 3. Статьи расходов КФХ за 2016-2018 гг., руб.

Статьи расходов \ годы	2016	2017	2018
Основные средства	229 510	540 000	-
Материальные запасы	9 606 592,58	13 163 375,2	11 016 208,2
Заработная плата	403 064	434 267,32	503 599,6
Страховые взносы	141 781,17	98 862,95	218 995,81
Услуги сторонних поставщиков	266 244,74	462 056,13	279 723,5
Финансовые платежи	502 907,1	514 383,17	426 134,87
Прочие	6 400,69	-	-
Итого:	11 156 490,28	15 212 945	12 444 562

Структура расходов по годам практически не менялась: наибольшая доля расходов приходится на материальные запасы, включающие корма, топливо, электроэнергию, лекарства, удобрения, семена (86,1%, 86,5%, 88,5%).

Сравним динамику расходов на материальные запасы с темпами роста выручки от реализации продукции животноводства, расчет приведен в таблице 4.

Таблица 4. Темпы роста выручки и темпы роста материальных затрат КФХ за 2016-2018 гг., %

Темпы роста	в 2017 г. по сравнению с 2016 г.	в 2018 г. по сравнению с	
		2016 г.	2017 г.
выручки от продажи молока и мяса	123,9	107,1	86,4
расходов на материальные запасы	137,0	114,7	83,7
Опережение роста расходов по сравнению с ростом выручки	+13,1	+7,6	-2,7

Наблюдаемое превышение темпов роста материальных затрат над темпами роста выручки от продажи продукции свидетельствует о действии неблагоприятного эффекта диспаритета цен, характерного для некоторых отраслевых рынков, в особенности сельскохозяйственных, при котором цены на потребляемые сельским хозяйством товары и услуги выше, чем цены на сельхозпродукцию. Средством нейтрализации этого фактора является государственное регулирование производства через систему субсидий и компенсаций.

Если до 2019 г. регионы получали федеральные субсидии отдельными траншами под конкретные программы, то начиная с нынешнего года, в субъекты федерации будет переводиться полная сумма на развитие АП, включая страховые преференции, кредиты фермерам, садоводство, племенное животноводство.

Литература

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (в редакции постановления Правительства РФ от 08.02.2019 № 98)

2. Климова, Н.В., Шаповалова, Г.И. Государственная поддержка в достижении целевых показателей развития сельского хозяйства// Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 130 (06) С.1-14 Doi: 10.21515/1990-4665-130-0532017

3. Сыры с плесенью [Электронный ресурс] URL <https://online.globus.ru/catalog/molochnye-produkty-syr-yaytsa/syry/syry-s-plesenyu/>

4. «Саянмолоко» построит цех по производству сыра с голубой плесенью за 300 млн рублей//Коммерсантъ. 2018. 04.07 [Электронный ресурс]URL:<https://www.kommersant.ru/doc/3676342>

5. Итоги года 2018. Мясная отрасль. 09.01.2019. URL: <https://www.moshol14.ru/press-centr/novosti-rynka/rynok-myasa/>

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "ФУРНИТОП" ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ SMM

Суходольская Т.Г., к.э.н., доцент

Яроцкая Н.А., студентка 4 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Основной вид деятельности ООО «Фурнитоп» – оптовая торговля швейной фурнитурой импортного производства.

Общество предлагает своим клиентам: нити; молнии; металлическую и пластмассовую фурнитуру; этикет – пистолеты, пистолеты для маркировки кроя, игловые устройства для навешивания ярлыков, красящие ролики; дублирины и флизелины, прокладочные материалы; иглы швейные; подкладочные материалы, ткани.

Компания имеет собственные склады и офисы в следующих городах: Минск, Брест, Гродно.

Среднесписочная численность за 2018 г. составила 38 (тридцать восемь человек). За 2018 г. выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг составила 13097 тыс. рублей. Темп роста относительно 2017 г. составил 107,6 %. Получена прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг – 1616 тыс. руб. Издержки по реализации товаров – 1889 тыс. рублей.

Набольший удельный вес в 2018 г. в структуре издержек имеет заработная плата – 22,5%, что составляет 425 тыс. руб. и прочие услуги сторонних организаций – 22%, что составляет 415 тыс. руб. Темп роста заработной платы составил 118,4 %, связано с

увеличением среднесписочной численности работников, в 2018 г. их стало больше на 4 человека. Темп роста прочих услуг сторонних организаций составил 181,2 %. Такое увеличение связано с проведением ряда семинаров, участием в международной выставке, созданием оптового интернет-магазина, вводом и выбытием основных средств. Так же возросли услуги банка темп роста составил 137,5 %, предприятием был взят кредит.

Компания преимущественно работает с клиентами представляющими средний и крупный бизнес. Оптовая торговля текстильными изделиями составляет 87%, в денежном выражении это 3058 тыс. руб. Наименьшую долю имеет вид деятельности "Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах". Доля которого в общей структуре составляет всего 4 % и в денежном эквиваленте 120 тыс. руб.

За смену в одном розничном подразделении (всего три) выручка составляет 478,54 руб. Средний чек покупки в розничной сети составляет 38 руб. Количество чеков в смену – 12 шт.

Планируемый темп роста в 2019 г. составляет 115%. Исходя из планируемого уровня темпа роста, планируемая выручка по трем подразделениям за год составит 602600 руб. Отсюда: в одном подразделении за смену - 550 руб. А количество чеков при средней стоимости 38 руб. – 15 шт. Это больше на 3 чека за смену относительно базового периода.

Существует возможность увеличения сегмента розничных покупателей. Продукция предлагаемая компанией может быть интересна ремесленникам и физическим лицам, осуществляющим деятельность без регистрации ИП.

Имеется тренд на увеличение числа ремесленников, темп роста в 2018 г. равен 123% по всей Республике Беларусь. [1]

Большинство ремесленников осуществляют рекламу через социальные сети, данное разрешение указано в абзаце 2 части первой подп.1.5 п.1 Указа № 364. По этому Указу так же расширено право ремесленников на реализацию продукции.

По данным Deal.by, в 2018 г. белорусы потратили на товары и услуги в интернете на 20% больше, чем год назад – 1,352 млрд руб. Больше всего онлайн-шоппинг популярен в Минске и Минской области: 37% жителей региона регулярно покупают в интернете. Наименее распространены интернет-покупки в Гродненской области: там интернет-магазинами пользуются 22% населения.

На одну покупку в интернете белорусы тратят в среднем 50 руб. В разных категориях товаров эта сумма отличается: средний чек на технику и электронику равен 100 руб., мебель и товары для дома – 90 руб, одежду, обувь и аксессуары – 40 руб., товары для детей – 30 руб. [2]

17% интернет-покупателей отметили, что совершили покупку, увидев рекламу в соцсетях. Если рассматривать соцсети как отдельный канал продаж (по закону в них можно только рекламировать, а не продавать товары), то он займет третье место по популярности, уступив только белорусским и китайским интернет-площадкам.

Самой популярной в Беларуси оказалась социальная сеть "ВКонтакте". Ее самой используемой назвало 90% опрошенных. На строчке ниже оказался сервис YouTube (85%). На третьей строчке – "Одноклассники" (60%), затем следуют Instagram (59%) и Facebook (55%).[3]

Пользователи склонны делиться интересной им информацией со своим окружением. И в социальных сетях этот фактор выражен как ни в какой другой среде. При верном подходе данная особенность может быть использована для максимально широкого распространения информации.

Ключевым преимуществом социальных сетей являются максимальные возможности для таргетинга аудитории (то есть фокусировки рекламной кампании на конкретный сегмент ЦА).

В SMM не используется рекламный формат. Основной механизм взаимодействия – это общение на актуальные для пользователя темы и распространение интересного для него

контента. Естественно, и общение, и контент содержат обязательную промо привязку, но при этом в отличие от рекламы представляют ценность для пользователя.

В социальных сетях работа с аудиторией носит двусторонний характер: пользователи могут высказывать свое мнение, спрашивать, участвовать в опросах. В результате происходит более глубокое взаимодействие с целевой аудиторией, нежели в случае с традиционной рекламой.

Задачи SMM-кампании: продажи, донорство трафика, автономная торговля, повторные продажи, рекомендации от лидеров мнений, брендинг, нейтрализация негатива.

Стратегия SMM состоит из нескольких важных шагов:

- 1) определение ЦА (география, социально-демографические показатели, интересы);
- 2) определение ключевых задач кампании;
- 3) подбор площадок с высокой концентрацией ЦА;
- 4) определение поведенческих особенностей аудитории;
- 5) разработка контентной стратегии;
- 6) определение системы метрик;
- 7) определение необходимых ресурсов;
- 8) разработка календарного плана;
- 9) оценка эффективности и коррекция кампании;

Целевая аудитория для розничных продаж швейной фурнитуры:

- 1) женщина;
- 2) возраст 25-37;
- 3) ремесленник/дизайнер одежды /курсы кройки и шитья/ физ.лицо без образования ИП/техникум (институт) швейный;
- 4) проживает в городах РБ свыше 50 тыс.

Бизнес цель: к концу 2019 г. увеличить розничные продажи на 15%. Маркетинговая цель: увеличить потребление продукции среди женщин 25-37 лет. Коммуникационная цель: побуждение к покупке товара; рост объема продаж; формирование предпочтений; формирование знаний о товаре/услуге или компании; формирование положительного отношения; предоставление необходимой информации; создание положительного имиджа;

Поскольку у компании в ассортименте мелкая швейная фурнитура и достаточно тяжело осуществлять уникальный и интересный фотоконтент для увеличения розничных продаж оптимальной социальной сетью будет "ВКонтакте".

Для ведения социальных сетей имеется два направления: самостоятельное ведение или аутсорсинг. Причем как для самостоятельного ведения, так и для аутсорсинга компании необходимо выполнять ряд дополнительных действий связанных с внедрением SMM. Подготовка фото-контента; выделение специалистов для взаимодействия с потенциальными покупателями из соцсети (должен отвечать на комментарии, связанные с продуктом, оформлять покупки, выставлять счета к оплате, передавать информацию о заказе на склад и в бухгалтерию, отслеживать передачу в курьерскую службу). Помимо этого необходимо выделять отдельно бюджет на рекламные кампании (таргет, реклама в сообществах, реклама у блогеров, реклама новостной ленты).

Ведение социальной сети ВК агентством стоимость в месяц: от 1 200,00 руб. + НДС, в пакет входят следующие услуги:

- 1) кол-во постов в день 2-5;
- 2) уникальность текстов более 70%;
- 3) визуальный контент: стоки/дизайн;
- 4) аналитический отчет 1 раз в месяц;
- 5) общение с аудиторией;
- 6) проведение розыгрышей 1-2 раза в месяц;
- 7) дизайн разрабатывается уникальный;
- 8) аккаунт создается с нуля.

Средняя заработная плата SMM специалиста в Минске составляет 880 рублей (от 600 руб. до 1160 руб.).

На первоначальном этапе создания и ведение группы целесообразнее передать сторонней организации, тогда скорость привлечения подписчиков будет быстрее, т.к. у агентств имеются автоматизированные программы по привлечению потребителей и анализу конкурентов.

Для расчета стоимости создания тематической группы агентством воспользуемся онлайн-калькулятором с электронного сервиса <https://простоспец.рф/>. Дополнительные рекламные затраты за год составят 19085 руб. Дополнительная прибыль 78600 руб.

Рассчитаем рентабельность инвестиций вложенных в рекламу по формуле

$$ROMI = \frac{П-З}{З} \times 100, \quad (5.6)$$

где ROMI – Return on Marketing Investment рентабельность инвестиций на рекламу, %;

П – выручка, полученная от рекламирования, руб.;

З – затраты на рекламу, руб.

Подставим значения в формулу 5.6 и рассчитаем показатель ROMI запуска и ведения группы:

$$ROMI = \frac{78600 - 19085}{19085} \times 100 = 311, \%$$

Рентабельность инвестиций вложенных в рекламу составит 311 %. Таким образом инвестиции в данный канал продвижения оправдывают себя.

Литература

1. Ремесленная деятельность // Министерство экономики Республики Беларусь [электронный ресурс] - 2019. – режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/remeslo-ru/> – Дата доступа 11.04.2019.

2. Итоги исследования рынка e-commerce //marketing.by [электронный ресурс] - 2019. – режим доступа: <http://marketing.by/analitika/v-internete-pokupaet-pоловина-belarusov-sredniy-chek-50-rublej-itogi-issledovan-iy-a-rynka-e-commerce/> - Дата доступа 11.04.2019.

3. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование // web-canape.ru [электронный ресурс] - 2019. – режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> – Дата доступа 11.04.2019.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

*Сысоева Т.Л., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия*

Актуальная рыночная среда сформировала требования к деятельности бизнес организаций, потребители приобрели опыт во взаимодействии с товарами и услугами на фоне развития глобализации. Маркетинговая деятельность организаций реализует широкий спектр функций: разработка продукта, формирование политики ценообразования, выбор каналов распределения, выбор каналов продвижения, формализацию бизнес-процессов и другое. Тем не менее, предприятия малого бизнеса не имеют доступа к финансовым ресурсам, а иногда и не обладают знаниями в области маркетинговой деятельности. Продвижение малого бизнеса не может использовать масштабные медиа компании в

традиционных СМИ, ведь размещение и производство рекламных материалов обладает высокой стоимостью. Однако, для малого бизнеса актуальны такие средства продвижения, которые не требуют высокого уровня финансовых затрат, к которым относятся: word-of-mouth (молва, «реклама из уст в уста», «сарафанное радио»), фирменная сувенирная продукция, социальные сети, сайт компании, блог и другие.

Но для использования выше перечисленных инструментов продвижения необходимо, чтобы организация обладала брендом. Для полноценного развития бренда требуется от 5 лет, чаще всего малый бизнес не обладает таким временем, организации требуется более оперативно завоевать рынок, удержать свою позицию. В этой связи, создание персонального бренда может быть успешной стратегией. На первый план выходят понятия персонального брендинга и бренд личности, которые основаны на личностных качествах руководителя и его соответствия занимаемой должности [2, с.125] Персональный бренд формирует репутацию руководителя или владельца бизнеса, создает образ, который продвигает организацию в конкретной рыночной среде.

Персонализация позволяет завоевать доверие аудитории, сформировать привязанность за счет лояльности к конкретной личности. Можно отметить, что по своей сути определение персонального бренда не отличается от определения товарного бренда. Результатом формирования бренда личности будет аналогично: узнаваемость, сформированный образ относительно персоны, увеличение капитализации компании. Все это повлечет развитие деятельности организации, увеличение ее доли и прибыли.

Существенными преимуществами развития персонального бренда для организаций малого бизнеса являются:

формирование долгосрочных взаимовыгодных отношений между личностью и потребителями;

демонстрация уникальности, особенности в восприятии целевой аудитории;

помогает укреплять деловую репутацию организации на рынке;

создание и развитие лояльности потребителей.

Таким образом, основная задача персонального бренда – это трансляция ценностей личности. Для этого требуется, чтобы целевая аудитория воспринимала бренд личности и могла закрепить его образ в сознании. Ассоциации должны возникать как результат в поиске удовлетворения потребностей в той отрасли, где человек, которому создается бренд, работает.

Рассмотрим направления для коммуникации персонального бренда.

Табл. 1. Традиционные виды продвижения персонального бренда для организаций малого бизнеса

Инструмент	Характеристика продвижения персонального бренда
<i>Интернет-продвижение</i>	
Контекстная реклама	Самый простой и востребованный способ привлечения потенциальных клиентов в сети Интернет.
Социальные сети	Позволяют получать широкий охват целевой аудитории, обладают быстрой реакцией на посты, имеют высокую скорость сбора и обмена информацией.
Справочники	Высокая релевантность для выбранного вида деятельности
Сайт	Может стать основным инструментом для работы, позволяет взаимодействовать с потребителями. Важно использовать элементы идентичности персонального бренда (например, фирменный стиль)
Блог	Динамичный инструмент, реализует трансляцию в режиме «онлайн». Требуется временного ресурса, позволяет развивать вовлеченность аудитории в контент и в деятельность организации.
Рассылки	Охват большого количества аудитории, формирование узнаваемости, вовлеченности в сообщения от лица организации.

Вебинары	Привлекает к личности ведущего, формирует интерес к бренду личности. Аудитория воспринимает личность как эксперта в выбранной отрасли.
<i>PR (public relations)</i>	
Авторская колонка в СМИ	Формирует доверие, развивает бренд с позиции эксперта.
Интервью	Возможность донесения актуальной, релевантной информации по выбранной теме в рамках вида деятельности аудитории СМИ.
Совместные проекты	Обладают творческим потенциалом, позволяют заинтересовать новые сегменты аудитории для бренда.

Как мы видим из таблицы, интернет-продвижение и PR-инструменты относятся к традиционным видам, имеют широкое распространение в практике современного бизнеса. Среди представленных видов продвижения субъектами малого бизнеса реализовываются чаще всего: сайты компаний, ведение аккаунтов в социальных сетях. Для создания сильного бренда, лучше всего работает правило Парето – сконцентрировав внимание на тех социальных сетях (Интернет-ресурсах), где присутствует целевая аудитория, можно получить 80% эффективности, затрачивая 20% усилий [3, с.31]. Данные виды продвижения не требуют больших финансовых и временных ресурсов. По данным поисковой системы Yandex, стоимость услуг по созданию сайта могут начинаться от 100 USD, ведение аккаунта в Instagram от 80 USD, ведение аккаунта в сети «ВКонтакте» от 120 USD (данные на апрель 2019 г.).

Хотелось бы отметить некоторые виды продвижения персонального бренда, которые могут быть актуальными для малого бизнеса:

профессиональные сообщества. Группа людей из двух и более человек, которые регулярно вступают между собой в коммуникацию (лично или виртуально) с целью обмена опытом и практиками, выработки знаний и поиска новых, более эффективных подходов к решению поставленных перед ними профессиональных задач;

участие в рейтингах. Некоторые узкоспециализированные издания (например, «Эксперт», «Коммерсантъ», «Карьера» и другие) и профессиональные ассоциации каждый год предлагают свою версию оценки ТОП-менеджеров. Факт попадания в рейтинги – признак успешности и респектабельности;

тематические профессиональные конференции. Профессиональные конференции содействуют продвижению персонального бренда.

работа в качестве преподавателя в учебных заведениях позволяет подтверждать высокий уровень профессионализма, знаний.

event – маркетинг (мастер-классы, презентации) формирует доверие, знакомит с ценностями бренда в необычной атмосфере, акцентирует внимание на положительные эмоции. Грамотно выстроенный event (событие) и правильные событийные коммуникации влияют на увеличение продаж, повышают лояльность клиентов, узнаваемость бренда, передают его миссию и ценности [1, с.250].

Таким образом, для субъектов малого бизнеса персональный бренд может стать катализатором развития через формирование устойчивой взаимосвязи образа, ассоциаций, передающих ценности личности и укрепляя рыночную позицию организации.

Литература

1. Анашкина, Н.А. Event-marketing: коммуникативный тренд в рекламе // Омский научный вестник. – 2013. – №. 5 (122). – С. 250-253
2. Киселица, Е.П., Замураева, Л.Е., Пинигина, Е.П. Формирование бренда личности как средства продвижения бизнес-проектов //Российское предпринимательство. – 2013. – №. 2 (224). – С. 125-136.
3. Pitko, O. Personal brand: creating, promoting, strengthening //Scientific enquiry in the contemporary world: theoretical basics and innovative approach [L 26]. – 2015. – Т. 1. – С. 30-33.

К ВОПРОСУ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ПУБЛИЧНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИИ

Тюлькина И.А., магистрант

*Соколова Н.Г., профессор кафедры «Менеджмент», д.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет
имени М.Т.Калашникова», г. Ижевск, Россия*

Эффективная управленческая деятельность по формированию условий, благоприятствующих развитию инфраструктуры бизнеса на региональном и государственном уровне, всецело зависит от условий правового регулирования отношений экономических субъектов, тем более, если это касается сферы публично-частного партнерства.

В широком понимании публично-частного партнёрства (ПЧП) – это государственно-частное взаимодействие, включающее в себя весь спектр форм сотрудничества публичных субъектов и частного сектора [7, 8]. В узком смысле ПЧП – это формализованный институт, конкретное соглашение публичного и частного партнёров, в рамках которого осуществляется их сотрудничество, направленное на реализацию совместного инвестиционного проекта в отношении объекта, находящегося в сфере публичного интереса и контроля, предусматривающего объединение ресурсов партнёров и разделение рисков между ними в целях решения публичных задач [6].

В РФ отношения в сфере ПЧП в отношении публичной инфраструктуры регулируются двумя федеральными законами:

ФЗ от 21.07.2005 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» [4];

ФЗ от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнёрстве, муниципально-частном партнёрстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [3].

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона № 224-ФЗ частным партнером может быть только российское юридическое лицо. С точки зрения мировой практики структурирования проектов ПЧП словосочетание «российское юридическое лицо» довольно странно. По сути, он отсекает все консорциумы от возможности подачи предложения о заключении соглашения о ГЧП, от возможности участия в конкурсах на право заключения такого соглашения, а также от возможности самого участия в таком соглашении в качестве частного партнера. Предполагаем, что возможность участия консорциумов в проектах ГЧП должна быть учтена при дальнейшем совершенствовании комментируемого Закона. Кроме того, частным партнером не может быть индивидуальный предприниматель, а также иностранное юридическое лицо.

В качестве одного из ключевых структурных элементов объекта соглашения о ГЧП Закон выделяет технологическую связь, которая должна объединять отдельные объекты недвижимого имущества, а также недвижимого и движимого имущества в объект соглашения. Юридическое значение данной связи состоит в том, чтобы ограничить включение в объект соглашения имущества, которое не является частью технологического цикла соответствующего объекта инфраструктуры. Чтобы ограничить злоупотребления, связанные с возможным предоставлением государством или муниципальным образованием земельных участков для размещения объектов, не связанных с публичной инфраструктурой, поименованной в ст. 7 Закона о ГЧП. Однако возникает вопрос: обязаны ли стороны вовлекать в проект все имущество, включенное в технологический цикл, даже тогда, когда в этом нет необходимости? Можно ли не включать в соглашение о ГЧП создание какого-либо нового объекта недвижимого или движимого имущества либо реконструкцию уже существующего объекта недвижимости, если данное недвижимое имущество технологически связано с иным имуществом, создаваемым по соглашению? Отсутствие в

Законе чёткого ответа на данный вопрос порождает в некоторых случаях значительные риски для частного инвестора и требует внесения в Закон о ГЧП соответствующих уточнений.

В соответствии с ч. 4 ст. 7 Закона о ГЧП объект соглашения, подлежащий реконструкции, должен находиться в собственности публичного партнера на момент заключения соглашения. При этом в отличие от указанной нормы Закона о концессионных соглашениях Закон о ГЧП в принципе не допускает передачу частному партнеру объекта соглашения (входящего в его состав имущества), которое на момент заключения соглашения принадлежит государственному или муниципальному унитарному предприятию на праве хозяйственного ведения либо государственному или муниципальному бюджетному учреждению на праве оперативного управления. Данные положения устанавливают непреодолимое препятствие для заключения соглашений о ГЧП в отношении имущества государственного (муниципального) унитарного предприятия или государственного (муниципального) учреждения, поскольку допускают возможность заключения таких соглашений лишь в отношении нераспределенного имущества, составляющего государственную или муниципальную казну (п. 4 ст. 214, п. 3 ст. 215 ГК РФ [1]), что само по себе довольно редкий случай.

Следует также иметь в виду, что формулировка ч. 3 ст. 33 Закона о ГЧП фактически накладывает запрет на осуществление иных (помимо тех, в которых публичным партнером выступает Российская Федерация) проектов в соответствии с которыми планируется предоставление объектов водного фонда, лесных участков в составе земель лесного фонда или иных объектов, находящихся исключительно в федеральной собственности. Так, например, на основе соглашения о ГЧП невозможно осуществление регионального или муниципального проекта строительства частной автомобильной дороги с мостом, так как для строительства последнего чаще всего требуется оформление отношений водопользования. Как было указано в п. 8 комментария к ст. 33 Закона о ГЧП, водные объекты за некоторыми исключениями являются федеральной собственностью. Следует отметить, что водное законодательство, несмотря на указания ч. 1 ст. 33 Закона о ГЧП, не предусматривает возможности предоставления водного объекта или его части, как и участка недр, в пользование на основании договора аренды.

В ст. 11 Водного кодекса РФ [2] указано, что водные объекты, находящиеся в федеральной собственности, субъектов РФ, муниципальных образований, предоставляются в пользование на основании договора водопользования или в специально установленных в Водном кодексе РФ случаях на основании решения о предоставлении водных объектов в пользование. Законодательство РФ о недрах также не предусматривает возможности предоставления участка недр в пользование на основании договора аренды [5].

Часть 6 ст. 7 Закона о ГЧП впервые в истории законодательства о ПЧП вводит возможность передачи в залог не только прав по соглашению, как это допускалось ранее согласно ч. 4 ст. 5 Закона о концессионных соглашениях, но также и самого объекта соглашения. Как и в случае с залогом прав по соглашению о ГЧП, залог объекта соглашения разрешен лишь в случае его использования в качестве способа обеспечения исполнения обязательств перед финансирующим лицом при наличии прямого соглашения, заключенного между сторонами проектного соглашения и финансирующим лицом. Закон устанавливает отсрочку обращения взыскания на предмет залога в размере 180 дней. Устанавливается запрет на обращение взыскания при досрочном расторжении соглашения о ГЧП в связи с существенным нарушением соглашения частным партнером, что в принципе нивелирует саму цель указанного залога – защитить кредитора от возможных нарушений со стороны заемщика.

Закон о ГЧП связывает использование рассматриваемого залога со значительными рисками для самого частного партнера. Так ч. 7 ст. 7 данного Закона предусматривает на случай обращения взыскания, на предмет залога право его преимущественной покупки

публичным партнером по цене, равной задолженности частного партнера перед финансирующим лицом, но не более чем стоимость предмета залога. Данное положение серьёзно подрывает предусмотренный ст. 4 Закона о ГЧП принцип справедливого распределения рисков и обязательств между сторонами соглашения и поэтому должно быть скорректировано.

Российское экспертное сообщество в большинстве своём приветствует принятие Закона о ГЧП. Несомненно, это большое событие для российского рынка инфраструктуры. Закон получился содержательным, он учитывает значительную часть интересов публичных и частных партнеров, желающих реализовывать инвестиционные проекты по модели частной собственности в отношении инфраструктуры. Тем не менее, не стоит забывать, что данный Закон стал результатом сложного компромисса: уже сейчас мы видим, что Закон несовершенно и пройдет еще какое-то время, прежде чем можно будет запустить по нему первый проект. Во всяком случае, не следует останавливаться на достигнутом, нужно продолжать совершенствовать, как данный правовой акт, так и концессионное законодательство. *Статья публикуется в рамках выполнения гранта для учёных «ФГБОУ ВО ИжГТУ имени М.Т.Калашникова» 38.04.04/18СНГ.*

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ч.1) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019). Собрание законодательства РФ (32), 3301 (1994)
2. Водный кодекс Российской Федерации от 03.06.2006 № 74-ФЗ (ред. от 27.12.2018). Собрание законодательства РФ (23), 2381 (2006)
3. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: ФЗ от 13.07.2015 № 224-ФЗ (ред. от 29.07.2018). Собрание законодательства РФ (29), 4350 (2015)
4. О концессионных соглашениях: ФЗ от 21.07.2005 № 115-ФЗ (ред. от 27.12.2018). Собрание законодательства РФ (30), 3126 (2005)
5. О недрах: Закон РФ от 21.02.1992 № 2395-1 (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019). Собрание законодательства РФ (10), 823 (1995)
6. Белицкая, А.В.: Правовой механизм осуществления государственно-частного партнерства в социальной сфере. Российский ежегодник предпринимательского права (5), 197 (2011)
7. Варнавский, В.Г.: Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления. Отечественные записки. (6), 172 – 180 (2004)
8. Грицай, С.В.: Использование частно-государственного партнерства для повышения эффективности деятельности промышленного предприятия: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. (2006)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Шарана Е.В., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

В настоящий момент система профессионального образования Республики Беларусь оказалась в сложной ситуации, обусловленной дефицитом бюджетного финансирования. Несмотря на то, что уровень расходов на образование в Республике Беларусь соответствует многим развитым странам (4,8 % ВВП по итогу 2017 года), доля средств, выделенных непосредственно на профессиональное образование (менее 10 % от всех расходов на

образование) крайне мала, кроме того, она ежегодно уменьшается [1, с. 133]. Следствием недостаточного финансирования профессионального образования являются низкий уровень обновления и высокая степень изношенности основных фондов, устаревшие обучающие технологии. Как результат – несоответствие полученных в учреждениях профессионального образования знаний, умений и первичного опыта профессиональной деятельности реальным требованиям работодателей и уровню современных технологий. В стране практически отсутствует инновационное, опережающее профессиональное образование.

Самостоятельно с текущей ситуацией в сфере профессионального образования государству не справиться. Поэтому необходимым условием, которое поможет решить имеющиеся проблемы, является тесное сотрудничество бизнеса, государства и образовательных организаций.

Направлением, связанным с эффективной совместной реализацией государством и бизнесом конкретных проектов в сфере образования, является государственно-частное партнерство (ГЧП).

В декабре 2015 года в Республике Беларусь был принят Закон «О государственно-частном партнерстве», который определяет суть термина ГЧП как юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество государственного и частного партнеров в целях привлечения в экономику средств из внебюджетных источников для реализации проектов, планов и программ по развитию объектов инфраструктуры [2].

Однако государственно-частное партнерство в Республике Беларусь находится на этапе становления. И даже несмотря на то, что в настоящий момент в стране имеется достаточно обширный комплекс нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы ГЧП, такая форма взаимодействия между государством и бизнес-структурами в профессиональном образовании используется неактивно. Определим перспективы, которые могут способствовать развитию ГЧП в сфере профессионального образования Республики Беларусь.

Закон «О государственно-частном партнерстве», предусматривает, что у партнеров есть соглашение о ГЧП только на определенный срок. Однако это приемлемо, исходя из основного критерия ГЧП – долгосрочность, в таких сферах как ЖКХ, строительство, транспортное хозяйство. В сфере же профессионального образования для того, чтобы обеспечить высокие результаты качества обучения, необходимо *заключение соглашений на постоянной основе*, потому что профессиональное образование должно не просто соответствовать сегодняшним реалиям, но и опережать их. Высока вероятность того, что выпускники придут работать в специализированную отрасль спустя 2-3 года. Даже за такой, казалось бы незначительный, период времени могут измениться технологии производства, и будущих специалистов придется переучивать. Это не только время, но и лишние денежные средства. Технологическое оборудование, которое находится в стенах учреждения профессионального образования должно постоянно обновляться, чтобы не допустить описанной ситуации. Поэтому партнерство между образовательной организацией и частной организацией должно осуществляться не просто на долгосрочной – на постоянной основе.

Основная цель ГЧП – в объединении ресурсов публичного и частного партнера. Однако сегодня большинство белорусских учреждений профессионального образования ничего не могут предложить в ходе реализации ГЧП-проектов. Отсутствие мощного научно-исследовательского потенциала, устаревшая учебная база, кадровые ресурсы, требующие переподготовки, – вот факторы, которые не вызывают желания у субъектов частного бизнеса выделять дополнительное финансирование на сферу профессионального образования. Если же субъект частного бизнеса выделит инвестиции для взаимодействия с образовательной организацией профессионального образования, но ожидаемых результатов от такого партнерства не получит, то после окончания соглашения о ГЧП образовательная организация вынуждена будет искать нового частного партнера для практического обучения и оперативно решать внесение изменений в образовательные программы. Таким образом, соглашение о

ГЧП в сфере профессионального образования должно быть не только постоянным, но и заключено не с единичным хозяйствующим субъектом, а с ассоциацией предприятий и организаций, функционирующих в той или иной отрасли экономики. Кроме того, образовательные организации ожидают от частного партнера целевого заказа на подготовку высококвалифицированных рабочих и служащих. Крупный частный партнер может направить гораздо большее количество человек, чем мелкий. Это снова доказывает, что соглашение о ГЧП должно заключаться с крупной ассоциацией работодателей.

Кроме того, существующие правовые нормы не раскрывают вопрос об определении прав собственности частного и публичного партнеров на совместно приобретенное технологическое оборудование в целях развития материально-технической базы образовательной организации. Например, частный партнер строит на своей территории учебный центр, а образовательная организация приобретает необходимое для обучения оборудование, которое устанавливается на производственных площадях партнера. И если меняется собственник предприятия, который не возобновляет соглашение о ГЧП, то отсутствует законодательная база для разрешения вопроса, кому в этом случае будет принадлежать оборудование, которое не может быть переустановлено на территории образовательной организации в силу, например, ограничения учебных площадей. Может сложиться и другая ситуация: частный партнер забирает им установленное оборудование у образовательной организации по истечении срока действия соглашения в целях расширения собственного производства.

Также в настоящее время в правовом поле, определяющем механизм ГЧП, не предусмотрены преференции для частного партнера, который финансирует профессиональное образование: налоговые льготы, снижение таможенных пошлин на ввозимое оборудование, преимущественное право на участие в инвестиционных проектах и т.д.

Таким образом, активизации процесса осуществления ГЧП-проектов в сфере профессионального образования Республики Беларусь будут способствовать:

- 1) правовое регулирование заключения на постоянной основе соглашений о ГЧП в сфере профессионального образования;
- 2) четкое определение в существующих правовых нормах прав собственности частного и публичного партнеров на совместно приобретенное технологическое оборудование;
- 3) снижение таможенных пошлин на ввоз технологического оборудования, используемого для обновления материально-технической базы учреждений профессионального образования;
- 4) создание крупных ассоциаций промышленников и предпринимателей;
- 5) обеспечение налоговых льгот для предприятий, участвующих в проектах ГЧП в сфере профессионального образования;
- 6) снижение процентных ставок по кредитам сторонам, участвующим в проектах ГЧП в сфере профессионального образования.

Осуществление ГЧП-проектов в сфере профессионального образования повысит качество подготовки кадров, а также оба субъекта партнерства, государство и частные структуры, получают максимальную взаимную выгоду от процесса.

Литература

1. Статистический ежегодник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. – Минск, 2018. – 490 с.
2. О государственно-частном партнерстве [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 30 дек. 2015 г., № 345-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ И УКРЕПЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Шарана Е.В., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Одним из вариантов привлечения дополнительного финансирования в профессиональное образование Республики Беларусь является социальное партнерство.

Под социальным партнерством в профессиональном образовании понимают взаимодействие предприятий (работодателей), общественных организаций, государственных органов власти, учреждений профессионального образования, профессионально-педагогического сообщества, обучающихся и их родителей, действующих на основе консенсуса и взаимного учета интересов и потребностей в целях повышения эффективности профессионального образования и удовлетворения спроса на профессиональные компетенции рабочей силы на рынке труда [1, с. 67].

На сегодняшний день основными формами взаимодействия учреждений профессионального образования Республики Беларусь с предприятиями и представителями бизнеса являются:

- практика учащихся у работодателей;
- трудоустройство учащихся работодателем;
- совместная разработка образовательных программ;
- стажировка преподавателей на предприятиях;
- совместное проведение олимпиад, конкурсов и других мероприятий;
- привлечение представителей бизнеса к преподаванию;
- повышение квалификации представителей бизнеса в учреждениях профессионального образования;
- материальная помощь и передача имущества.

В настоящее время учреждения профессионального образования ведут активную работу по привлечению социальных партнеров. Положительным примером является филиал «Индустриально-педагогический колледж» учреждения образования «Республиканский институт профессионального образования» (ИПК УО РИПО). Так, силами мастеров производственного обучения филиала ИПК УО РИПО и слушателей Ресурсного центра современных строительных технологий, входящего в состав колледжа, совместно с частными партнерами оснащены новейшим строительным оборудованием, инструментами и материалами три учебных кабинета колледжа.

Совместно с ООО «Бросна Сити» (официального дистрибьютора на территории Республики Беларусь торговой марки SAN MARCO – признанного европейского лидера в разработке и изготовлении отделочных материалов для строительства, ремонта и реставрации зданий) в учреждении образования оборудован кабинет декоративной штукатурки.

Совместно с компанией Kermi – одним из ведущих производителей душевых кабин и отопительного оборудования – оборудован кабинет автоматизации санитарно-технических систем, санитарно-технического оборудования зданий, механизмов и оборудования для производства санитарно-технических и вентиляционных работ.

Совместно с компанией Viega, специализирующейся на разработке и производстве водопроводно-отопительных систем и широкого спектра водосливной арматуры, оборудован кабинет материаловедения, отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха, котельных установок и тепловых сетей. В нем установлены внутрительные конвекторы, душевые кабины, радиаторы, электрические котлы.

По договору предоставления спонсорской помощи ООО «Бросна Сити», компании Kermi и Viega предоставили продукцию для ремонта и оснащения учебных кабинетов, а также оказали содействие колледжу в проведении их ремонта. На базе оснащенных современным оборудованием кабинетов частные партнеры проводят обучающие семинары, мастер-классы, конференции и другие мероприятия, на которые приглашаются учащиеся колледжа, слушатели отделения дополнительного образования взрослых и Ресурсного центра, мастера производственного обучения, преподаватели и прочие заинтересованные лица.

Выгодами от такого вида сотрудничества очевидны как для филиала ИПК УО РИПО, так и для частных партнеров.

Колледж, используя механизм взаимодействия с частным партнером, модернизирует материально-техническое обеспечение процесса обучения, что повышает уровень подготовки будущих специалистов для строительной отрасли и способствует обеспечению устойчивого роста качества строительных работ в Беларуси.

Частные партнеры, используя механизм взаимодействия с государственным учреждением образования, во-первых, получают доступ к широкой целевой аудитории, т.к. обучение будущих специалистов происходит на оборудовании и материалах конкретных брендов. Так, например, при обучении учащихся по профессиям, связанным с отделочными работами, используется продукция, производимая ООО «Бросна Сити», а в план обучения учащихся колледжа включены мастер-классы по применению продукции, производимой фирмой.

Во-вторых, колледж размещает на своем web-сайте информацию о компаниях-партнерах и их продукции.

В-третьих, частный партнер получает возможность проводить собственные мероприятия в оборудованном им кабинете в необходимое для него время по предварительно согласованному с колледжем графиком. Таким образом, у партнера имеется возможность, не платя арендную плату, иметь доступ к оборудованной в соответствии с его спецификой деятельности мастерской.

Важным направлением филиала ИПК УО РИПО по привлечению частных партнеров к укреплению материально-технической базы колледжа является также совместное участие с ними в международном конкурсе WorldSkills. Конкурс WorldSkills – это соревнования по профессиональному мастерству, своеобразные олимпийские игры для начинающих рабочих и специалистов, проводимые каждые два года в международном формате на протяжении уже более 60 лет.

Учащиеся колледжа, а также слушатели Ресурсного центра принимают активное участие в конкурсе. Теоретическую и практическую подготовку они проходят на базе Ресурсного центра колледжа. Для подготовки к конкурсу колледж налаживает активные связи с частными партнерами, которые предоставляют современное оборудование и материалы, на которых выполняются конкурсные задания, а также организуют обучающие семинары («школу мастеров»).

Таким образом, колледж, используя механизм взаимодействия с частным партнером в рамках подготовки к международному конкурсу WorldSkills, получает материалы и инструменты, а также доступ к современным методикам обучения работы с этими материалами и инструментами.

Частный партнер, используя механизм взаимодействия с государственным учреждением образования в рамках подготовки к международному конкурсу WorldSkills, во-первых, получает доступ к целевой аудитории, т.к. «школа мастеров» проходит с использованием его материалов. Во-вторых, колледж размещает на своем web-сайте информацию о партнере и осуществляет рекламу его продукции. Кроме того, здесь имеет место социальное предпринимательство, когда инвестора интересует не только финансовая выгода, но и духовно-эмоциональное удовлетворение, получаемое от такой деятельности. В

данном случае, речь идет о повышении уровня подготовки будущих специалистов для экономики Беларуси. Предприятия-партнеры становятся не только потребителями кадров, но участниками образовательного процесса, формирования материально-технической базы, финансирования профессионального образования.

Таким образом, филиал ИПК УО РИПО в целях улучшения своей материально-технической базы и повышения качества образования активно взаимодействует с частными партнерами. Такими формами взаимодействия являются: создание мастерских, оснащенных новейшим строительным оборудованием, инструментами и материалами; совместное участие с частными партнерами в международном конкурсе WorldSkills; разработка учебно-программной документации по заявкам организаций по новым направлениям; практика учащихся на предприятиях.

Литература

1. Задорина, М.А., Тесленко, И.В. Изучение социального партнерства в профессиональном образовании на региональном уровне (по материалам исследования в Свердловской области) // Мониторинг общественного мнения. – 2013. – № 5 (117). – С. 67–70.

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF SMALL BUSINESSES

Bombin A. Yu., engineer, ITMO University, St. Petersburg

Today, small business is the most significant form on which the development of the entire economy of the state depends. Some will ask the question "Why did you decide that?" First, because this area of activity accounts for the majority of all innovations – contributes to NTP (scientific and technological progress). P. F. Drucker, an economist, publicist and founder of modern management, emphasizes the paramount importance of innovation. In his opinion, the main tool of the entrepreneur are innovations, and the success of his endeavor depends on how competently and thoughtfully the entrepreneur applies innovations [4, p. 712]. Secondly, the sphere of small business "pushes" on positioning of "middle class", first of all, as the most important reason of social and political balance of society, and also improvement of quality of life. Based on the above factors of small business activity there's a connection that the development of this sphere involves the development of a whole system of measures of support from the state, as well as the stimulation of entrepreneurial activity for the most productive business entities [1, p. 101].

Evaluation of the effectiveness of enterprises in the field of small business has its own indicators, they include:

- market share is relatively small (regarding their products);
- management is carried out personally by the owner, without affecting the formal structure;
- limited access to the financial resources market.

The tasks of assessing the efficiency of production and economic activities (hereinafter PCBs) of small enterprises are as follows:

- the study of the executive use of all resources of the enterprise;
- measurement of inventories (capacity) of the enterprise in a quantitative equivalent;
- analysis of enterprise management results.

These indicators determine the need to develop a methodology for analyzing the efficiency of production and economic activities of small enterprises.

Activities to create (formulate) precise goals and objectives – the most difficult intellectual task. The solution (finding the answer) of these problems is caused by subjective as well as objective factors. It should be noted that the process of formation of subjective factors refers to the

hidden from the "assessment from the outside", the objective factors, on the contrary, are determined by the external environment.

Business objectives can be considered from 2 sides:

I. Are formed by the collective method – from the aggregate of supply and demand, expectations, depending on market conditions at the time of activity;

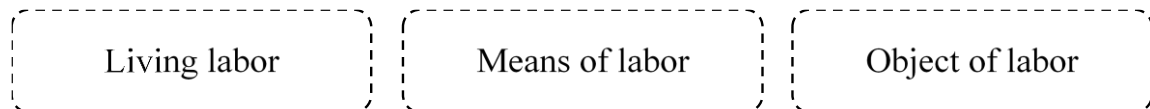
II. Formed according to the subjective understanding of vocation, development of personal qualities and self-realization on the part of entrepreneurs.

In order to determine the criteria (indicators) of the effectiveness of the subject, we are associated with the task in which the main goal is to determine the methods of their quantitative measurement. Calculation methods are one of the analytical methods, including methods of comparison, ordering and modeling methods, which, in turn, are based on the use of clear rules of logic and are designed to obtain numerical values. Of course, the calculation methods involve calculation operations that are performed on economic indicators, as well as used in the evaluation of quantitative performance indicators.

It should be noted that the quantitative indicators of the goal perform an auxiliary function and are used as indicative parameters for entrepreneurial activity, in connection with which they can be adjusted depending on the specific conditions of the functioning of a small developing enterprise (MCI) [3, p. 13-14].

The small business enterprise, today, carries the concept of an open and dynamically developing socio-economic and production and sales system. And as already mentioned, the results of the economic, financial, social, and investment plan that we get as a result of PCBs, can't be fully evaluated using one of the huge range of indicators. It is more expedient to use the whole Arsenal (complex) of indicators to achieve the most accurate result [1, p. 102].

The predestination of the choice towards a systematic approach to the analysis of efficiency prompted these shortcomings and the approach to assessing the effectiveness of production and economic activity of small enterprises as a result of the efficiency of the use of resources at their disposal – the result of the effectiveness of the three "whales" (pic. 1).



Pic. 1 Basic elements of enterprise resources

Based on the above, we can say that the identification of the most significant factors that reflect the dynamics of the effectiveness of small businesses is the main purpose of the system analysis (evaluation).

It is worth noting that the successful functioning of small organizations is based on two aspects, such as: professionalism and enterprise Manager. On the basis of the latest sociological surveys, entrepreneurs, speaking about the reason for the ruin of enterprises put to the fore the lack of managerial knowledge – ineffective management.

Determining factors of competitiveness and display of efficiency of activity are efficiency of management, business activity, and also financial "health" (state) of the enterprise. Then, the level of efficiency of a small enterprise affects its relations with contractors and investors.

From this it follows that for contractors particularly interesting is the method of assessing the efficiency of economic activity of the enterprise, which primarily takes into account the performance of management, as well as profitability.

To analyze the level of efficiency of the enterprise, relative indicators are used, such as: profitability indicators – profitability, profitability of capital, as well as resources or products. Profitability of the company is determined by a set of different activities: operating, investment and financial.

It is worth noting that all indicators that reflect the state of the organization are interrelated – it is impossible to rationally and accurately assess, for example, the level of financial stability of the

enterprise, without affecting the analysis of the dynamics of solvency, capital turnover, and profitability. For example, according to these formulas, we can find the most common coefficients: turnover ratio of the equity capital ratio and overall profitability ratio total solvency.

Based on the resulting coefficients, we can analyze, for example, by calculating the coefficient of turnover of equity we can say how many revolutions are required to pay the invoices or if we calculate the coefficient of total solvency, we can find out whether the company is able to cover all its liabilities (short-term and long-term) all its assets, etc.

The basis for the evaluation of the enterprise as a recipient of credit resources are the indicators of its financial "health" and results. A stable financial condition can determine the potential of an enterprise and guarantee the effectiveness of the execution of the interests of contractors of any enterprise.

Analysis of the performance of the enterprise can't be based on an arbitrary choice of indicators. Justification and selection of initial indicators n should be carried out in accordance with the concepts of the theory of economic analysis of the enterprise, as well as based on the objectives of the assessment and the needs of management in the analytical assessment.

References

1. Boschiva, Z.N., Kogan, M.V. Assessment of effectiveness of activities of small entrepreneurial structures // Vestnik of ASTU. Series: Economics. 2011. No. 2 Pp. 101-104.

2. Kurbakova, Yu. O. Small business in modern Russia: Theoretical aspects and practice. Vestnik Tiuie. 2015. №1 (21) P. 57-64.

3. Litau, E. Ya. Theoretical and methodological developments in the field of management of small developing enterprises: thesis ... candidate of economic Sciences: 08.00.05 / Litau E. Ya.; [Place of defense: St. Petersburg. University of management and Economics]. – St. Petersburg, 2013.- 183 p.: Il. THE RSL OD, 61-14-8/401.

4. Litau, E. Y. the Concept of entrepreneurship // Economics and entrepreneurship. – 2013. – № 10 (39). - Pp. 710-716.

5. Business development in Russia: organizational, legal and economic aspects: monograph. – SPb.: Publishing house of St. Petersburg University of management and Economics, 2014. – 138 p.

ABOUT INNOVATIVE RESEARCH OF FINANCIAL MECHANISM FOR IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY BASED ON TAX POLICY

Hasanov E.L., senior specialist, PhD.

Ganja Branch of Azerbaijan National Academy of Science, Ganja, Azerbaijan

Introduction. An important advantage of the model is that it allows you to evaluate the effect of managerial influences in creating conditions for the development of small business. Analytical formulas obtained in the study can be used as a basis for a computer program with subsequent registration of copyright. In addition, this approach can form the basis for the design of development strategies for the MF.

Materials and methods. Feeling the inadequacy of the studied topic, let us turn to the existing terminology. It is important to note that the task is to find a concept that would be applicable to the development of a strategy or program for the development of a municipal formation. At the same time, this would give an answer regarding ways to increase revenues to the local budget through certain activities. The closest in meaning was the "tax potential" of the territory.

It also indicates that the tax potential for other taxes is calculated as the product of the expected tax charges for these taxes in the current year on the consumer price index. Also, the tax potential of a municipal formation is equal to the sum of tax potentials for basic and other types of

taxes, which does not take into account the synergistic and multiplicative effect on the scale of the entire economy.

In this section, we will give a definition of the tax capacity, or rather the methodology for calculating it in the context of taxes coming into the local budget.

The tax capacity includes three components – constituent local budgets:

land tax,
 personal income tax (TIPI),
 taxes on small businesses.

The land is one of the most important economic resources of the municipal formation, constitutes the physical basis of urban (rural) planning and is a necessary condition for the integrated development of the territory. Simultaneously, the land is immovable property, therefore, it has its value. In the world practice of local self-government (LSG), payment for land is the basis of local budgets. For example, in the revenue structure of the municipal budget of Flugerville, Texas, USA, property tax is more than 50% [5]. In Russia, the share of income from land use (land tax and rent) is relatively small and amounts to 5-20% of local budget revenues [6].

Calculating the tax capacity in terms of land tax will help to reveal the huge potential for growth in the revenue base of municipalities in our country.

LSG bodies have two levers for regulating revenues from land tax – the tax rate and tax incentives (direct method). Another important factor in the model under consideration is the cadastral value of land plots located on the territory of the given municipal formation (MF). However, from the point of view of management, it can only be affected by indirect methods. For example, the increase in value can be the result of a well-considered policy (strategy) of local authorities aimed at economic development of the territory, stimulating entrepreneurial activity, creating conditions for the development of small business, improving the investment appeal of the MF.

In practice, the amount of land tax T_L that is expected to enter the budget for a period is defined as the sum of the works of the cadastral value of land plots recognized as the object of taxation by the tax rate for each category of land (corresponding to 17 authorized uses). The share of deductions from this tax to the local budget is 100% (or 1), therefore it is not reflected in formula (1).

$$T_L = \sum_{t=1}^{17} V_t r_{Lt} - \sum_{t=1}^{17} E_t, \quad (1)$$

where V_t - is the cadastral value of all land plots of the t -th type of permitted use,

r_{Lt} - the land tax rate for land plots of the t -th type of permitted use,

E_t - the amount of land tax benefits for land plots of the t -th type of permitted use.

For the purposes of this article, it is necessary to identify factors affecting the calculation of the cadastral value of a land plot and to find a general formula for calculating it. A review of the legislation and a generalization of the practice of its application revealed the following. In each rural or urban settlement separate cadastral blocks are allocated. Let us recall that for each cadastral quarter; the cadastral value of land is determined (established) in accordance with the binding to each of the 17 types of permitted use (personal subsidiary farm, industrial premises, office, etc.). Consequently, the basis for estimating the cadastral value is the definition of the specific cadastral value of a land plot within a single cadastral block in the context of different types of permitted use of plots [7]. To determine the cadastral value of the entire land plot, it is necessary to multiply the specific indicator of the cost per square meter by the number of square meters of the land area.

In general, the formula for calculating the cadastral value of land plots V_t of a particular type of permitted use t can be presented as follows (2):

$$V_t = \sum_{i=1}^I U_{ti} q_{ti}, \quad (2)$$

where U_{ti} - is the specific cadastral value of the land plot of the t -the type of permitted use of the i -the cadastral quarter,

q_{ti} - the area of the land plot of the t -th type of permitted use of the i -th cadastral quarter,

I – the number of cadastral blocks.

Then the tax base for land tax, which is equal to the cadastral value of all land plots within this MF, will be calculated as the sum V_t and denoted by TV.

For the purposes of management and implementation of the powers vested in local government bodies, we introduce the notion of tax capacity in relation to land tax. This concept is the potential (maximum) amount of income from land tax on the territory of this MF for a certain period (year), taking into account the restrictions (conditions) for tax rates and benefits provided for by federal legislation.

Conclusion

Firstly, it is necessary to create a computer program which can have copyrights registered to. At the same time it is recommended to use it through MS Excel 07 and above, it works in the MS Office program and in the operating environment of Windows 2000 and higher. Secondly, in the future it is possible to obtain a certificate for the registration of the object – the result of intellectual activity (RIA). Thirdly, the results of the research can become a theoretical basis for creating a methodology for strategic management for local self-governments. In the future, this will allow us to perform qualitatively scientific research work commissioned by federal and regional ministries, and especially municipal entities.

Factors identified in the course of the study should be reflected in the policy of the municipal formation, based on increasing the tax capacity. At the same time, it is necessary to take into account the different nature of the three main components of TC, for example, the fiscal nature of TIPI and against the incentive nature of land tax. Then the statement of the problem in calculating the tax capacity of the territory may look like:

for TIPI and small business taxes - the maximization of the function (through the indicator of the tax multiplier),

for land tax – optimization of incentive and fiscal functions.

To implement the activities of the strategy, appropriate financial resources are needed. Often in practice, such policy documents remain as unfounded statements of political leaders. It is this problem that is a weak link in the strategic management of the territory. The proposed mechanism, which is the methodology for calculating the tax capacity, allows you to determine the amount of available financial resources.

References

1. Abramov, R.A. The development of local economy in Russia and the model of municipal government. Problems of theory and practice of management. 2013. No. 4. p. 71.
2. Babun, R.V. Organization of local government: a manual. Moscow: KNORUS, 2013. p. 174.
3. Hasanov, S.L., Hasanov, E.L. (2018) Innovative Basis of Research of Energy-Efficient Potential and Effectiveness of Renewable Energy Sources // Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка. Географічні науки: збірник наукових праць / Міністерство освіти і науки України, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка; Українське географічне товариство, Сумський відділ; Суми, 2018. Вип. 9, с. 3-10.
4. Natalia N. Koroteeva, Elnur L. Hasanov, Vladimir A. Mushrub, Elena N. Klochko, Vladimir V. Bakharev, Rustem A. Shichiyakh. The conditions of economic efficiency and

competitiveness of tourism enterprises. *International Journal of Economics and Financial Issues*, vol. 6, № 8S, p. 71-77.

5. Устойчивое экономическое развития в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления (2007) Под ред. В.В. Попкова. М.: Экономика, 295 с.

6. Teleuyev, G.B., Akulich, O.V., Kadyrov, M.A., Ponomarev, A.A., Hasanov, E.L. (2017) Problems of Legal Regulation for Use and Development of Renewable Energy Sources in the Republic of Kazakhstan. *International Journal of Energy Economics and Policy*, vol.7, № 5, pp. 296-301.

7. Zinchuk, G.M., Lukiyanova, M.N. Development of programs for socio-economic development of the municipality: a teaching aid / Under the general ed. of A.V. Orlov. Moscow: G.V. Plekhanov REA Publishing House, 2010. – Appl. B.

THE MAIN DIRECTIONS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

*Moroz A.M., fifth-year student
Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine*

The most important component of enterprise management should be strategic management, which ensures the design and implementation of strategic changes in different spheres and levels of enterprise activity, develops a strategic plan and budget. He takes full responsibility for the implementation and monitoring of their implementation, maintains two-way communication with the business processes of operational and life-long management, drawn into the sphere of strategic innovations.

The scope of strategic management includes enterprise personnel, customers and business partners. The employees of the company who are directly involved in improving the business strategy bear a special responsibility for the future of the enterprise, for the success of the implementation of the strategic development program, and the effective use of their own and attracted resources.

Objectives and responsibilities. The strategic management of the enterprise should create and implement future business development plans for the enterprise. Its components should be strategic planning, opportunity management, problem management. Its main objectives should be to increase competitiveness, business growth, ensuring the leading role of enterprises in the industry, capitalization of leadership. Strategic management should always act with a high level of commitment, take full responsibility for the final result.

Information technology. Effective strategic management can only be built on the basis of information technology. Today's enterprise management considers information technology through the prism of automating existing processes and sees their mission in the performance of service functions. Strategic management understands the mission of information technology otherwise. He believes that the main task of information technology is the formation of a competitive business. In strategic management, information and technological resources of an enterprise should be used to create, maintain and deepen the sustainable competitive advantage of an enterprise.

Strategic management and quality management. Reengineering of the enterprise management should create a solid economic base for the enterprise quality management system, accelerate its development to the ISO 9000: 2000 level, make this system truly in demand, focused on actual problems of business and competitiveness.

Vision of development problems. The strategic management of the enterprise should scan the competitive environment, take into account all macroeconomic and institutional factors of the market that are important for the success of the enterprise. It should measure, evaluate and predict competition in the industry, best practice, technological lag, customer pressure, customer pressure.

He is responsible for an objective analysis of customer satisfaction and commitment, finding problems in the sale and subsequent service, products and services for customers, price discrepancies, and shortcomings in the operation. As a result, the strategic management of the enterprise should form the final vision of business problems and ensure adequate strategic responses to these problems in the areas of competition, production, entrepreneurship, innovative development, staff training and corporate culture.

Development ideas and business products. The strategic management of an enterprise should focus business ideas on final products, ensure their implementation in final products, substantiate and ensure the transformation of these ideas into specific business processes and functions, into specific products of these processes and functions and, most importantly, into specific final products of business.

Development of internal business processes. The strategic management of the enterprise must take over the work of engineering redesign of internal business processes that play a key role in ensuring a competitive business. 14. Strategic management in the field of training and growth. Acting in the field of training and growth, the strategic management of the enterprise undertakes the preparation of solutions that form new innovative capabilities of the enterprise, a new level of competence of employees and managers, a new innovative culture, new production relations. Strategic management focuses on existing standards of activity and goes from them to the most advanced practice. In order to ensure business success, he must know how effectively the human capital of the enterprise is used, how it is demanded and organized for intellectual work, how well its reproduction is ensured to solve current and future strategic problems. Strategic management should take on the task of structuring training and development of personnel according to the nature of current and future needs, levels of requirements, degree of mass, scope of coverage, scenarios, programs and types of training, key topics and ways of organizing training. Strategic management should develop goals and measures that provide motivation and feedback to the activities and interests of individuals, groups, teams, and their leaders. Strategic management should create and implement at the enterprise a metric of strategic coverage of the future work and information coverage of future staff activities.

Strategic management in the field of training and growth. Acting in the field of training and growth, the strategic management of the enterprise undertakes the preparation of solutions that form new innovative capabilities of the enterprise, a new level of competence of employees and managers, a new innovative culture, new production relations. Strategic management focuses on existing standards of activity and goes from them to the most advanced practice. In order to ensure business success, he must know how effectively the human capital of the enterprise is used, how it is demanded and organized for intellectual work, how well its reproduction is ensured to solve current and future strategic problems. Strategic management should take on the task of structuring training and development of personnel according to the nature of current and future needs, levels of requirements, degree of mass, scope of coverage, scenarios, programs and types of training, key topics and ways of organizing training. Strategic management should develop goals and measures that provide motivation and feedback to the activities and interests of individuals, groups, teams, and their leaders. Strategic management should create and implement at the enterprise a metric of strategic coverage of the future work and information coverage of future staff activities.

The focus of strategic management should be on the long waves of value creation, driven by innovation processes. He should create such a practice, when the focus of development of domestic business will determine measures of the effectiveness of innovative processes generating competitive advantages. Strategic management has to figure out how much the market needs the planned changes, forecast in volume and time the demand for such changes, evaluate the profitability of the associated external business of the enterprise. Solving these issues, the strategic management of the enterprise should minimize the economic risk, understand the ultimate market superiority, evaluate and calculate its dominant influence.

PROVIDING THE EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT ACTIVITIES TO CREATE CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

*Tretyakova E.V., PhD in economics, docent
Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia*

A special role in effective management in goal to create conditions for the development of small business is played by financial management, which represents a combination of strategic and tactical elements of financial support for entrepreneurship, which allow managing cash flows and finding optimal monetary solutions. Strengthening control over money is urgently needed for any enterprise, especially small business entities.

For companies, the main problem in the sale of products, executing of works and providing of services is the timely presentation of the cost of products, work and services to buyers. After presentation of invoices to buyers, the cost of products sold, work performed, services rendered is accrued in the accounts of buyers. For some buyers, the balance of settlements becomes negative, so small businesses have receivables. Biggest part of buyers pays off their debts on time, but some buyers don't have the opportunity to timely cover the debt. In this regard, there is doubtful receivables and the need for claims, drafting claims for debtors to apply to the courts. Under the doubtful debts of buyers understand the debt to small businesses that have accrued in connection with the sale of products, executing of works, providing services and not repaid within the terms established by the agreement (account), and not secured by a pledge, guarantee, bank guarantee.

Therefore, the adoption of measures that preclude the occurrence of doubtful debts is of great importance. There are three sets of such measures.

Preventive measures are taken until the identification of doubtful debts and include a preliminary check of buyers, working with regular customers, a preliminary receipt of an advance or a pledge, the inclusion to the contracts of clauses on penalties for violation of payment terms, scheduling payment, etc.

Operational measures are taken constantly in the course of economic activity and include regular inventory of receivables, preparation letters of reconciliation of accounts, sending information letters.

Liquidation measures are aimed at minimizing damage and are used after the identification of doubtful debts based on the results of the inventory. The complex of such measures includes filing claims, proposals for netting, assignment of the right of claim, filing a claim, participation in competitive proceedings in the liquidation of the debtor. To transfer a claim for recovery of debt for products sold, work performed, services provided to courts of different levels, a small business entity must pay attention to the statute of limitations.

In the course of daily business activities, many small businesses entities often encounter non-payments of customers for products sold, work performed, services provided, some of which are dishonest buyers, some do not have enough currency. For small businesses entities there is such a thing as receivables, the collection and prevention of which for small businesses entities is one of the main goals. Currently, to prevent receivables, small businesses entities are introducing modern measures to eliminate the formation of doubtful receivables. Also, in order to prevent the formation of receivables, a preliminary check of counterparties is made, and a preliminary receipt of an advance, a pledge, a bank guarantee or other interim measures are used.

When receivables arise, small businesses entities are actively working on their pre-trial recovery by sending letters, making telephone conversations, personal meetings with debtors, after which claims are actively sent to the courts, interaction with collection agencies involved in collecting receivables is carried out.

As mentioned above, financial management plays a special role in effective management in order to create conditions conducive to the development of small business, which is a combination of strategic and tactical elements of financial support for entrepreneurship, allowing to manage cash

flows and find optimal monetary solutions. Strengthening control over money is urgently needed for each company, especially for small business entities.

In conclusion, it should be noted that mutual settlements between companies in which small business entities taking part is a complex dynamic system that requires permanent improvement in the direction of more fully taking into account the contribution of each entity to the final results of economic activity when changing the technical base and technology of production processes, improving settlement schemes, general economic and internal processes, which is especially important in the present time. At the same time, small business entities often confront such realities of a market economy as non-payment of debtors, growth of receivables. The relevance of this problem is currently caused by the economic situation in the Republic of Belarus and on a world scale.

References

1. Finance and financial market: studies. / G. E. Kobrinsky [and ath.]; under. total ed. G. E. Kobrinsky, M. K. Fisenko. - Minsk: High. Sc., 2011. - 343 p.
2. Klimkovich, N. I. Evaluation of the effectiveness of the functioning of the organization / N. I. Klimkovich. - Minsk: publishing BSU, 2016. - 15 p.
3. National Strategy for Sustainable Social and Economic Development of the Republic of Belarus for the Period up to 2030 year [Electronic resource] / Access mode: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf> – Access date: 26.04.2019.
4. The program of activities of the Government of the Republic of Belarus for 2016–2020 years. [Electronic resource] / Access mode: http://www.government.by/upload/docs/pdp2016_2020.pdf – Access date: 26.04.2019.
5. The program of development of the industrial complex of the Republic of Belarus for the period up to 2020 year [Electronic resource] / Access mode: <http://research.bsu.by/wp-content/uploads/2014/10/postanovlenie-sm-622-5.07.2012-red-30.06.2014.pdf> – Access date: 26.04.2019.
6. National program of support and development export for 2012–2020 years [Electronic resource] / Access mode: <http://www.government.by/upload/docs/fileaff83a3fc04eb9c0.PDF> – Access date: 26.04.2019.

СЕКЦИЯ 3

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМИ РИСКАМИ

Беликова Н.В., к.э.н., доцент

Чистякова В.И., к.э.н., доцент

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск, Россия

*Исследования выполнены при финансовой поддержке РФФИ
в рамках научного проекта № 19-10-00908
«Исследование проблемы трудоустройства
молодых специалистов на рынке труда»*

В хозяйственной деятельности современных предприятий возникают условия, которые можно расценивать как рисковые события в системе управления персоналом. Изучение вопросов, связанных с возникновением и устранением кадровых рисков, на сегодня остается очень актуальным и проблемным полем.

Кадровые риски возникают тогда, когда появляется опасность вероятной потери или неполучения каких-либо ресурсов в результате ошибок или неточностей в кадровом менеджменте. Риски в области управления персоналом характеризуются различными факторами как внешней, так и внутренней средой. К внешним факторам, влияющим на появление кадровых рисков, обычно относят те, которые определяют степень риска. Эти факторы, по мнению многих исследователей – неуправляемые, могут повлиять на организационное управление и кадровую политику. Внутренние же факторы, влияющие на возникновение рискованных ситуаций в процессе управления кадрами предприятия, определяют проявление рисков, то есть непосредственно зависят от эффективности принятия управленческих решений и управления в целом. Также они косвенно зависят и от внешних факторов, таких как экономических, политических, социально-демографических, конкурентных (рыночных) и др.

Основные характеристики кадровых рисков можно представить схематически (рис.1).

На работу и дальнейшее развитие предприятия и его работников, да и общества в целом, может повлиять угроза негативного развития событий. Причинами кадрового риска могут послужить следующие события:

- неэффективность системы кадрового менеджмента;
- неправильное и бездейственное поведение работников предприятия;
- влияние внешних факторов на кадровое управление предприятия.

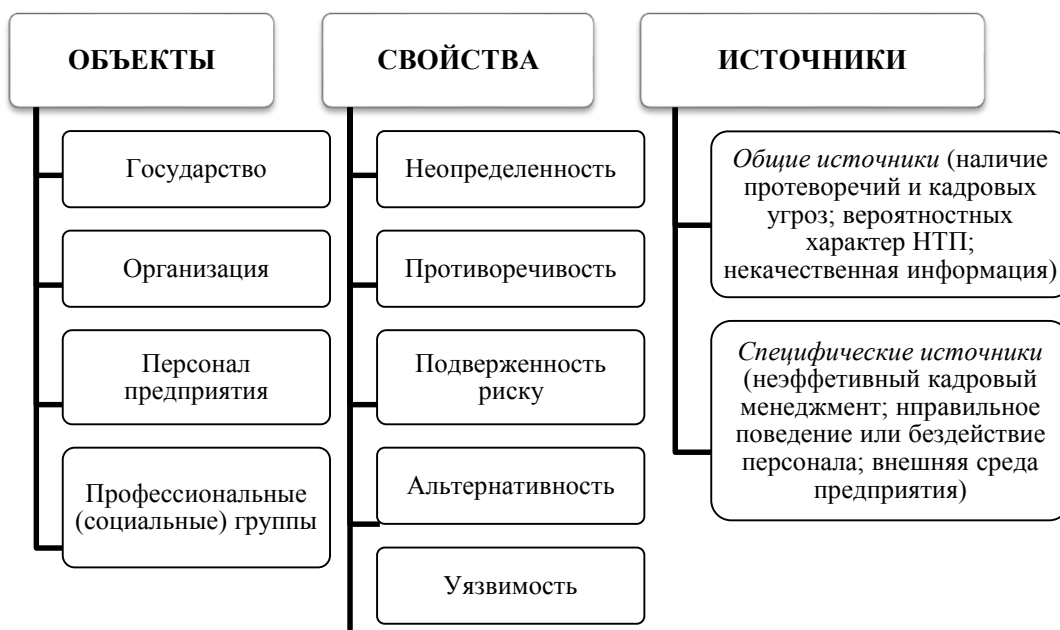


Рис.1. Основные характеристики кадровых рисков на предприятии

Ряд исследователей дают различную классификацию кадровых рисков. К примеру, А.Р. Алавердов подразделяет кадровые риски в зависимости от этапа кадровой работы: «риски, связанные с наймом работника в организацию (отбор работника, соответствующего требованиям организации); риски, возникающие при осуществлении работником своей деятельности в организации (аварии, хищения, ошибки); риски, возникающие после увольнения работника из организации (переход секретов производства к конкурентам и др.)» [1]. Также данный автор подразделяет кадровые риски «в зависимости от формы их реализации на количественные, качественные и риски нелояльности персонала» [1].

Наиболее полной будет классификация, которая наглядно представлена на рисунке 2.

Представленная классификация не является полной, так как выражает общие подходы к типологии рисков.

Для лучшего понимания, каким образом кадровые риски могут оказать влияние на деятельность предприятия, необходимо рассмотреть особенности возникновения рискованных ситуаций при управлении персоналом на современных предприятиях. По мнению А. Е. Митрофанова: «Прежде всего, кадровые риски могут возникнуть в нескольких случаях:

- при формировании кадровой структуры;
- в процессе использования;
- в процессе развития персонала;
- на этапе высвобождения персонала» [3].

Этот подход показывает особенности организационно-трудовых отношений на каждом этапе жизнедеятельности практически любого современного предприятия и позволяет планировать технологии и методы эффективного управления персоналом.

По источнику риска	<ul style="list-style-type: none"> • внешние риски • внутренние риски
По сфере локализации	<ul style="list-style-type: none"> • риски персонала • риски кадрового менеджмента
По объекту риска	<ul style="list-style-type: none"> • риски государства • риски предприятия • риски работника
По систематичности проявления	<ul style="list-style-type: none"> • систематические риски • не систематические риски
По результатам деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • чистые риски • спекулятивные риски
По возможным размерам ущерба	<ul style="list-style-type: none"> • локальные риски • средние риски • значительные риски • глобальные риски
По степени регулярного проявления	<ul style="list-style-type: none"> • случайные (разовые) риски • регулярные риски • постоянные риски
По степени допустимости	<ul style="list-style-type: none"> • допустимые риски • приемлемые риски • недопустимые риски
По правомочности	<ul style="list-style-type: none"> • правомерные (оправданные) риски • неправомочные (неоправданные) риски
По причинам возникновения	<ul style="list-style-type: none"> • не целенаправленные (не умышленные) риски • целенаправленные (умышленные) риски

Рис. 2. Классификация кадровых рисков

С учетом специфики появления кадрового риска, можно выявить и особенности управления кадровыми рисками, под которыми чаще понимают алгоритм процесса определения, оценки и контроля внешних и внутренних факторов кадрового риска. А.Е. Митрофанова утверждает: «управление кадровыми рисками начинается на этапе разработки стратегии управления персоналом и охватывает всю систему кадрового менеджмента предприятия на всех ее уровнях» [3].

Процесс управления кадровыми рисками определен, как правило, тремя основными этапами (рис. 3)

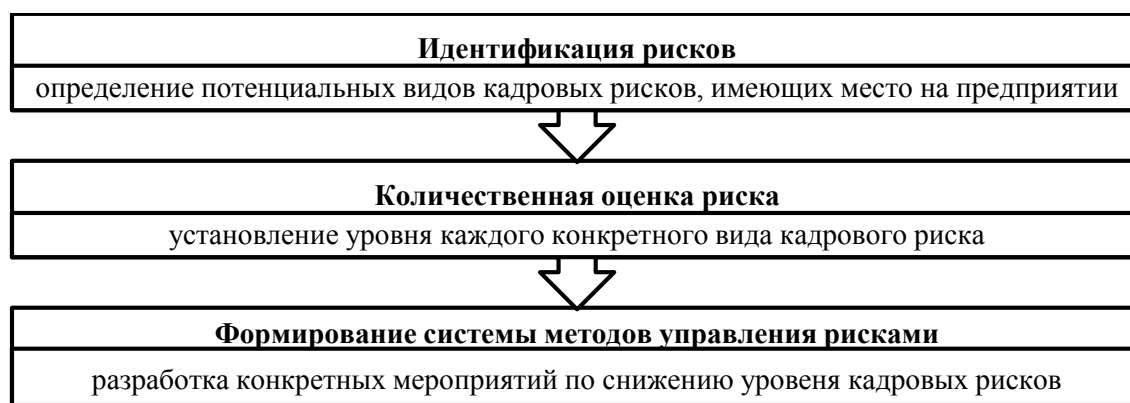


Рис. 3. Процесс управления кадровыми рисками

Что же касается оценки кадровых рисков, то существует много методик, которые имеют сходства и различия. Для предприятий промышленного назначения подойдет метод экспертных оценок, а также количественная оценка рисков, заключающаяся в ранжировании по выявленным критериям (матрицы «вероятность-ущерб») [4]. Для предприятий сферы услуг (клиентоориентированных) можно использовать метод оценки рисков «вербально-числовая шкала Харрингтона», которая помогает в градации рисков по степени вероятности проявления анализируемых рисков [4].

В данной статье для оценки кадровых рисков предложена методика использования вероятности наступления риска (V_p) и значимость риска (Z_p). Оценка по данным параметрам проводится субъективно, как при экспертном методе, где, значимость риска (Z_p) определяется по шкале от 0 до 5, а вероятности наступления риска (V_p) оценивается по следующей шкале (рис. 4):



Рис. 4. Шкала вероятности наступления риска

При помощи данного метода оценки можно провести анализ кадровых рисков практически для любых современных предприятий, где результатом может стать формирование характеристики кадровой безопасности, отражающий рискогенный характер этого предприятия, его персонала и вся система кадрового менеджмента. Для этого кадровые риски могут быть оценены по критериям вероятности и величины последствий от их проявления.

В связи с этим, для удобства сформируем 5 групп кадровых рисков, каждая из которых включает в себя несколько рисков (рис. 5).

Для определения итогового результата по проведенной оценке кадровых рисков в деятельности любого предприятия, можно внести полученные данные как в таблицу, так изобразить их в виде графика для наглядности.

К примеру, итоговый результат $Z_p = 25$, а средний результат $V_p = 47,2$. После проведения определенных расчетов, выявлено, что рискогенность предприятия составила 45,9, что говорит о существовании опасности в управлении персоналом. Поэтому предприятие должно принять меры по снижению кадровых рисков или полностью их ликвидировать. Это задача очень сложная, но адекватные меры приведут к эффективному результату и повлияют на результаты всей деятельности предприятия.

Кадровым рискам подвержены и молодые специалисты, как при трудоустройстве, так и процессе трудовой деятельности. Чаще всего это прослеживается при первых этапах вхождения в «жизнь организации»: обучении и адаптации.

Выявить кадровые риски, которым подвержен персонал организации, можно при помощи проведения тщательного кадрового аудита. Общеизвестны такие методы кадрового аудита как: организационно-аналитические, социально-психологические, экономические [2].

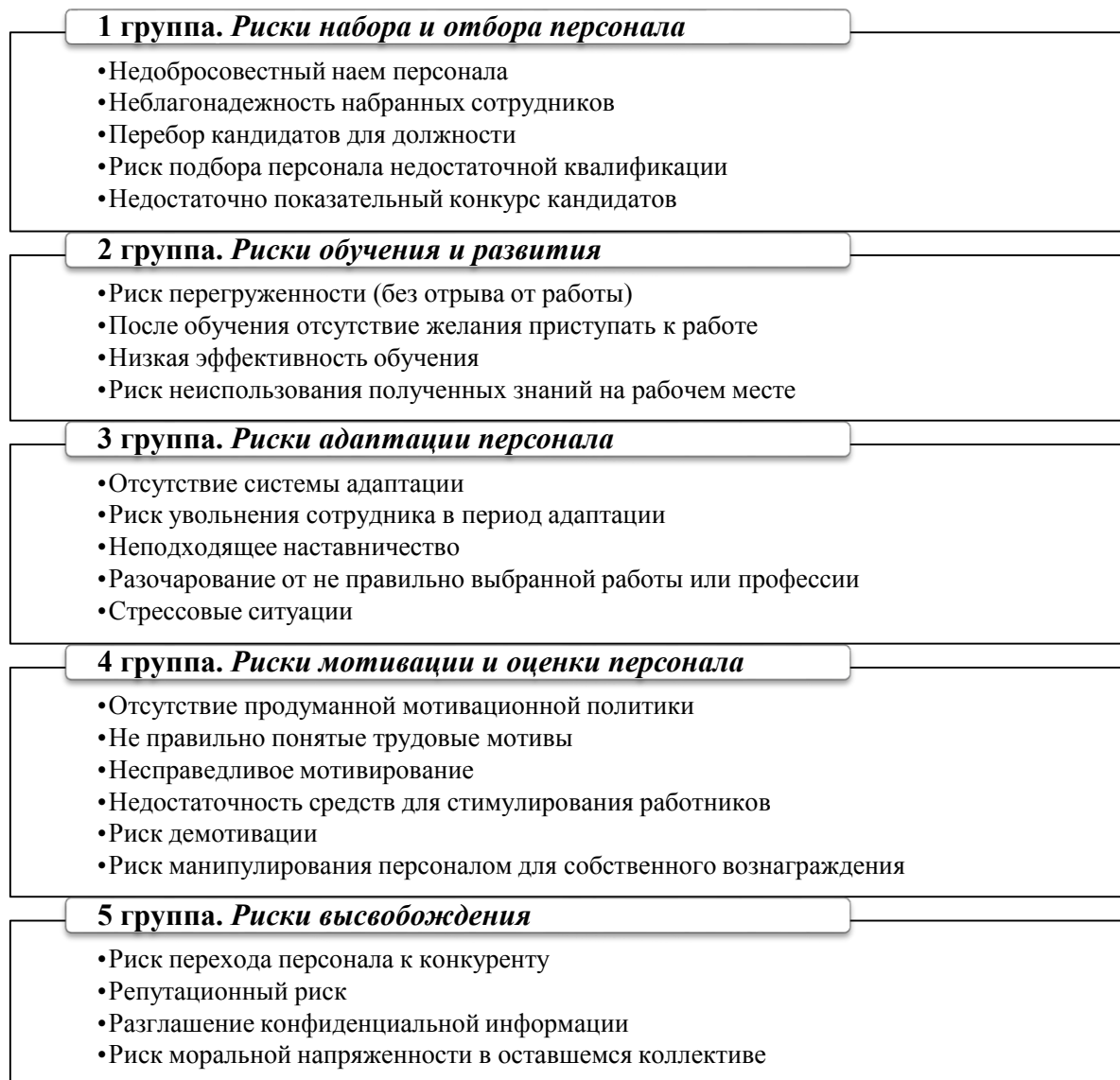


Рис. 5. Основные группы для оценки кадровых рисков

В настоящее время существует множество методов по управлению кадровыми рисками, которые позволяют не только снизить их негативное воздействие на работников предприятия, но и повлиять на результаты деятельности предприятия. К этим методом можно отнести и диверсификацию рисков, где наиболее продвинутым видом для персонала являются аутсорсинг и аутстафинг. Также распространенным способом снижения кадрового риска является страхование рисков (страховые программы по персоналу). И другие прогрессивные технологии управления кадровыми рисками.

Таким образом, систематизация кадровых рисков, требует определенного механизма управления и является важной составляющей повышения конкурентоспособности любого современного предприятия.

Литература

1. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебное пособие / А.Р. Алавердов, Е.О. Куроедова, О.В. Нестерова. – М.: МФПУ Синергия, 2013. – 192 с.
2. Лищук, Е.Н., Беликова, Н.В. Особенности проведения кадрового аудита в современных организациях // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2018. Выпуск 1(68). – С. 191-209.

3. Митрофанова, А.Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации // Компетентность. 2013. № 3. – С. 40–45.

4. Слободской, А.Л. Риски в управлении персоналом: учеб. пособие / А.Л. Слободской / Под редакцией заслуженного деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, проф. В.К. Потемкина. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 155 с.

ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА БУДУЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

*Борчук А.Л., проректор по идеологической и учебно-воспитательной работе
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Еще Аристотель указывал, что ответственность – одно из проявлений свободы, а свобода – одно из условий ответственности: человек вправе принимать решения и совершать действия согласно своим мнениям и предпочтениям, но он должен отвечать за их последствия и не может перекладывать вину за негативные результаты своих решений и действий на других.

В книге "Социальная ответственность бизнесмена" Ховард Боуэн рассмотрел, как концепция социальной ответственности может быть распространена на бизнес, а осознание более широких социальных целей при принятии деловых решений может приносить социальные и экономические выгоды обществу. Социальная ответственность – это концепция, которая обосновывает, что предпринимательство не только несет ответственность за соблюдение законов и за производство качественного товара, но и добровольно берет на себя обязательства перед обществом, работает на улучшение жизни людей. И так, социальная ответственность – это этический принцип, которым должен руководствоваться бизнес, основанный на моральных нормах и ценностях, учитывающий интересы общества и традиции страны. Поэтому на первый план выходит такой фактор, как человеческий капитал, знания, высококвалифицированная рабочая сила. А ведь образование и является тем стратегическим ресурсом, от состояния которого зависит положение всего общества в целом.

В качестве важнейшего социально-психологического условия формирования социальной ответственности выступает реальная вовлеченность наших студентов в социальную практику. Социально активные студенты имеют более сформированные представления о социальной ответственности по содержанию и форме, по показателям, они могут уже:

принимать на себя обязательства,
предвидеть последствия своих действий,
готовы персонально отвечать за них.

К выбору фирмы, компании или предприятия, на которых студенты смогли бы проходить практику, также следует относиться очень серьезно. Стадия «пробы пера», генеральной репетиции своей будущей деятельности, закрепление за собой статуса специалиста вне стен учебного заведения является как бы фиксатором всех полученных ранее знаний и навыков. Важно, чтобы фирма, предприятие соответствовали высоким стандартам не только в непосредственной своей сфере деятельности, но и в области социальной ответственности. Воспитание в таких рамках сделает работу будущего специалиста более эффективной и успешной.

Таким образом, мы можем заключить, что формирование социальной ответственности будущих предпринимателей по большей части лежит на учреждении высшего образования, а также базируется на воспитании, уровне образования и социальной активности.

Так на чем же базируется социальная ответственность личности? Конечно же, она базируется «на ее способности сознательно и по своей воле исполнять обязанности,

следовать предъявляемым требованиям, согласовывать с ними свою деятельность и поступки. Уровень развития социальной ответственности личности обнажает ее общественную сущность, раскрывает ее социальность и, тем самым, степень включенности человека в систему общественных отношений» (К. Муздыбаев).

В УВО обучается молодежь в основном 17-20 лет. Попытаемся теперь обосновать, почему именно этот период является особенно важным для формирования социальной ответственности личности.

Мы видим, что студенчество объединяет в своих рядах молодых людей примерно одинакового возраста, образовательного уровня. Это мобильная молодежь. Стремление их к успеху, желание хорошо, комфортно жить не несет в себе ничего предосудительного. Наоборот, можно и нужно стремиться реализовывать его (стремление), если за ним не стоит пресловутого «любой ценой», если оно не превращает молодых людей в своих рабов, если это не в ущерб человеческому в человеке.

К сожалению, росту преступности среди молодежи, в частности, среди студентов, наряду с такими факторами, как социально-экономическая обстановка и проблемы трудоустройства, способствует отсутствие социально-значимых целей, стремление во многих случаях к быстрому и неадекватному затраченным усилиям обогащению. Как следствие, многие студенты в ущерб учебным занятиям основное внимание уделяют деятельности, направленной на повышение собственного материального благополучия, с использованием способов, иногда противоречащих закону. Поэтому воспитательную работу мы должны оценивать не столько по тому, как полно удалось передать студентам необходимые знания и убеждения, сколько по тому, сумели ли мы подготовить их самостоятельно действовать в рамках законодательства и принимать рациональные решения. Как сказал И.С.Кон, «воспитание в эпоху научно-технической революции должно быть, прежде всего, воспитанием самостоятельности, творческой инициативы и социальной ответственности, которые неотделимы друг от друга».

Все вышесказанное предполагает, что воспитательную работу необходимо проводить, ориентируя студенческую молодежь – будущих предпринимателей – на формирование самостоятельности и социальной ответственности.

Что является главным национальным достоянием любой страны? Ответ очевиден – граждане страны. Стало быть, общенациональной объединительной идеей может стать призыв – воспитание и образование юного гражданина. Хочу к сказанному дополнить – воспитание и образование детей, оставшихся, по разным причинам, без родителей.

Именно предпринимательское сообщество может взять на себя ответственность перед гражданским обществом за воспитание и образование маленьких белорусов, оставшихся без родительского внимания. А их, к сожалению, очень много. Проводя благотворительные акции, наши студенты с болью встречаются с такими детками, видя их глаза. Да, благотворительность не всегда выражается в деньгах. Существует широкая мировая практика, когда благодетели дарят свой более ценный ресурс, который не подлежит восстановлению, – время. Очень часто это приобретает форму волонтерства, которое позитивно сказывается на создании благоприятного климата в коллективе, повышает ощущение социальной значимости у студентов, сотрудников, способствует формированию корпоративной ответственности.

Главная задача нашего института – не только подготовка специалистов и руководителей высшей квалификации нового типа, свободно ориентирующихся в безбрежных информационных потоках, имеющих фундаментальное профессиональное образование, но и обладающих высокой культурой интеллектуального и управленческого труда, способных раскрытием своего потенциала содействовать становлению цивилизованных рыночных отношений, развитию демократии и правового государства. То есть и формирование у студентов – будущих бизнесменов, будущих предпринимателей – нравственных и этических качеств. Образно говоря, с первых дней обучения студенты ИПД

варятся в «предпринимательском котле», будучи хорошо осведомленными о процессах, происходящих в малом и среднем бизнесе, в частности, и в обществе – в целом.

Во все века предпринимательство отождествлялось с меценатством, благотворительностью, заботой о социально незащищенных людях. А они произрастают лишь на глубоко нравственной основе.

На базе ОВРиМИ института работают не только кружки, объединения, эстрадная и вокальная студия и т.д., но и Центр волонтерского движения, состоящий из 3 отрядов: «Щедрые сердца», «Твори добро», «Приносим радость». Ведь очень важно, чтобы наши студенты понимали, что волонтерство – удивительное движение, которое помогает человеку подняться над собственными проблемами и увидеть беды и заботы других людей, а главное, щедро дарить окружающим радость, надежду и душевное тепло (волонтеры – альтруисты).

Волонтерская деятельность в ИПД – это:

помощь таким социальным категориям граждан, как престарелые, люди с ограниченными возможностями;

благоустройство дворов, участков, городских улиц;

помощь животным, добровольная помощь зоопаркам и заповедникам;

просветительские беседы, направленные на профилактику наркомании, СПИДа, подростковой преступности;

благотворительные концерты;

экологические марши (уборка загрязненных территорий);

пропаганда здорового образа жизни и т.п.

Волонтерская деятельность в институте осуществляется по трем направлениям:

1. Помним и чтим. Гордимся. Берем пример.

2. Заботимся и помогаем, работаем и создаем.

3. Пропагандируем, приносим радость.

В своей деятельности волонтеры руководствуются следующими заповедями:

найди того, кто нуждается в твоей поддержке, помощи, защите его;

раскрой себя в любой полезной для окружающих и тебя самой деятельности;

помни, что твоя сила и твоя ценность – в твоём здоровье;

оценивай себя и своих товарищей не по словам, а по реальным отношениям и поступкам.

Институт предпринимательской деятельности является активным участником процесса формирования партнерства между структурами бизнеса, общественными объединениями предпринимателей, социумом и государством, поэтому характер учебно-воспитательного процесса в ИПД должен определяться гуманистической парадигмой.

Из вышесказанного видна важность воспитания, формирования социальной ответственности у наших студентов. А они в будущем и есть те предприниматели, которых мы непосредственно сегодня учим. Наш долг, наша задача готовить у будущих предпринимателей нравственные, этические качества, которые помогут им ориентироваться в самых запутанных лабиринтах бизнеса и жизни.

МИССИЯ И ИДЕОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Варейко О.Г., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Миссия, как и многие базовые понятия современной науки управления, не имеет единого общепризнанного определения. Существует достаточно много толкований этого понятия. Приведем некоторые из них.

По мнению Л. Гительман, миссия – это стратегическая, генеральная цель, выражающая смысл существования, общепризнанное предназначение организации. Это роль, которую предприятие хочет играть в обществе.

И. Мазур, А. Шапиро в своей книге «Реструктуризация предприятий и компаний» дают следующее определение: миссия (предназначение) организации – ответ на вопрос, в чем заключается деятельность компании, и чем она намерена заниматься.

В широком понимании миссия рассматривается как констатация философии и предназначения (О. Виханский, А. Наумов, «Менеджмент»).

Обозначим преимущества наличия миссии для компании, пришедшей на рынок:

миссия – это база для последовательного формирования целей, стратегий, тактик, функций, процессов, должностных инструкций и т. д. Переход к профессиональному корпоративному менеджменту, основанному на процедурах, принципиально невозможен без разработки миссии;

миссия как стратегическая цель компании позволяет разумно распределить усилия и ресурсы (трудовые, сырьевые, временные, информационные и др.) для обеспечения долговременной положительной результативности бизнеса.

миссия вносит глобальный смысл в деятельность компании, стимулирует стремление к совершенству и становится платформой мотивации персонала.

Рассмотрим ряд публичных миссий организаций Республики Беларусь и иностранных компаний в сфере услуг:

Миссия «Велком» (velcom | A1) – провайдера телекоммуникационных, ИКТ и контент-услуг в Республике Беларусь.

«Команда. Мы работаем вместе и используем все наши общие ресурсы и сильные стороны, чтобы оправдать ожидания наших клиентов. Для нас важно быть открытыми, прозрачными и последовательными в том, что мы говорим и делаем, и мы говорим с клиентами, коллегами и партнерами открыто.

Доверие. Доверие позволяет создать среду, где ключевое значение имеют любознательность, открытость и сотрудничество. Мы открыты и прозрачны в том, что мы говорим и делаем, искренни в поведении и действиях.

Гибкость. Цифровой мир не ждет, когда мы изменимся. Мы проактивно выбираем направления деятельности и цели и чувствуем нашу ответственность. Мы гибкие и быстро адаптируемся к новым ситуациям».

Миссия ОАО «АСБ Беларусбанк»: «Содействовать достижению и развитию успеха клиентов, предоставляя универсальный спектр классических и высокотехнологичных услуг на территории всей страны в удобной форме в удобное время».

Миссия туристического агентства «ФрэшТур»: «Путем высочайшего уровня сервиса удовлетворять потребности наших клиентов».

Миссия Белорусского республиканского унитарного страхового предприятия: «Удовлетворение потребностей граждан и организаций Республики Беларусь в защите благосостояния путем предоставления качественных и доступных услуг страхования».

Миссия УО «Институт предпринимательской деятельности»: «Высокий уровень подготовки специалистов – главный приоритет в деятельности нашего института. Мы работаем для того, чтобы обеспечить выпускникам института хороший карьерный рост и профессиональные перспективы на рынке труда».

Миссия Coca-Cola: «Мы существуем, чтобы помогать вам и давать вам силу».

Миссия Ford: «Наша цель: стать ведущей мировой компанией по производству автомобильных товаров и услуг. Свою миссию международной компании с богатым опытом мы видим в предоставлении товаров и услуг высочайшего качества. Наши ценности: действовать на благо страны, общества – всех, кто находится рядом с нами, но прежде всего на благо наших клиентов».

Таким образом, можно сказать, что миссия как глобальная цель, превращает организацию в открытую социально-экономическую систему, которая является основой рыночных отношений.

Понятие «идеология» ввел французский мыслитель, политический деятель, философ Дестю де Траси в 18 веке, называя таким образом только появившуюся науку об идеях. В развитии понятия «идеология» можно выделить следующие этапы:

идеология – это метадисциплина, задающая цели и ориентиры развития знания (конец XVIII – первая половина XIX в.);

идеология – концепция, выражающая преимущественно политические идеи и устремления тех или иных деятелей, партий и т.д. (с начала XIX в. и до нашего времени);

идеология – предмет специальных исследований и рабочее понятие в области изучения социальных-психологических явлений.

Многие выдающиеся философы, такие как Д. Милль, К. Маркс, О. Конт, К. Мангейм, Г. Спенсер, М. Вебер и другие занимались вопросами идеологии в контексте познания социальной и психологической действительности и с точки зрения развития знания как такового (идеология знания, науки и т.п.).

На сегодняшний день в изучении идеологии в рамках социологических исследований доминирует акцент на анализе функциональных особенностей и проявлений идеологии в обществе. В центре внимания исследователей стоит вопрос: не что такое идеология, а в каком виде и форме и благодаря чему она проявляет себя.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что в практическом смысле идеология представляет собой выражение совокупности, системы определенных идей.

Идеи управления сами по себе представляют один из элементов интеллектуальной составляющей корпоративной культуры. Их функционал служит отражением таких элементов механизма управления, как цели, методы, принципы и задачи. Вместе с тем они могут играть особую роль в организации, поскольку в отличие от традиционных элементов корпоративной культуры представляют собой наиболее доступный и универсальный способ формулировки и передачи назначения и смысла выполняемых работниками действий, их намерений, стремлений, помыслов и т.д.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что идеи участвуют в формировании корпоративной культуры, интеллектуальных и нравственных основ мотивации, в самопрезентации фирмы в процессе социализации ее сотрудников, а также влияют на внешнее окружение фирмы.

Задаваясь вопросом назначения идеологии компании, можно выделить ее основные функции:

интегративная – объединение людей внутри одной организации на основе принятия как можно большим их количеством определенным образом сформулированных и поданных идей;

целеполагающая – формулировка целей организации и ее отдельных подразделений и доведение их до всех сотрудников;

мобилизующая – побуждение к определенным действиям;

аксиологическая – выработка, внедрение и закрепление в организации определенных ценностей посредством их представления и выражения;

регулятивная – корректировка поведения людей в компании.

Необходимо четкое понимание, что главным носителем идеологии компании является ее руководитель. Именно от него зависит, понятна ли она сотрудникам и насколько они ее разделяют.

Чтобы идеология действительно работала в организации, основные ее позиции должны быть не только закреплены в соответствующей документации, но и постоянно использоваться в повседневном общении руководителей с подчиненными, межличностных

контактах по поводу конкретных внутрифирменных событий (кадровых продвижений, увольнений, поощрений и наказаний).

В заключении приведем высказывание Э. Шпрангера: «Идеология придает смысл существованию и всему происходящему».

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР ПРЕДПРИЯТИЙ

Волошко Н.О., к.э.н., доцент

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Украина

Современные условия хозяйственной деятельности предприятий определяются усилением изменчивости рыночной среды, усложнением потребительских нужд и требований, ростом необходимости оперативного реагирования предприятия на изменения рыночной ситуации. Неотъемлемой составляющей обеспечения эффективности работы предприятия в этих обстоятельствах становится необходимость достижения высокого уровня гибкости и адаптивности.

Цель исследования – определение ключевых стадий формирования организационных структур предприятия на основе современных подходов к организационному проектированию.

Организационное проектирование является одним из важнейших этапов стратегического планирования деятельности предприятия, составляющими которого являются: анализ текущего состояния и перспектив развития внешней среды и внутреннего потенциала предприятия; определение стратегических и тактических целей; разработка стратегии развития; формирование принципов и методов усовершенствования организационной управленческой структуры; определение практических мероприятий и рекомендаций по проектированию и развитию организационных структур; формальное закрепление и институционализация преобразования организационных структур.

Проблема выбора наиболее целесообразной организационной структуры предприятия обычно разрешается с использованием трех основных этапов:

1) назначение подразделений предприятия и установление функциональных связей между этими подразделениями от верхних звеньев управленческой иерархии к оперативному уровню управления («сверху-вниз»);

2) организационное оформление оперативных работ и операций, которые сначала распределяются между непосредственными исполнителями, а далее возводятся по восходящей в управленческие подразделения высших уровней (согласно потребностей в межфункциональной координации);

3) процессный подход, заключающийся в определении последовательности выполнения производственных заданий (шаг за шагом в направлении реализации этих задач) и соответствующем создании надлежащей структурной схемы руководства работами.

Использование того или иного подхода зависит от специфических условий деятельности предприятия, прежде всего от его производственной специализации.

Современные подходы к организационному проектированию целесообразно рассматривать по четырем направлениям:

1) синтез оргструктуры по некоторым ее первичным элементам (группировка работ, должностей, элементов информационного процесса);

2) рационализация технологии организационных процессов (совершенствование процессных характеристик организации);

3) осуществление «организационных изменений» (применение социально-психологических методов воздействия на организации с целью совершенствования их построения и функционирования);

4) типизированный (ситуационный) подход (формирование организационной структуры управления в соответствии с заданными характеристиками).

Следует отметить, что каждый из описанных подходов, наравне с преимуществами, определяется также недостатками, а именно: для первого подхода характерным может быть рассмотрение только одного структурного «среза» (аспекта функционирования) организации, без связи с другими; отсутствие должного внимания к воздействию внешних факторов; для второго – рассмотрение только процессно-технологической стороны организации, упрощение или игнорирование социальных процессов; для третьего – неоправданно повышенное внимание к действию субъективных факторов, лишней «психологизации» организационных процессов; для четвертого – наличие многочисленных трудностей при выявлении и эмпирическом обосновании зависимостей между характеристиками систем управления и рациональных форм их организации в различных обстоятельствах.

В последнее время в основе организационного проектирования все чаще используется ситуационный подход, что предусматривает реализацию ряда условий:

1) рассмотрение организации как открытой системы, что составляет главную особенность организационного проектирования;

2) возможность реализации различных форм организационного оформления процесса управления предприятием, выбор которой основан на характеристиках систем различного порядка (внешней среды, размера предприятия, применяемой технологии, системы организации производственных процессов и т. д.)

3) определение максимально возможного количества типовых организационных структур, которые могут быть имплементированы и соответствующих им управленческих систем, с последующим выбором наиболее пригодной;

4) комплексный анализ организационной структуры управления с ее организационными процессами (механизмами), прогнозированием внешней ситуации, планированием деятельности, стимулированием персонала, контролем результатов и прочими системными характеристиками;

5) разработку организационной структуры в два этапа: первый – принципиальный выбор типа структуры из определенного ранее набора; второй – определение основных характеристик выбранной организационной структуры для достижения необходимого уровня ее соответствия процессам, типам руководства и принятым нормам поведения конкретного предприятия.

Центральной проблемой проектирования управленческой структуры предприятия обычно является определение его формальной структуры, включая в первую очередь состав подразделений управленческого аппарата, установление их соподчиненности, функций, связей и отношений, а также расчет рациональной численности работающих. Однако формирование организационной структуры предприятия имеет, с одной стороны, черты процесса, подобного развитию сугубо рациональных технических систем, а с другой, определяется высоким уровнем влияния социокультурных факторов, характерного для трансформаций социальных организаций путем воздействия на их членов. Учет многообразия процесса проектирования организационной структуры позволяет, во-первых, рационализировать процесс проектирования, и, во-вторых, учесть слабоструктурированный характер соответствующих трансформаций и необходимость мотивации заинтересованных людей в осуществлении организационных изменений.

Рациональный процесс проектирования системы включает следующие этапы: изучение и проектирование; создание и внедрение; эксплуатация, оценка эффективности функционирования; модернизация. Тем самым не только повышается обоснованность самого

действия, но и перестраиваются соответствующим образом установки, мысли, нормы поведения лиц, интересы которых затрагивает новая форма организации. В этом процессе рациональная методология системного проектирования смыкается с организационными изменениями, осуществляемыми в основном социально-психологическими методами. Важно подчеркнуть, что для осуществления такого подхода к процессу организаций сам процесс их формирования должен быть организован соответствующим образом. В частности, если при разработке внутренних структур отдельных подразделений нужно прежде всего хорошо наладить взаимодействие специалистов-разработчиков и членов организации, их подготовку и переподготовку, то при разработке больших организационных систем нередко бывает необходимо всю проблему разработки и реализации проекта представить в виде целевой программы и соответственно организовать ее подготовку и внедрение.

Следовательно, процесс построения организационной структуры предприятия может быть разделен на три стадии со сложным комплексом обратных связей, а именно: композиционная стадия (определение общей структурной схемы с ее основными характеристиками); структурная стадия (проектирование перечня подразделений предприятия и различных связей между ними); регламентирующая стадия (определение качественных и количественных характеристик и условий функционирования управленческого аппарата, а так же принципов его работы).

Стадия построения общей структурной схемы имеет решающее значение, так как на данной стадии определяется способ организации, а также направления углубленного проектирования организационной структуры управления предприятия и основных условий реализации организационной системы и главных внешних и внутренних характеристик системы.

На данной стадии должны быть определены: вид организации, комплекс ее целей и задач; правовой статус; характеристики взаимодействия с высшим управляющим органом (степень самостоятельности); экономические, правовые, административно-управленческие условия деятельности, а также перечень функций и взаимосвязей основных подразделений. Комплекс целей и задач на данном этапе может быть определен укрупненно, тем не менее их объем и детализация должны быть достаточны для разработки основных структурно-регламентирующих документов для организации в целом.

Таким образом, формирование организационной структуры управления представляет собой систематическую смену содержания, внутренних связей и взаимозависимостей подразделений предприятия, а также его формально оформленной структуры путем применения объективных организационных законов и согласно изменениям условий хозяйствования.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОМ РЕГИОНЕ

Воронова И.И., к.соц.н., консультант

ООО «Региональный консалтинговый центр», г. Белгород

На малый и средний бизнес возлагаются большие надежды, предполагается, что предприятия этого сектора экономики должны стать мощным рычагом в создании новой эффективной экономической модели Российской Федерации. Российский малый и средний бизнес находится на стадии «пересмотра» ряда традиционных подходов к оценке роли организационной культуры. Однако восприятие организационной культуры субъектами малого и среднего предпринимательства носит интуитивный характер, отсутствует методологическое и методическое обеспечение процесса управления организационной культурой.

Наиболее интенсивно процесс формирования организационной культуры происходит на предприятиях среднего бизнеса, в них наблюдается осознание важности роли некоторых элементов организационной культуры. Часто восприятие этих элементов носит механистический характер. Попытки осознанного формирования организационной культуры в малом бизнесе пока единичны.

Вторичный анализ результатов исследований, посвященных проблемам развития организационной культуры в предпринимательстве Белгородской области показал следующее.

Перспектива устойчивого экономического роста Белгородской области неразрывно связана с развитием малого и среднего предпринимательства, а организационная культура выступает одним из факторов эффективности функционирования бизнеса. Одной из важнейших задач, которые ставят органы власти перед предпринимательством – это создание более полной занятости населения и сокращения числа безработных. Разрабатывая комплексные меры по поддержке малого и среднего бизнеса и развивая для этого инфраструктуру, государственные органы Белгородской области учитывают сложившееся к настоящему времени социально-экономическое положение в этих сегментах хозяйственной деятельности, интересы занятых в нем работников, степень их приверженности к рыночным отношениям, характер ожидаемых перемен, предполагаемые перспективы.

Анализ статистических данных о состоянии малого и среднего предпринимательства в Белгородской области показывает сокращение в регионе количества средних предприятий за последние три года. Причем сравнение темпов сокращения количества средних предприятий области с другими регионами Центрального Черноземья показывает негативные тенденции именно в Белгородской области. На развитие и эффективность функционирования малого и среднего бизнеса в Белгородской области оказывают воздействие ряд внешних и внутренних факторов, влияющих как с позитивной, так и негативной сторон. Значительное влияние оказывают внешние факторы, в числе которых: законодательная база; система налогообложения и кредитования; система поддержки и развития бизнеса; информационная система и инфраструктура. Из внутренних – наибольшее влияние оказывает: менеджмент, включающий структуру управления; экономический потенциал предприятия.

Анализ данных прикладных исследований, посвященных бизнесу в регионе, указывает, что полученное предпринимателями Белгородской области образование и их предшествующий опыт работы обуславливают институциональные характеристики организационной культуры. При этом видение управленцев и собственников малых и средних предприятий, а также индивидуальных предпринимателей, особенностей своих предприятий через призму организационной культуры в большинстве случаев отсутствует. В ходе эмпирического исследования была выявлена недостаточность знаний и представлений субъектов предпринимательства об организационной культуре; отсутствие у значительной части респондентов её целостного образа. Предприниматели редко используют в профессиональной деятельности образ организационной культуры.

Выявлено, что в субъектах индивидуального предпринимательства механизм трансляции организационной культуры при помощи неформальных лидеров несовершенен в силу затрудненности его оценок. Также имеются значимые различия в идентификации с коллективом индивидуальных предпринимателей и руководителей малых и средних предприятий. С другой стороны, в субъектах малого и среднего предпринимательства существуют общие доминирующие ценности. Респонденты определили их как: честность, доброжелательность, крепкая трудовая дисциплина.

Исследования организационной культуры региональных субъектов малого и среднего предпринимательства дают возможность выявить наличие слабо разработанной мотивационной системы, недостаточное внимание руководителей к системе повышения квалификации и обучения персонала, командообразованию, эмоционально-действенным характеристикам коллектива.

Ряд социологических диагностик, проведенных в регионе позволяет рассмотреть структурные составляющие организационной культуры – элементы, традиции и прочих. В малых и средних предприятиях Белгородской области сложились определенные традиции, чаще формализованного характера, распространена собственная символика. В индивидуальном предпринимательстве традиции распространены чуть менее, чаще они связаны с празднованием какого-либо события.

В различных организациях предпринимательства организационная культура проявляется по-разному, что зависит от численности персонала, длительности истории развития организации, образования и предшествующего опыта работы предпринимателя, методов и форм мотивации сотрудников и других. Главенствующую роль в формировании, поддержании и изменении организационной культуры играет собственник бизнес-организации, в связи с чем, ни культура малого и среднего предпринимательства, ни предприниматели, не могут быть изучены в отрыве друг от друга.

Таким образом, общим свойством для всех региональных субъектов малого и среднего предпринимательства является выявленная ценностная «размытость» организационной культуры, неопределенность установок руководителей, несформированность общего смыслового пространства организационной культуры. В формировании и развитии организационной культуры индивидуальных предпринимателей и малых и средних предприятий Белгородской области выявлены различия. Организационная культура малых и средних предприятий более сформирована, чем в индивидуальном предпринимательстве, и обладает рядом институализированных элементов. Большинство субъектов малого и среднего предпринимательства демонстрируют готовность к формированию организационной культуры в своей организации, однако отмечают недостаточность знаний ряда управленческих дисциплин. Сдерживающими факторами формирования организационной культуры выступают непрофильность образования акторов и его несоответствие поставленным бизнес-целям; неудовлетворенность предпринимателей финансовым состоянием и перспективами развития бизнеса.

Литература

1. Воронов, В.А. Управление развитием малого предпринимательства в регионе: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08. Белгород, 2006. С.56.
2. Воронова, И.И. Специфика исследования организационной культуры современных субъектов малого и среднего бизнеса Электронный периодический научный журнал «SCI-ARTICLE.RU». 2019. №69 (март). С. 109-113. URL: http://sci-article.ru/number/03_2019.pdf
3. Логвиненко, Е.А., Владыка, М.В. Региональный аспект развития государственной поддержки малого предпринимательства // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. 2013. №22-1 (165). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-aspekt-razvitiya-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-predprinimatelstva>
4. Кураков, Е.Ю. Исследование функционального аспекта организационной культуры регионального предпринимательства // Общество: социология, психология, педагогика. 2015. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-funktsionalnogo-aspekta-organizatsionnoy-kultury-regionalnogo-predprinimatelstva>
5. Об итогах деятельности департамента экономического развития Белгородской области за 2017 год и задачах на 2018 год URL: http://derbo.ru/media/site_platform_media/2018/5/4/bukletderbo2017-2018_paZSO3Y.pdf
6. Сальников, И.И. Особенности и перспективные направления развития малого бизнеса в Российской Федерации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Белгород, 2000.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ УНИВЕРСИТЕТОВ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

*Данченко С.Н., магистр экономических наук, аспирантка, преподаватель
Белорусский государственный университет, г. Минск*

Деятельность университетов в инновационной экономике определяется тем, что они выступают одновременно как источники инновационных знаний и человеческого капитала и как центры разработки и продвижение инноваций. В этом плане представляет интерес обобщение зарубежного опыта инновационного развития университетов, которое проведено в 2012-2013 гг. на кафедре управления инновациями Российского государственного университета инновационных технологий и предпринимательства (РГУИТП) [1]. Исследование выявило ряд общих для всех стран признаков инновационного развития университетов. В области управления в их число входят: усиление автономии и независимости вузов; тщательная разработка инновационных организационных моделей; создание инновационных кластеров и межуниверситетских центров коллективного пользования оборудованием; соответствие направлений подготовки научным и технологическим процессам; применение инновационных интерактивных средств, форм и методов обучения. В то же время отмечается наличие различных моделей университетов как по специализации и структуре (предпринимательский университет, университет-технополис, вертикальный и матричный университеты), так и по странам (французская, шведская, датская, китайская, южно-корейская). Общий вывод исследования состоит в многообразии используемых моделей инновационного развития университетов и отсутствии оснований рассматривать зарубежный опыт отдельного университета либо некую комбинированную эталонную систему как модель для инновационного обновления российского высшего профессионального образования [1, с. 91-93].

Большое внимание анализу опыта ряда стран в управления инновационными процессами уделено в работе В.О. Калятина. Применительно к университетам представляет интерес конкретные примеры их взаимодействия с основными контрагентами. Так, в ЕС в соответствии с документом «Инвестиции в исследования: план действий»¹ предполагается принятие мер по улучшению возможностей для карьерного роста ученых, приближения государственных исследований к нуждам промышленности и реализации потенциала европейских и национальных государственных финансовых инструментов [2, с.9-12]. Каждый студент дополнительно к основной специальности должен пройти курс обучения в области интеллектуальной собственности и трансфера технологий.

Тема управления университетами в условиях рынка рассматривается также в статье И. В. Павлюткина [3]. Как утверждается в статье, новые подходы стали «актуальными с включением системы высшего образования в новую систему отношений, основанную на рыночных (квази-рыночных) механизмах». В качестве инструмента предлагается новый государственный менеджмент, то есть использование «организационных форм, технологий, управленческих практик и ценностей» частного сектора [3, с. 57-58].

В Великобритании Министерство инноваций, высших учебных заведений и повышения квалификации приглашает представителей университетов к разработке модельных контрактов, направленные на передачу или использование права собственности на результаты интеллектуальной деятельности в области инноваций. Изначально на базе университетов создавались получившие большое распространение компании, консультационных и сервисных услуг в области технологического развития.

¹Первоисточник: Investment for Research: an Action Plan for Europe - http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/investing_en.pdf

В Швеции в функции правительственного агентства по инновационным системам входит обеспечение более эффективного взаимодействия между университетами и исследовательскими институтами и промышленными компаниями, а также усиление поддержки вузов в процессе коммерциализации исследовательских результатов. В стране удалось совместить свободу вузов в проведении разработок с инструментами, направленными на получение отдачи от этих разработок. Правительством учредило 14 холдинговых фирм при вузах, а в 1998 году акции этих фирм, принадлежащие государству, были переданы в управление вузов. Еще одной формой сотрудничества бизнеса, государства и университетов в Швеции являются центры экспертизы, которые выступают связующим звеном в рамках сотрудничества нескольких исследовательских групп из Университета и нескольких партнеров из сферы индустрии [4, с.3-7].

В целом проведенный анализ зарубежного опыта показывает наличие тесной связи между содержанием деятельности университетов и развитием инновационной экономики.

Литература

1. Кондрашова, О.И., Колонтаевская, И.Ф., Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства / Зарубежный опыт инновационного развития вузов // Альманах современной науки и образования, № 11 (78) 2013 – С. 91-93 – Режим доступа: www.gramota.net/editions/1.html – Дата доступа: 10.04.2019.

2. Калятин, В.О., Наумов, В.Б., Никифорова, Т.С. Опыт Европы, США и Индии в сфере государственной поддержки инноваций Российской Федерации // Юридический Журнал № 1 (76) / 2011 г. – С.1-12 – Режим доступа: <http://www.russianlaw.net> – Дата доступа: 10.04.2019.

3. Павлюткин, И.В. Управление университетом в условиях новой рыночной ситуации (к концепции «нового менеджериализма») // "Вопросы образования" 2004, N3. - С.57 – Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs> – Дата доступа: 11.04.2019.

4. Калятин, В.О., Наумов, В.Б., Никифорова, Т.С. Опыт Европы, США и Индии в сфере государственной поддержки инноваций Российской Федерации // Юридический Журнал № 1 (76) / 2011 г. – С.1-12 – Режим доступа: <http://www.russianlaw.net> – Дата доступа: 12.04.2019.

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МОЛОДЫМИ УЧЁНЫМИ В УО «ГРГМУ» КАК ФАКТОР УСКОРЕННОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОЙ НАУКИ

Довнар Р.И., доцент, к.м.н., доцент

Гродненский государственный медицинский университет, г. Гродно

Актуальность. Без преувеличения можно сказать, что вся жизнь человека, начиная от процесса зачатия, родов, развития и становления личности, воспитания характера, взросления, заканчивая смертью, подчинена науке. В течение многих столетий одарённые люди старались открыть, изобрести нечто новое. Именно благодаря их усилиям мы обязаны благоустройством нашего труда и быта. Самым важным приоритетом процветающего государства всегда является развитие науки. Прежде всего это связано с тем, что будущее экономики Республики Беларусь неразрывно связано с наукой [1]. Молодежь, как наиболее гибкая часть общества, может оказывать значительный вклад в развитие науки страны. Однако желание молодого учёного самостоятельно решившего идти в науку, всегда сталкивается с сопутствующими проблемами: экономическими, отсутствием чётких планов реализации своей научной идеи, возрастным цензом, бесперспективностью и рядом других. Именно с целью повышения роли молодых учёных в формировании научной политики и научного потенциала, объединения их усилий в решении приоритетных для университетов задач и осуществления реальной интеграции науки и образования в вузах создаётся

постоянно действующий орган – Совет молодых ученых. С целью повышения эффективности его работы руководство вуза постоянно контролирует и оценивает результаты работы Совета. В то же время возможен и второй вариант повышения эффективности, основанный на обмене опытом между другими Советами молодых учёных, сопоставлении особенностей и результатов работы.

Цель работы: проанализировать эффективность управления молодыми учёными в УО «Гродненский государственный медицинский университет» (УО «ГрГМУ») на основе деятельности Совета молодых учёных.

Материалы и методы исследования: В ходе выполнения работы нами была проанализирована деятельность Совета молодых учёных нашего вуза в сравнении с деятельностью аналогичных Советов других Учреждений образования. При этом была использована информация, имеющаяся на официальных сайтах соответствующих вузов. Анализ производился путем сопоставления, сравнения и оценки с подведением результатов.

Результаты исследования: На основе полученных нами данных было выявлено, что в большинстве вузов Республики Беларусь возрастной ценз молодых учёных составляет 35 лет. Совет молодых ученых, как правило, состоит из них, подчиняется руководству вуза и его деятельность регулируется локальным правовым актом. В УО «ГрГМУ» это «Положение о Совете молодых ученых». Молодые учёные по статусу – это в основном аспиранты, ассистенты, кандидаты наук (44,2 % за 2018 год в УО «ГрГМУ»). Значительно меньший удельный вес среди них доцентов, докторов наук (7,2 % за 2018 год), профессоров и заведующих кафедр, что объясняется необходимым опытом, научными наработками, требующимися для их получения. При сопоставлении процента «остепененности» молодых учёных, последний, в сравнении с процентом у людей более старших возрастных групп сотрудников данного вуза, оказывается ниже, что объясняется повышенной потребностью УО «ГрГМУ» в молодых кадрах, для которых необходимо время для планирования и защиты диссертационных работ. С другой точки зрения, меньший процент остепененности отражает сильную заинтересованность молодых учёных в собственном участии в развитии своего научного направления. Традиционно молодые учёные лидируют в количестве защищённых кандидатских диссертаций в сравнении с более старшими возрастными группами. Являясь генераторами свежих идей, способствуя прогрессированию научной мысли, молодые учёные проявляют высокую активность в научно-исследовательской работе нашего университета. Данная активность реализуется в следующих направлениях: публикационная деятельность, выступления и организация научно-практических конференций, деятельность по обеспечению интеграции науки, практики и образования, изобретательская, рационализаторская и патентно-лицензионная работа, участие в реализации финансируемых и нефинансируемых научно-исследовательских программ, взаимодействие со студенческой наукой, и другое. Более половины молодых учёных выступают ежегодно с докладами на конференциях различного уровня. В 2018 году эта цифра составила 62 %.

В УО «ГрГМУ» функционирует и Студенческое научное общество. Традиционно Совет молодых учёных, состоящий из более опытных в научном плане людей, оказывает ему тесную связь и поддержку. Именно молодые учёные являются примером для подражания сегодняшним студентам, а будущим научным работникам. Советы молодых учёных вузов являются организатором различных конференций. Так в УО «ГрГМУ» с 2014 года проводится ежегодно конференция молодых ученых «Современные достижения молодых учёных в медицине», на которой докладываются работы не только из вузов нашей республики, но и ближнего и дальнего зарубежья. С 2015 года данная конференция проводится на трёх языках: русский, белорусский и английский. Молодые учёные ответственно относятся к внедрению результатов своей научно-исследовательской деятельности в практическое здравоохранение, научную и учебную деятельность. Это подтверждено авторством и соавторством в актах о внедрениях и утвержденных МЗ РБ инструкциях по применению новых способов профилактики, диагностики и лечения.

Молодые учёные напрямую участвуют в реализации финансируемых программ: государственных научно-технических, отраслевых научно-технических, ГКПНИ «Современные технологии в медицине», а также финансируемых научных программ за счет средств университета, являясь их непосредственными участниками, а также ответственными исполнителями.

Студенческая наука в УО «ГрГМУ» тесно связана с работой молодых учёных, что способствует приобщению студентов к научной деятельности, развивает у них чувство научного поиска, аналитических способностей, умение работать с научной литературой. Из 44 действующих студенческих кружков 11 (25 %) возглавляют молодые учёные.

Молодые учёные являются научными руководителями многих студенческих научных работ, в том числе представленных на Республиканский смотр-конкурс лучших студенческих работ. Около 58 % молодых учёных являются руководителями студенческой научной деятельности.

Деятельность Совета молодых учёных периодически освещается в газете «Эскулап» УО «Гродненского государственного медицинского университета». Совет молодых учёных также имеет свою страницу на официальном сайте УО «Гродненский государственный медицинский университет», где регулярно представляется информация о предстоящих республиканских и международных конференциях, освещаются события из научной и общественной жизни молодых ученых.

Выводы:

1) Молодежная наука в УО «ГрГМУ» проводится активно, поддерживается руководством вуза и осуществляется при консультативной помощи Совета молодых ученых.

2) Проведённый анализ показал, что управление молодёжной наукой в УО «ГрГМУ» осуществляется эффективно.

3) Для дальнейшего развития молодёжной науки актуальным является разработка вопросов финансирования молодёжных мероприятий (конференций, собраний, воркшопов) за счёт средств предприятий, иных заинтересованных организаций путём предоставления им возможности бесплатной рекламы, налоговых льгот и т.д.

Литература

1. Обращение с ежегодным Посланием к белорусскому народу и Национальному собранию [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/aleksandr-lukashenko-21-aprelja-obratitsja-s-ezhegodnym-poslaniem-k-belorusskomu-narodu-i-natsionalnomu-13517/. – Дата доступа: 16.04.2019.

ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ ИНОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Захаревич В.Ю., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Важной задачей современной системы образования является подготовка специалиста, обладающего значительной профессиональной компетенцией. Цель обучения иностранному языку в вузе – развитие у студентов способности обмениваться информацией в профессиональной сфере деятельности. Одним из показателей профессиональной компетентности специалиста является знание иностранного языка. Хорошая лингвистическая подготовка, которая включает переводческие умения и навыки, существенно влияет на профессиональную компетентность современного специалиста.

Перевод – это сложный и многогранный вид человеческой деятельности. В процессе перевода происходит не просто замена одного языка другим, в нём сталкиваются различные культуры, разные личности, разные литературы, эпохи, уровни развития, традиции и

установки. По определению Л.С. Бархударова “Переводом называется процесс преобразования речевого произведения на одном языке в речевое произведение на другом языке при сохранении неизменного плана содержания, то есть значения”.

Процесс обучения переводу иноязычных текстов по специальности связан с преодолением определенных трудностей: различия грамматического уровня языковых систем, различия лексического уровня, различия в культурном фоне носителей языка.

Усвоение основных понятий перевода стоит начинать с ознакомления техники перевода, изучая его сущность и специфику, обращая внимание на отсутствие или наличие различий на лексико-грамматическом уровне.

Одним из основных факторов, обеспечивающих успешную и эффективную профессиональную деятельность современного специалиста, является его способность ориентироваться в современной информационной среде, получать, обрабатывать и передавать информацию, взятую из аутентичных источников. Поэтому одной из целей обучения переводу иноязычных текстов по специальности является формирование навыков перевода научно-технической литературы, т.е. обучение переводу текста по специальности с иностранного языка на родной.

Использование специальных аутентичных текстов при обучении переводу дает более широкие возможности для научного и профессионального общения специалистов.

Начиная обучение переводу текстов по специальности, следует обратить внимание на особенности перевода текстов, в которых мы сталкиваемся с большим количеством терминов, сокращений, особенностью перевода грамматических конструкций.

Одной из самых трудных практических задач при обучении переводу иноязычных текстов по специальности – научить студентов избегать дословного перевода, то есть применять грамматические преобразования в процессе перевода. При переводе необходимо соблюдать адекватность передачи содержания отдельных лексических единиц, словосочетаний и фразеологизмов, которые мы встречаем в иноязычном тексте. Это, прежде всего, связано с развитием умений и навыков пользования словарем как основным справочным источником при переводе, развитием языковой догадки и интуиции, умением по контексту определить, а затем передать содержание незнакомых лексических единиц средствами родного языка.

Обучение переводу занимает значительное место в образовательном процессе, поскольку некоторые виды работ, осуществляемые со студентами на занятиях практически невозможны без опоры на родной язык.

Главное требование к переводу, как известно, – это адекватность, то есть точная передача формы и содержания подлинника равноценными средствами. Другими словами, перевод должен отражать не только то, что сказано в подлиннике, но и то, как это сказано.

При обучении студентов переводу с иностранного языка на родной – письменный перевод является наиболее актуальным и целесообразным.

Письменный перевод считается одним из самых сложных и распространенных видов перевода. Студенты должны научиться грамотно и адекватно излагать прочитанный материал на родном языке с соблюдением грамматических и стилистических норм, соответствующих научному стилю речи. Обучение переводу следует начинать с профессионально-ориентированного чтения научно-популярной литературы. Целью этого чтения должно стать овладение специальной терминологией, получение необходимой информации, ее обработка и дальнейшее использование в практической деятельности.

Процесс письменного перевода текстов профессиональной направленности состоит из следующих этапов: чтение текста целиком, понимание его смысла; собственно, перевод; запись переведенного текста.

Для того чтобы перевод был выполнен качественно, нельзя пренебрегать первым этапом, так как понимание общего смысла переводимого документа облегчает процесс перевода.

Чтобы определить, насколько качественно выполнен письменный перевод, существует несколько критериев. Одним из условий качества письменного перевода является его точность – точное соответствие содержания оригинального и переведенного текста. Это условие – основное, так как, если содержание текстов не совпадает, перевод не может считаться качественным.

Вторым условием, которое определяет качество письменного перевода, является его прозрачность. Это значит, что переведенный текст должен восприниматься не как перевод, а как текст, составленный на переводящем языке, с соблюдением всех норм и правил правописания.

В ходе практического обучения, наряду с изучением правил перевода, преподавателю следует демонстрировать студентам удачные и не вполне удачные переводы, чтобы у них выработалось сознательное отношение к положительным и отрицательным моментам «чужого» перевода, а также правильная оценочная установка как к имеющимся образцам, так и к своим собственным знаниям и возможностям.

Формирование навыков и развитие умений перевода текстов по специальности необходимо проводить совместно с обучением языковой, речевой и лингвострановедческой компетенциями. Кроме того, студенты должны понимать, что перевод является средством, овладение которым позволит более эффективно решать профессиональные задачи, будет способствовать повышению конкурентоспособности на рынке труда, позволит получить доступ к новым информационным ресурсам, расширит квалификационные возможности.

Развитие у студентов умения переводить литературу по специальности и извлекать профессионально-значимую информацию выступает сегодня в качестве главной задачи в программе курса изучения иностранного языка в высшей школе. Профессионально-ориентированное обучение иностранным языкам нацелено на то, чтобы научить студентов адекватно действовать в ситуации естественного общения. Таким образом, обучение переводу иноязычных текстов по специальности становится одним из актуальных элементов обучения иностранному языку в вузе.

Литература

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов – 2-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 240 с.
2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов. [М] Международные отношения. 1975
3. Гарбовский, Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 544 с.
4. Климзо, Б.Н. Ремесло технического переводчика / Б.Н. Климзо. – М.: Р. Валент, 2003. – 286 с.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

*Ибрагимова З.Ф., к.э.н., доцент
Башкирский государственный университет, г. Уфа*

Модернизация так или иначе происходит во всех сферах жизни общества и имеет как общие черты, так и различные определяющие факторы. Основной единицей модернизации выступает страна. В тоже время модернизация каждой сферы тесно связана с модернизацией страны в целом.

Теория экономической модернизации в широком смысле утверждает, что экономическая модернизация – это своего рода экономическое изменение и международная экономическая конкуренция, чтобы догнать, достичь и поддерживать передовой уровень

мирового экономического развития. Она включает в себя переход от аграрной экономики к индустриальной и переход от индустриальной к экономике знаний, а также повышение экономической эффективности деятельности предприятий, дохода на душу населения, экономического благосостояния, национального экономического статуса.

Процессы экономической модернизации, происходившие в XVIII-XXI веках можно разделить условно на два этапа.

Первая экономическая модернизация относится к переходу от сельского хозяйства к индустриальной экономике, от самообеспечения к рыночной экономике и т.д. Среди его особенностей можно назвать индустриализацию, механизацию, автоматизацию, стандартизацию, масштабную эксплуатацию и т.д. Результатами первого этапа стали не только формирование современной экономической мировой системы, но также и негативные эффекты, такие как загрязнение окружающей среды и циклические экономические кризисы. Основными признаками завершения первой экономической модернизации служат окончание индустриализации, а также повышение экономической эффективности и дохода на душу населения.

Вторая экономическая модернизация – это переход от индустриальной к экономике знаний, от материальной к экологической экономике и т.д. В настоящее время ее уникальными особенностями являются интеллектуализация, информатизация, экологизация, глобализация, децентрализация и т.д. Результатом является формирование новой экономической современности и широкое распространение побочных эффектов, таких как сетевые преступления и международные экономические риски.

Экономическая модернизация является основным путем развития для развивающихся стран в XXI веке, бывших стран социологического лагеря, в том числе и для России. Бочков А.А. [2] отмечает, что специфика модернизации в России – «поворот к решению отложенных на полтора десятилетия социальных проблем». Мы считаем, что поворот к человеку обусловлен не только спецификой России, но и является базисом второго этапа модернизации, которая включает экономическую модернизацию с непрерывным движением к экономике знаний и скоординированное развитие интеллектуализации, информатизации, глобализации национальной экономики. В таких условиях неизбежно повышение роли индивида в экономике, а точнее значимость его человеческого и социального капитала. Успешная экономическая модернизация страны предполагает минимум два параллельных процесса: на макроуровне – модернизацию в экономической сфере и на микроуровне – модернизация человека, как основной хозяйственной единицы экономики. Под модернизацией человека мы понимаем изменения человека в процессе модернизации, включая индивидуальный прогресс, институциональное развитие, улучшение состояния здоровья и т. д. Этот процесс включает расширение возможностей прав и свобод граждан, изменение индивидуального образа жизни, модели поведения и ценностей. Данные процессы должны сопровождаться и рядом трансформаций в социальной сфере. В частности, иерархическую структуру общества должно заменить равноправие и партнерство между индивидами, необходим рост социальной мобильности и повышение активной гражданской позиции населения. Согласно Г. Мюрдалю, развитие на основе модернизации представляет собой повышение степени удовлетворения основных потребностей всех членов общества при сокращении разницы между наиболее богатыми и бедными [7, 33]. Кроме того, важным аспектом модернизации является самосознание, самоопределение самих субъектов социального действия. В связи с этим, мы всецело поддерживаем Ю.Г. Волкова, призывающего отказаться от режима выживания и приспособления и перейти в режим поиска инноваций и креативности как способа жизнедеятельности отдельных индивидов и общества в целом [3; 4].

Таким образом, «реализация приоритетной цели модернизации, то есть перевода общества в качественно новое состояние, требует выдвижения на первый план индивидов с проективным мышлением и независимыми экспертными позициями» [5, 54]. Для

всестороннего развития индивида необходимы внешние условия, обеспечивающие его комфортное существование в социуме, т.е. должен быть обеспечен высокий уровень благосостояния. Увеличение доходов будет способствовать заинтересованности работника, и это приведет к дальнейшему инвестированию в человеческий капитал. Мотивация будет способствовать тому, чтобы процесс воспроизводства (формирование, накопление, использование) человеческого капитала носил полностью завершённый характер [1, 18]. В таких условиях, достаточно высокий уровень бедности и рост социально-экономической дифференциации в современной России могут стать препятствием быстрой модернизации экономики.

Резюмируя все вышесказанное можно утверждать, что в современном обществе конкурентные преимущества работника определяются в основном за счет полученных им новых знаний, основанных на информационных и компьютерных технологиях. Более того, как справедливо отмечает Ю. Шамрай [10, 43] развитие человеческого фактора, его трудовая инициатива и активность, а также творческая отдача во многом зависят от складывающейся в экономике социальной обстановки. При негативно складывающейся социальной обстановке постановка вопроса о творческой инициативе и творческом вкладе человека в развитие производства естественно малопродуктивна. И, наоборот, в условиях, стимулирующих развитие и активность человеческого фактора, складывается социальная среда, которая оказывает благоприятное воздействие на реализацию творческих способностей и опыта человека. Следовательно, одним из условий успешной модернизации российской экономики является повышение реального уровня и качества жизни населения. Только в результате повышения благосостояния граждан возможно формирование современной системы социально-экономических отношений, отвечающих требованиям новой экономики. Именно в этом случае можно ожидать смену типа хозяйствования, ориентированного на количественный экономический рост на модель, направленную на качественное и устойчивое социально-экономическое развитие.

Литература

1. Абазиева, К.Г. Человеческий капитал как фактор модернизации Российской экономики // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2009. № 29. С. 15-26.
2. Бочков, А.А. Модернизационные теории развития аграрной сферы: сравнительный анализ и классификация // Terra Economicus. 2008. №6 (4-2). С.12-15.
3. Волков, Ю.Г. Креативный класс: поиск социологического концепта / Россия реформирующаяся: Ежегодник – 2010 / отв. ред. чл.-корр. РАН М.К. Горшков. М., 2010. С. 42-60
4. Волков, Ю.Г. Российская модернизация как путь развития креативного общества. Ростов н/Д., 2011.
5. Волков, Ю.Г. Креативный класс: поиск социологического концепта // Россия реформирующаяся. Ежегодник. Вып. 9. М., 2010. С.54
6. Ибрагимова, З.Ф. О некоторых инструментах снижения бедности сельского населения // Доклады Башкирского университета. 2016. Том 1. №2. С. 347-352.
7. Мюрдаль, Г. Современные проблемы «третьего мира». – М., 1972. С.33
8. Слепцова, О.Н. Модернизация российского общества и социально-экономические отношения России и Германии: теоретические проблемы исследования // Теория и практика общественного развития. 2012. № 1. С. 79-84.
9. Шамрай, Ю. Конкуренция и социальное развитие / Ю. Шамрай // Общество и экономика. – 2010. – №5. – С. 36-47.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ДИСПЕТЧЕРА УПРАВЛЕНИЯ ВОЗДУШНЫМ ДВИЖЕНИЕМ

*Ковалькова Т.А., к.п.н., доцент кафедры психологии
Высшее учебное заведение «Университет экономики и права «КРОК», г. Киев, Украина*

Профессия диспетчера управления воздушным движением на сегодняшний день является престижной и требует высокой ответственности. Для выполнения профессиональных заданий, диспетчеру должны быть характерны: отличное психофизиологическое состояние, высокий уровень интеллекта, необходимые знания, умения и навыки.

М. Дмитриевой, А. Крыловым и А. Нафтельевым были определены профессионально важные качества, которые необходимы диспетчеру воздушного движения: физическая и эмоциональная выдержка, стрессоустойчивость, заинтересованность в своей работе, уверенность в себе, хорошее зрение, высокий уровень ответственности, развитое логическое и аналитическое мышление, адекватное восприятие ситуации, умение управлять своим вниманием, хорошее развитие концентрации и устойчивости внимания, организованность, честность и порядочность [1]. Опишем подробно требования к познавательным и эмоционально-волевым психическим процессам, а также к личностным свойствам диспетчеров управления воздушным движением.

1. Требования к сенсорным и перцептивным свойствам [1]:

требования к зрительной и слуховой чувствительности диспетчера – достаточно иметь обычный, нормальный слух и нормальное зрение (в некоторых случаях допустима его корректировка очками);

необходима невысокая утомляемость зрительного и слухового анализаторов, связанная с силой возбуждательного процесса и балансом возбуждения и торможения;

сенсорная устойчивость;

скорость развития ощущений, лежит в основе восприятия (важна при экстремальном режиме работы);

яркость, точность, динамичность зрительно-пространственных образов.

2. Требования к вниманию авиадиспетчера:

устойчивость внимания;

средние характеристики распределения внимания;

правильный темп переключения внимания (лишний быстрый темп утомляет работника, при слишком медленном переключении можно пропустить важные изменения в обстановке);

планирование последовательности актов переключения внимания в зависимости от особенностей воздушной ситуации;

оценка степени изменчивости ситуации;

оценка значимости различных объектов – на более важные объекты внимание должно переключаться большее число раз, чем на менее важные;

концентрация внимания.

3. Требования к мнемическим процессам:

обычный объем долговременной памяти;

высокий объем оперативной памяти;

высокие требования к прочности и точности сохранения информации.

4. Требования к умственным свойствам:

высокий уровень интеллекта;

скорость протекания мыслительных процессов;

взаимодействие первой и второй сигнальных систем (образного и понятийного мышления);

преобладание образного мышления;
аналитическая функция мышления (анализ, сопоставление, оценка ситуаций);
синтетическая функция мышления – в экстремальных ситуациях приобретает
первостепенное значение;

критичность мышления (что лежит в основе самоконтроля).

5. Требования к психомоторным свойствам:

устойчивость психомоторики к эмоциональным воздействиям;
средние значения скорости и точности психомоторных реакций (работа с
переключателями, кнопками и другими органами управления).

6. Требования к языковым и коммуникативным свойствам:

грамотная речь;

отсутствие дефектов речи;

выносливость голосовых связок;

средний уровень громкости, выразительности речи;

легкость вступления в контакт, доброжелательность.

7. Требования к эмоционально-волевым процессам:

выдержка, самообладание, инициативность, решительность, смелость;

устойчивость к эмоциональным нагрузкам;

сохранение активности и работоспособности в условиях недогрузки информацией
(вызывающие скуку, сонливость) и в условиях развивающегося утомления.

8. Знания, которые необходимы авиадиспетчеру:

знания воздушной навигации, авиационной метеорологии, а также строго
установленные правила и инструкции, регламентирующие детально образом все аспекты
его деятельности;

знание английского языка в пределах, установленных международными нормами [2, с.
258-260].

9. Умения, навыки, которые нужны авиадиспетчеру:

мнемические умения – это умения запоминать, хранить, актуализировать хранящиеся
сведения (умение вспомнить именно то, что необходимо в данный момент), а также умение
отфильтровать информацию, которая уже использована и не нужна в дальнейшем;

умение предвидеть будущую воздушную обстановку – сопоставление, оценка
положения самолетов и предсказания возможного пересечения их курсов происходят в
образной форме;

умение распределять внимание между несколькими объектами;

способность четко, лаконично формулировать сообщения, распоряжения;

умение быстро принимать решения;

умение работать в коллективе;

навык забывания ненужных данных – важное средство сохранения нервно-
психического здоровья диспетчера;

навык к запоминанию цифрового материала (значительная часть информации
поступает к диспетчеру именно в цифровой форме) предполагает способность осмысливать
цифровые данные, переводить их в зрительно-пространственные образы [1].

Следовательно, требования к кандидатам очень серьезные и это касается не только
объема общих и специальных знаний, но и психоэмоциональной устойчивости
авиадиспетчера. Работа диспетчера управления воздушным движением заключается в том,
что может возникнуть экстремальная ситуация и нужно будет принимать решения довольно
быстро при соблюдении привычного графика. Функции авиадиспетчера организованы так,
чтобы снизить ошибки в управлении полётами. Высокая ответственность при значительном
объеме работы и повышенная скорость решений – это огромное нервное напряжение.
Поэтому одним из важнейших качеств авиадиспетчера является стрессоустойчивость, а
также высокое чувство ответственности и возможность управлять своим вниманием.

Литература

1. Дмитриева, М.А. Психология труда и инженерная психология / М.А. Дмитриева, А.А. Крылов, А.И. Нафтельев. – Л. : ЛГУ, 1979. – 220 с.
2. Ковалькова, Т.О. Формування готовності майбутніх психологів до професійної діяльності в авіаційній галузі у процесі фахової підготовки : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Тетяна Олександрівна Ковалькова. – К., 2016. – 390 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КОНФЕРЕНЦ-ПЕРЕВОДЧИКА: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Красюк Н.И., к.п.н., доцент

Кулик А.О., студентка 4-го курса

Михайловская Д.О., Хамитова Д.С., студентки 1 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Профессиональная компетенция переводчика представляет собой сложную иерархическую структуру, которая включает целый ряд составляющих компонентов, которые основываются на том, что объектом работы специалиста в этой области выступает язык (родной и иностранный) и информация в виде текста или устного высказывания. В ее состав входят следующие структурные составные: языковая компетенция, (характеризующая все стороны владения языком его носителем); коммуникативная компетенция (означает умение интерпретировать смысл высказываний и текстов); профессиональная компетенция (представлена личностными характеристиками и свойствами); техническая компетенция, (особые знания, навыки и умения).

Кроме того, не менее важными в этой структуре являются и специальные умения, включающие следующие: 1. умение выполнять параллельные действия на двух языках, т.е. переключаться с одного языка на другой; 2. умение понимать текст по-переводчески, что означает моментальный выбор адекватного варианта перевода из ряда слов, выражений или временной формы глагола; 3. умение переходить в высказываниях на каждом из языков от поверхностной структуры к глубинной и обратно, т.е. ведет поиск истинной глубинной мысли говорящего и преодоления трудностей поиска нужных грамматических, лексических, фразеологических и стилистических средств языков для передачи этого смысла в переводе. Считается, что указанные выше умения и компетенции обеспечивают основное умение конференц-переводчика понимание смысла текста, передачу его содержания и формы при сохранности исходной информации до 80%, что и составляет адекватность перевода.

Для этого переводчику также необходимо профессиональное знание родного и иностранного языка, осознанное владение межкультурными различиями, основанными на глубоких знаниях страноведения, национальных традиций и обычаев. Заметим, что в работе переводчика немаловажную роль играет и морально-этический компонент профессиональной компетенции переводчика, означающий ответственность переводчика как за качество его работы, так и за моральный и возможный материальный ущерб от его недобросовестных и неточных действий.

Ситуации работы и общения, в которых приходится действовать конференц-переводчику могут быть связаны с секретными политическими или коммерческими переговорами, что обязывает его хранить тайну участников или клиентов. Все эти личностные качества переводчика помогают ему работать в особо сложных условиях, например, когда переводчик переводит интервью. В данной ситуации переводчику приходится устанавливать межличностный контакт, владеть своими эмоциями и

настроением. Иными словами, проявляется его психологическая компетенция в сочетании с лингвистической и социокультурной компетенциями.

Способ осуществления сопутствующего интервью перевода выбирается по согласованию сторон – переводчика и клиента. Так, устный перевод быть выполнен одновременно с речью говорящего, т.е. синхронно, или после речи оратора (по предложениями, по абзацам), т.е. последовательно.

Перевод диалога, беседы, переговоров и т.п., требуют моментального переключения с одного языка на другой, так как речь представлена в виде небольших по объему высказываний.

Аналитическая обработка информации, как правило, проходит в сжатые временные сроки, и потому переводчику необходима и информационная компетенция, формирование которой предполагает умение пользоваться современными техническими средствами, в частности, пользоваться диктофоном, компьютером, интернетом и т.п.

Итак, перевод представляет собой достаточно сложный вид умственной деятельности, предъявляющий к личности переводчика высокие требования и предполагающий наличие у него психической организации с большой пластичностью и гибкостью. Переводчик должен обладать способностью быстро переключать внимание, переходить от одного языка к другому, от одной культуры к другой, уметь действовать в постоянно меняющихся коммуникативных ситуациях.

Это требует от переводчика высокой концентрации внимания, памяти, знания умение сосредотачиваться, и умения весь свой интеллектуальный и эмоциональный потенциалы при выполнении устного перевода.

Поскольку переводчик работает с разной тематикой, от него требуются энциклопедические знания. Поэтому ему постоянно приходится постоянно заниматься самообразованием, следить за политическими событиями в мире. Широта интересов, начитанность и эрудированность считаются неотъемлемыми качествами переводчика.

Работа переводчиком позволяет стать свидетелем и участником важных исторических и политических событий, во время которых можно встретить интересных людей из самых разных областей жизни. Это творческая работа, которая требует постоянного совершенства умений и накапливания знаний.

Но именно работа переводчиков способствует взаимопониманию людей, сохранению мира и прогрессивному развитию человечества за счет сохранения гуманистических и материальных ценностей.

Таким образом, профессиональная подготовка переводчиков представляет собой длительный и трудоемкий процесс, требующих значительных усилий как со стороны преподавателей, так и со стороны студентов.

Литература

1. Красовский, Д.И., Чужакин, А.П. Конференц-перевод (теория и практика) / Д.И. Красовский, А.П. Чужакин. – М.: Р. Валент, – 2014.

2. Чужакин, А.П., Палажченко, П.Р. Мир перевода, или Вечный поиск взаимопонимания /А.П.Чужакин, П.Р. Палажченко, П. Р. – М.: Валент, – 1999.

РОЛЬ СУРДОПЕРЕВОДЧИКОВ СО ЗНАНИЕМ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Красюк Н.И., к.п.н., доцент

Якубовская К.А., студентка 1 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

В настоящее время отмечается повышенный интерес и спрос на квалифицированных сурдопереводчиков со знанием иностранного языка, что объясняется целым рядом причин.

Наиболее важной из них можно считать статистические данные Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), свидетельствующие о том, что в мире насчитывается около 12% всего населения слабослышащих людей, т.е. с нарушениями слуха или полностью глухих, что составляет более 500 миллионов человек, при этом почти 33 миллиона из них дети до 15 лет.

Количество слабослышащих людей увеличивается и это вызывает интерес и потребность к прямому общению с такими людьми со стороны людей с нормальным слухом. В ряде стран, например, в США и Канаде, высокая популярность жестовых языков обусловила развитие многочисленных курсов по изучению жестовых языков, хотя наличие различных современных средств облегчает общение людей с ослабленным слухом. Что же касается людей с проблемами со слухом, то им постоянно приходится обращаться за помощью и услугам сурдопереводчиков, поскольку особая потребность в этом возникает при посещении различных учреждений типа поликлиники, почты, банков, милиции, нотариальных контор и судов. Кроме того, если принять во внимание условия глобализации и факт все возрастающих межкультурных контактов, как на бытовом уровне, так и во время международных событий и мероприятий, например, спортивных соревнований или фестивалей, то становится очевидным необходимость в специальной подготовке таких высококвалифицированных специалистов. Известно, что профессиональная компетенция понимается как особое свойство личности, которое выражается в готовности применить свои теоретические знания и практические умения, т.е. потенциал для успешной деятельности, понимая ответственность за результаты.

Говоря о формировании коммуникативной компетентности, следует исходить из особенностей ее многоуровневой структуры, включающей базовый, средний и высокий уровни. Базовый уровень характерен для людей, как правило, замкнутых и необщительных. Средний уровень типичен для тех, кто более открыт в общении, и отличается легким и веселым нравом. Высший уровень коммуникативной компетенции представляет собой единство таких качеств личности, как эмпатия и готовность к разнообразным действиям для достижения поставленных целей при решении конкретных задач. В это время приобретает необходимый профессиональный опыт за счет актуализации теоретических знаний в практические умения и навыки работы с предметом профессиональной деятельности.

В нашем случае имеет место иноязычная вербализация, которая по своему содержанию представляет собой “перекодирование языковых средств в новую искомую форму” (Таким образом, обучение иностранному языку как дополнительной специализации для формирования компетентности профессионального уровня требует особого подхода. Несомненно, владение – это, прежде всего вопрос практики, однако, если человек овладевает родным языком в силу стихийного процесса развития снизу, то изучение иностранного языка представляет обратное движение “сверху вниз”.

Тем не менее, таких специалистов не выпускает ни один вуз, и их обучение реализуется за счет инициативы самого студента или специалиста со смежной специальностью, например, логопеда или выпускника педагогического университета. Кроме того, постоянные изменения, происходящие в этом языке, приводят к трудностям перевода.

Из-за отсутствия в жестовом языке четкой системы слышащим людям очень трудно его выучить, что также приводит к уменьшению числа сурдопереводчиков

В настоящее время отмечается повышенный интерес и спрос на квалифицированных сурдопереводчиков со знанием иностранного языка, что объясняется целым рядом причин.

Наиболее важной из них можно считать статистические данные Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), свидетельствующие о том, что в мире насчитывается около 12% всего населения слабослышащих людей, т.е. с нарушениями слуха или полностью глухих, что составляет более 500 миллионов человек, при этом почти 33 миллиона из них дети до 15 лет.

Количество слабослышащих людей увеличивается и это вызывает интерес и потребность к прямому общению с такими людьми со стороны людей с нормальным слухом. Например, в ряде стран, например, в США и Канаде, высокая популярность жестовых языков обусловила развитие многочисленных курсов по изучению жестовых языков, хотя наличие различных современных средств облегчает общение людей с ослабленным слухом.

Что же касается людей с проблемами со слухом, то им постоянно приходится обращаться за помощью и услугам сурдопереводчиков, поскольку особая потребность в этом возникает при посещении различных учреждений типа поликлиники, почты, банков, милиции, нотариальных контор и судов.

Кроме того, если принять во внимание условия глобализации и факт все возрастающих межкультурных контактов, как на бытовом уровне, так и во время международных событий и мероприятий, например, спортивных соревнований или фестивалей, то становится очевидным необходимость в специальной подготовке таких высококвалифицированных специалистов.

Другими словами, речь идет о подготовке специалистов, обладающих двумя профессиональными компетенциями. Это должен быть переводчик сурдолог с компетенцией синхронного переводчика со знанием, в частности, английского языка.

Известно, что профессиональная компетенция понимается как особое свойство личности, которое выражается в готовности применить свои теоретические знания и практические умения, т.е. потенциал для успешной деятельности, понимая ответственность за результаты.

Говоря о формировании коммуникативной компетентности, следует исходить из особенностей ее многоуровневой структуры, включающей базовый, средний и высокий уровни. Базовый уровень характерен для людей, как правило, замкнутых и необщительных. Средний уровень типичен для тех, кто более открыт в общении, и отличается легким и веселым нравом. Высший уровень коммуникативной компетенции представляет собой единство таких качеств личности, как эмпатия и готовность к разнообразным действиям для достижения поставленных целей при решении конкретных задач. В это время приобретает необходимый профессиональный опыт за счет актуализации теоретических знаний в практические умения и навыки работы с предметом профессиональной деятельности.

В нашем случае имеет место иноязычная вербализация, которая по своему содержанию представляет собой перекодирование языковых средств в новую искомую форму.

Таким образом, обучение иностранному языку как дополнительной специализации для формирования компетентности профессионального уровня требует особого подхода. Несомненно, владение – это, прежде всего вопрос практики, однако, если человек овладевает родным языком в силу стихийного процесса развития снизу, то изучение иностранного языка представляет обратное движение “сверху вниз”, т.к., проходит на логическом, семантическом, грамматическом и фонационном уровнях.

Тем не менее, таких специалистов не выпускает ни один вуз, и их обучение реализуется за счет инициативы самого студента или специалиста со смежной специальностью, например, логопеда или выпускника педагогического университета. Кроме того, постоянные изменения, происходящие в этом языке, приводят к трудностям перевода. Из-за отсутствия в жестовом языке четкой системы слышащим людям очень трудно его выучить, что также приводит к уменьшению числа сурдопереводчиков

Следует отметить, что, отвечая на социальный заказ общества, спонтанно возникший, уже имеется опыт по обучению жестовому языку. Так, Республиканский институт повышения квалификации и переподготовки работников Министерства труда и социальной защиты совместно с нашим общественным объединением «Белорусское общество глухих» предпринимает попытки к решению данной проблемы и уже проводит набор желающих на курс «Основы жестового языка». Кроме того, в Академии МВД курсантов обучают общению с глухими людьми, чтобы быть готовыми оказать помощь по их запросам в милицию. Так, сообщила старший преподаватель кафедры белорусского и иностранных языков Академии МВД Ирина Радевич.

О растущем интересе к изучению жестового языка со стороны широкой публики в Беларуси свидетельствует Елена Тальчук, председатель Минской областной организации общественного объединения «Белорусское общество глухих», а также Кристина Шумлянская, которая бесплатно обучает жестовому языку всех желающих при Республиканском Дворце культуры имени Н.Ф.Шарко.

Литература

1. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение / В.Н. Комиссаров, – М., 2002.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.engec.ru/bibl/Method/Anгл/Company Acquisition.doc>

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Кульбицкая Л.Е., к.ф.н., доцент

Киреенко К.К., студент 2 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Межкультурные коммуникации – всеохватывающая система социальных взаимодействий, контактов, связей и отношений, непосредственных и опосредованных, возникающих между субъектами, которые относятся к различным этническим, социально-культурным общностям, имеют различные уровни социальной принадлежности. В современном мире этими контактами охвачены все сферы жизни людей: политическая, экономическая, социальная, культура, искусство, быт.

Социокультурные коммуникации в современном мире трансформируются под влиянием совершенно новых технологий – спутниковых телекоммуникаций, цифровых технологий, оптоволоконных сетей. Используются различные формы спектра радиоволн: традиционное вещание, микроволны, цифровая сотовая телефонная связь. Коаксиальные кабели и волоконная оптика предлагают разнообразие и гибкость технологий передачи, приспособлены к обширному диапазону использований и делают возможной повсеместную связь между мобильными пользователями. Связь становится все более дешевой и легкой, что способствует сближению самых удаленных друг от друга мест. Благодаря этому все быстрее происходит циркуляция объектов и образов на глобальном и региональном уровнях. В связи с этим интерес к процессам коммуникации проявляли многие специалисты еще в середине XX века. Причем исследовались как общеполитические аспекты коммуникационных процессов, связанные с пониманием их социокультурной природы, так и технические

стороны прогресса и технологического совершенствования, которые влияют на процессы коммуникации и трансформации в общественной жизни.

Во второй половине XX века появляются идеи о возрастающей роли межкультурного коммуникационного взаимодействия и заявления о том, что в начале XXI века речь уже может идти о постинформационном обществе, основанном на принципиально новых технологиях и разноуровневой глобальной коммуникации. «При описании характеристик современного общества считаем необходимым перенести основной фокус исследования с феномена информации на феномен коммуникации и выдвинуть гипотезу перехода общества от информационной парадигмы к парадигме коммуникационной» [1, с. 24].

Мобильность и взаимосвязь населения мира возрастает. В процессе межкультурных коммуникаций происходит восприятие и воспроизводство идей, заложенных в социокультурных системах. Межкультурные коммуникации диалектичны, так как могут способствовать как единению, так и разъединению людей. Субъекты межкультурной коммуникации имеют различные мировоззренческие установки, обладают различным опытом, разными творческими возможностями и способностью воспринимать информацию, что в свою очередь влияет на коммуникационные действия и процессы.

Можно выделить три аспекта коммуникативного действия: логико-рациональный, эмоционально-психологический, этический. Эти же аспекты коммуникативного действия определяют межкультурную коммуникацию.

Первый логико-рациональный аспект в значительной степени опосредован языком и пониманием.

Эмоционально-психологический аспект – это поведенческие действия субъектов по отношению друг к другу, что выражается в стремлении к взаимопониманию. Для его успешного осуществления необходимо проявление терпимости и заинтересованного отношения участников, серьезное принятие претензий «Другого» на истину. Возможность понимания во многом зависит от настроенности субъектов на коммуникацию.

В условиях межкультурной коммуникации могут возникать специфические коммуникативные барьеры не только психологического, но и этического плана. Социальные различия людей формируют различное мировоззрение и миропонимание, в результате чего одни и те же понятия и невербальные действия в процессе коммуникации могут интерпретироваться по-разному. Снижение уровня культуры, низкий уровень образования коммуникантов часто выражается в том, что приезжая в другую страну, они не стремятся ни понять ее культуру, ни интегрироваться в нее, ни проявить простое уважение.

Можно выделить три аспекта коммуникативного действия: логико-рациональный, эмоционально-психологический, этический.

Первый логико-рациональный аспект в значительной степени опосредован языком и пониманием.

Эмоционально-психологический аспект – это поведенческие действия субъектов по отношению друг к другу, что выражается в стремлении к взаимопониманию. Для его успешного осуществления необходимо проявление терпимости и заинтересованного отношения участников, серьезное принятие претензий «Другого» на истину. Возможность понимания во многом зависит от настроенности субъектов на коммуникацию.

В условиях межкультурной коммуникации могут возникать специфические коммуникативные барьеры не только психологического, но и этического плана. Социальные различия людей формируют различное мировоззрение и миропонимание, в результате чего одни и те же понятия и невербальные действия в процессе коммуникации могут интерпретироваться по-разному. Снижение уровня культуры, низкий уровень образования коммуникантов часто выражается в том, что приезжая в другую страну, они не стремятся ни понять ее культуру, ни интегрироваться в нее, ни проявить простое уважение.

Межкультурные коммуникации имеют в современном мире ряд особенностей:

межкультурные коммуникации приобретают глобальный характер и осуществляются современными средствами, включая интернет-ресурсы;

активное использование современного информационно-коммуникативного пространства оказывает существенное воздействие на все сферы общественной жизни; стратегия выживания диктует необходимость перехода к диалогу в поликультурном мире;

происходит усиление значимости массовой аудитории международных коммуникаций, ее роль становится более важной, чем роль элиты;

в современных условиях контент сообщения становится менее значимым для массовой аудитории, чем коммуникационные каналы его передачи.

Литература

1. Володченко, С.В. Развитие современных информационно-коммуникационных технологий как фактор формирования парадигмы общества сетевых коммуникаций / С.В. Володченко // Вестник Московского университета. – Серия 12. Политические науки. – 2016. – № 2. – С.22-34.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Кульбицкая Л.Е., к.ф.н., доцент

Уханов И.Е., студент магистратуры 2 курса МЭБИК

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Одной из ключевых функций системы управления персоналом в компании является адаптация персонала. Адаптацией персонала называется процесс, направленный на включение новых сотрудников в существующий коллектив. От правильности построения системы адаптации персонала на новом рабочем месте, напрямую зависят такие показатели, как лояльность персонала, степень удовлетворенности условиями труда, сплоченность коллектива и производительность труда. Адаптация персонала в первую очередь включает в себя ознакомление с внутрикорпоративными нормами и правилами, принятыми в компании методами и технологиями работы, формирование неформальных связей с остальными специалистами предприятия.

Адаптация персонала в компании, какими бы методами она ни осуществлялась, всегда ограничена во времени, и именно время, затрачиваемое на интеграцию сотрудника в коллектив, выступает в качестве меры успешности адаптации. Затянувшаяся фаза адаптации даже высококлассного специалиста может сделать изгоем в компании. Во время прохождения процесса адаптации сотрудник получает всю необходимую информацию, чтобы повысить свою эффективность с первых дней работы, а компания создает предпосылки формирования лояльного отношения сотрудника к ней. Если процесс адаптации построен правильно, то трудностей по информированию и обучению не возникает.

Для ускорения процесса адаптации персонала в компании разработаны специальные управленческие методы. Методы управления адаптацией персонала могут быть самыми разнообразными. Каждый из этих методов предполагает набор конкретных действий, способов и приемов, через которые реализуются все запланированные процедуры адаптации нового сотрудника.

На сегодняшний день в среде отечественных и зарубежных компаний наибольший интерес представляют следующие методы адаптации персонала:

метод неформализованного сопровождения, метод проведения мероприятий, метод «корпоративный PR», корпоративный веб-сайт, социальный метод адаптации, «Папка нового сотрудника», метод организационной адаптации.

Метод неформализованного сопровождения предполагает ориентацию на достижение определенной цели при помощи заранее разработанного плана и комплекса мер. Используя метод неформализованного сопровождения, следует учитывать, что данный метод требует больших временных затрат, поэтому разрабатывая план трудовой адаптации новичка, специалист по кадрам должен определить, сколько времени нужно для достижения желаемого результата. В то же время, кадровый управляющий должен познакомить новичка с коллегами и раскрыть перед ним нюансы работы в данной компании.

Метод проведения мероприятий связан с тем, что сотрудники по подбору персонала могут использовать корпоративное мероприятие для того, чтобы познакомить нового работника с трудовым коллективом и организовать ему легкий старт в отношениях с будущими коллегами. Например, можно устроить неформальное чаепитие вскоре после того, как был нанят новый человек.

В рамках метода «корпоративный PR», помогающего в адаптации персонала, издается справочник по основным нормам поведения в компании. Перечисленные в нем сведения будут зависеть от сферы деятельности и предпочитаемого стиля работы предприятия и обычно содержат сведения о дресс-коде, распорядке дня и перерывах, организации рабочего места.

Корпоративный веб-сайт – это специально созданный корпоративный сайт, который является основным инструментом по адаптации нового персонала. На его ресурсе, например, могут быть предоставлены примеры правильного заполнения документов, различные справочники и кодексы поведения, а также порядок действий при решении той или иной задачи и другие полезные сведения.

Основа социального метода адаптации заключается в образовании рабочей группы с общей целью. Новый сотрудник попадает в условия взаимной поддержки и взаимопомощи. Взаимодействуя и общаясь внутри данной группы, новый сотрудник получает необходимые знания и опыт посредством постоянной коммуникации с коллегами. Ощущение причастности к группе значительно облегчает процесс адаптации и создает условия для личностного роста.

«Папка нового сотрудника» предполагает сбор и хранение в общем доступе всех документов с ответами на вопросы, которые обязательно возникнут у нового сотрудника компании. Подробный справочник должен быть структурирован и содержать информацию обо всех отделах компании, необходимых нормативных документах, чтобы работник легко разобрался в своих функциональных обязанностях и корпоративной иерархии.

В рамках метода организационной адаптации предполагается, что новому сотруднику в первую очередь необходимо ознакомиться с требованиями к персоналу, которые предъявляются в компании, а также к занимаемой им должности. Знание норм и требований вкупе с развитыми коммуникационными навыками помогут найти выход из практически любой сложной ситуации на работе. К примеру, при поездке в командировку сотрудник должен знать кто будет помогать ему в организации данной поездки и какие документы нужно обязательно взять с собой. Когда работник уже познакомился с ключевыми сотрудниками компании, такие вопросы не поставят его в тупик.

Сложная структура системы адаптации персонала подразумевает включение мер, направленных на профессиональную, технологическую и организационную адаптацию. В современном мире методы адаптации персонала в каждой компании разрабатывается по-своему, и могут включать различные инструменты и практики. Полноценная система адаптации персонала выгодна и сотрудникам, и компании.

Для компании создание и использование современных методов адаптации персонала полезно тем, что сокращается период привыкания работника к новому месту работы, и он быстрее достигает нужного уровня производительности. Для сотрудников подобный подход со стороны компании также очень важен: с помощью адаптационных мероприятий они

могут быстрее влиться в коллектив, приобрести необходимые знания и навыки, преодолеть стресс и обрести уверенность в своих силах.

Литература

1. Блинова, М.Г. Инновационные методы подбора и адаптации персонала как основные составляющие процесса оптимизации управления человеческими ресурсами / М.Г. Блинова. – Символ науки. 2015. №7-1.

2. Волкова, Н. Как стать «своим» в компании. Первичная адаптация / Н. Волкова. – Кадровик. – 2012. – № 6. – С. 189 – 185 с.

3. Карпова, М.В. Социологическое исследование методов адаптации персонала предприятия в условиях инновационного развития бизнеса / М.В. Карпова. – Наука и современность. – 2014. – № 29. – С. 163

4. Кибанов, А.Я. Управление персоналом: теория и практика. Организация профориентации и адаптации персонала: учеб. пособие / А.Я. Кибанов, Е.В. Каштанова. – М.: Проспект, 2015. – 56 с.

ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА РУКОВОДИТЕЛЯ

Кульбицкая Л.Е., к.ф.н., доцент

*Шеметов М.А., студент магистратуры 2 курса МЭБИК
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Лидерство, как и управление, является до некоторой степени искусством. Возможно, это и есть причина того, почему исследователям не удалось разработать и обосновать единую теорию.

Наиболее ранним подходом к оценке стиля управления был взгляд, основанный на оценке личных качеств. Согласно личностной теории лидерства, также известной под названием теории великих людей, лучшие из руководителей обладают определенным набором общих для всех них личных качеств (уровень интеллекта, знания, впечатляющая внешность, честность, здравый смысл, инициативность, социальное и экономическое образование и высокая степень уверенности в себе). Поэтому, если можно выявить у себя эти качества, то возможно их развитие, позволяющее в будущем стать хорошим руководителем.

В дальнейшем возник другой, поведенческий подход, который создал основу для более точного определения: стиль управления это относительно устойчивая система способов, методов и форм практической деятельности менеджера, привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, нацеленная на влияние и побуждения их к достижению целей организации. Степень, до которой руководитель делегирует свои полномочия, типы власти, используемые им, и его забота, прежде всего, о человеческих отношениях или о выполнении задачи отражает стиль руководства, характеризующий данного лидера.

Природа лидерства может быть лучше понята, если её сравнивать с руководством. Быть менеджером и быть лидером в организации - это не одно и то же. Менеджер в своем влиянии на работу подчиненных и построении отношении с ними, прежде всего, использует и полагается на должностную основу власти и источники, ее питающие. Лидерство же, как специфический тип отношений управления, основывается больше на процессе социального воздействия, а точнее взаимодействия в организации. В отличии собственно руководства лидерство предполагает наличие в организации последователей, а не подчиненных. Соответственно отношения «начальник – подчиненный», свойственные традиционному взгляду на управление, заменяются отношениями «лидер – последователь».

Руководство предполагает наличие четко структурированных формальных взаимоотношений, с помощью которых оно реализуется. Функции руководителя четко заданы, неоспоримо право на применение санкций.

Лидерство же – процесс воздействия на людей, порожденный системой неофициальных, неформальных взаимоотношений, формируется стихийно, спонтанно, на уровне часто неосознаваемых психических предпочтений.

Таким образом, необходимо еще раз сказать, что отличие понятие лидера от менеджера достаточно велико. Менеджер, как правило, всегда лидер. Лидер же не обязан быть менеджером. Лидерство встречается как в формальных отношениях, так и не в формальных... чего нельзя сказать о менеджменте.

Людей, имеющих власть в организации, можно разделить на три категории: формальный руководитель, неформальный лидер и формальный лидер. Формальный лидер имеет полный набор инструментов влияния, следовательно, имеет больший шанс на успех. Парадоксально, но имеются две противоположные позиции формирования имиджа лидера. Одна отрицает вообще какое-либо влияние лидера на организационную эффективность, а другая ведёт к лидерской харизме и попытке подчинённых приписать лидеру почти магические, а в отдельных случаях и божественные качества.

Существенным признаком руководства выступает не управление людьми путем принуждения или подчинения, а организация взаимодействия между ними по поводу продуктивных целей организации. Одним словом, руководство всегда связано с организацией сотрудничества людей в управляемых системах.

Стиль руководства напрямую зависит от ситуации. В некоторых из них менеджер добивается эффективности, структурируя задачи, проявляя заботу и оказывая поддержку, в других руководитель допускает подчиненных к участию в решениях производственных проблем, в третьих – безболезненно меняет стиль под нажимом начальства или обстоятельств.

Сущность руководства состоит, прежде всего, в личном воздействии руководителя на сотрудников.

Деятельность руководителя включает в себя не только управление подчиненными в процессе и с целью решения производственных задач. Ролевая структура деятельности предполагает исполнение руководителем весьма широкого круга действий и обязанностей, среди которых разработка технологических схем управления, подготовка и принятие решений, осуществление управленческих воздействий и взаимодействие с подчиненными, формирование микросреды, выполнение множества дополнительных операций, сопутствующих управленческой деятельности.

Как показывает практика, тип лидерства будет зависеть от текущей потребности организации. В случае, когда компания динамично развивается, осваивая постоянные новые масштабы, то в таком случае потребуются лидер-визионер. По мнению некоторых экспертов, на руководителя постоянно сваливается большое количество ответственности, а потому он должен стараться противодействовать возрастающему давлению.

Стратегическое мышление у руководителя должно быть по умолчанию, поскольку ему необходимо предвидеть и просчитать потенциальные возможности для достижения поставленной цели. Чем выше будут рабочие стандарты, тем эффективнее начнет трудиться сама организация. Персонал постоянно хочет равняться на своего шефа, а потому он должен подавать правильный пример.

Говоря простым языком, руководитель высшего звена должен свободно ориентироваться в области своей компетенции (сфера бухгалтерии, финансов и т.д.). Многие компании допускают большую ошибку, «переманивая» управленцев из других отделов. Как показывает практика, они не могут показать достойный результат на новом месте работы.

Специфика работы играет большую роль в процессе управления, а потому надо постоянно вникать и увеличивать багаж своих профессиональных знаний. Техническая и технологическая грамотность будет играть большую роль, по мнению респондентов.

Управленец высшего звена должен понимать не только направление деятельности и цели организации, но и знать определенный набор технологий, обязательных к применению.

Большинство консультантов пытается найти такого руководителя, который смог бы сплотить коллектив и сделать из него идеальную команду. Менеджер должен уметь выстраивать отношения между сотрудниками, которые, в конечном счете, приведут к повышению эффективности труда.

Менеджер обладает высокой мобильностью, которая предполагает быстрое включение в рабочий процесс. Он должен собрать персонал воедино и дать им необходимый вектор деятельности. Многие лидеры постоянно ищут людей, которые смогли бы дополнить команду и вывести ее на конкурентно новый уровень. Не зря говорят о том, что один в поле – не воин.

Все эксперты-кадровики убеждены в том, что образ идеального руководителя просто невозможен без навыка правильного преподнесения собственной личности и идеи. Кроме того, он должен уметь правильно убеждать, а его убеждения должны выглядеть органично, не портить всей картины происходящего.

Начальник, как правило, общается с широким кругом заинтересованных лиц, а потому его задача – заинтересовать нужных ему людей. Количество заинтересованных людей постоянно возрастает, а времени на всех не хватает, потому шеф должен научиться выделять только ключевую информацию.

Конечно же, честность трудно отнести к профессиональным навыкам, но большую роль будет играть деловая репутация, которая формируется на протяжении многих лет. Многие эксперты отмечают, что соблюдение этических норм сказывается на рабочей команде.

Этика должна соблюдаться в любом случае. Несмотря на растущий «культ личной эффективности», потребность в личной честности никуда не ушла. Организация будет отражать своего лидера, а потому от него станет зависеть дальнейшая репутация и имидж.

Менеджер, который смог бы привести в организацию определенные перемены, — большая редкость. Все чаще развивающиеся компании пытаются найти тех людей, которые смогли внести новое в устоявшийся уклад. Реформы смогли бы сплотить коллектив, который перестал развиваться и двигаться к новым горизонтам.

Динамическое развитие возможно только в том случае, когда начальник настраивается на положительные изменения, связанные с построением новых деловых взаимоотношений, развитие лидерских качеств у персонала. Все новое, привнесенное со стороны, должно тщательно анализироваться и внедряться только после согласования со всеми участниками производства.

Литература

1. Виханский, О.С., Наумов, А.И. / О.С. Виханский, А.И. Наумов, Менеджмент. 1995 г.

2. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26 июля 1999 г.

3. [Электронный ресурс] // Эталон – Беларусь / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2018.

4. Современные проблемы науки и образования. – Режим доступа: – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2014/3/Pavlova_Self-Acceptance-Psychological-Basis-Facilitational-Preparedness/. – Дата доступа: 22.08.2018.

5. Карамова, А.С. Особенности личности руководителя в туризме [Электронный ресурс] / Современные научные исследования и инновации. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/03/31070>. – Дата доступа: 22.08.2018.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА: К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Кульбицкая Л.Е., к.ф.н., доцент

Козловская Т.Н., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Первая половина XX века для многих стран мира была периодом индустриального развития общественного производства, начало которому положила промышленная революция предыдущего столетия. Во второй половине века в индустриально развитых странах можно было наблюдать признаки перехода к эре постиндустриального, информационного развития, а в начале XXI века – коммуникационного. Новые социокультурные условия определили и новую парадигму исследования всех видов управленческой деятельности.

С 80-х гг. XX века центральным звеном исследования становится организация и в эпицентр внимания многих исследователей мировой управленческой литературы попадает тема организационной культуры. Основным интерес к данной проблеме был обусловлен изменением социокультурных факторов, которые влияли на развитие предпринимательства и бизнеса. Главным среди них был научно-технический прогресс, который требовал усиления внимания к интеллектуальным и творческим способностям сотрудников. Появились исследования организационной культуры, которая единодушно определялась как своеобразное «внутреннее сознание» организации.

Приведём несколько примеров определения организационной культуры.

1 "Организационная культура – интегральная характеристика организации (ее ценностей, образцов поведения, способов оценки результатов деятельности), данная в языке определенной типологии" [1, с.61].

2 А.И.Пригожин считает, что "умелое определение функции, мотивации, развитие отношений между работниками, вовлечение работников в выработку определенных целей, даст возможность развить организационную культуру до уровня корпоративной, когда интересы работников в своем большинстве ориентированы на цели организации в целом" [4, с.37].

3 Указывая на равнозначность организационной и корпоративной культуры, Иванова С.В. пишет: "Организационная (корпоративная) культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются членам организации через символические средства духовного и материального окружения организации" [3, с. 57].

В современной литературе существует большое количество определений "организационная культура", но, как многие термины, относящиеся к социально-гуманитарным и организационно-правовым дисциплинам, они не обладают единственно верным толкованием. При этом в основном подчеркивается нормативная функция культуры, она представляется, как совокупность ценностей и норм, правил и образцов поведения. Однако вряд ли такое определение организационной культуры, может отразить всю сложность данного феномена.

По-нашему мнению, организационную культуру правильным было бы рассматривать как идеальный тип, который предстает в разнообразных проявлениях в зависимости от социокультурных условий. Как большинство понятий социально-гуманитарной сферы, данное понятие представляет собой мысленный образ, в котором "объединены, диффузно наличные черты материальной и духовной жизни", и в таких "утопиях отражены известные, значимые в своем своеобразии черты нашей культуры, взятые из действительности и объединенные в идеальном образе" [3, с. 391].

Понятие «идеальный тип» было введено немецким социологом и политологом М. Вебером, который предложил данное понятие для описания реальных явлений в социально-гуманитарных науках. Эти понятия имеют "идеальный" или "вымышленный" характер, обобщая совокупность признаков, свойственных феноменам реальности

Разнообразные проявления и феномены реальности как бы систематизировались в определенных понятиях и конструкциях. В дальнейшем они использовались для описания действительности.

Подходы к определению культуры через понимание ее как "набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий", сужают ее значение, низводя к корпоративной или офисной культуре, хотя данный тип культуры свойственен целым этническим сообществам в различных сферах жизнедеятельности.

Следуя справедливому выводу, русского ученого А.А.Богданова о том, что законы организации носят универсальный характер, мы полагаем, что понятие "организационная культура" должно репрезентировать явления весьма широкого круга реальности. А.А.Богданов пишет: "...человеческая деятельность, от простейших до наиболее сложных ее форм сводится к организующим процессам. Все интересы человечества – организационные. А отсюда следует, что не может быть иной точки зрения на жизнь и мир, кроме, организационной, нет иных задач, кроме, организационных" [3, с.71].

По замечанию Г.Саймона, "Любая деятельность, связанная с осознанным взаимодействием двух или более человек, может быть названа "организованной деятельностью". Это утверждение можно только, дополнить тем, что не только осмысленное взаимодействие между людьми, но и осмысленное воздействие человека на окружающий мир, объекты природной и материальной действительности обладает свойством организованности или, по терминологии А.А.Богданова, "организационности".

К какому явлению общественной или природной действительности неприложимо понятие "организационности"? Даже феномены ментальной, душено-духовной жизни иногда описываются в этих терминах. Разве мы не организуем наш быт, управление государством, политические процессы, кампании, разве организованность не свойственна военному делу, культуре и искусству, спорту, отдыху? Где, в какой области действительности отсутствует организация, организованность, то есть структуры субординации, координации и кооперации или на языке А.А.Богданова сопряжения, подчинения, сотрудничества?

Достижение целей через деятельность всегда предполагает ее организационную сторону, связанную с субъектами ее осуществления и инструментами для их достижения. Все это, безусловно, должно быть организовано. Отсюда вытекает всеохватывающий характер организационной деятельности. Чем выше достижения человека или народа в любой сфере жизнедеятельности, чем меньше потрачено ресурсов для достижения благоустроенности всех сторон жизни, тем выше организационная культура.

Можно сказать, что понятие "организационная культура" – это категория, объединяющая большую группу сущностей, концептов, которые вычлняют из реальности обширные области действий и репрезентирует их в качестве отдельных сущностей. Например, в качестве таких концептов может выступать организация: политических кампаний, военных действий, хозяйственного и промышленного производства, строительства, быта и т.д. Понятие организационная культура в контексте идеального типа позволяет при соотнесении данного понятия с реальностью описывать характерные свойства и признаки очень многих явлений в различных сферах функционирования социальных систем.

Литература

1. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом. Практикум: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом", "Менеджмент организации" /Т.Ю.Базаров. – М.; ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 239 с.

2 Богданов, А.А. Тектология: (Всеобщая организационная наука): В 2 кн. / А.А. Богданов. Кн.1. М.: Экономика, 1989. – 304 с.

3 Вебер, М. Избранные произведения: Пер. с нем. /Сост., общ. ред и послесл. Ю.Н. Давыдова: Предислов. П.П. Гайдено. – М.: Прогресс. – 1990. – 880 с.

4 Иванова, С.В. Организационная культура: традиции и современность [Текст]: учеб. / С. В. Иванова // Управление персоналом. – 2012. – № 4. – С. 97.

5 Пригожин, А.И. Методы развития организаций / А.И. Пригожин. – М.: МЦФЭР, 2003.– 863 с.

ВЛИЯНИЕ БИЛИНГВИЗМА НА ВОСПРИЯТИЕ МИРА И РАБОТУ МОЗГА

*Лихорад О.И., ст. преподаватель
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

*Другой язык – это другое видение жизни.
(Фредерико Феллини)*

Многие психологи утверждают, что когда мы говорим на другом языке, мы ощущаем мир иначе. Самый простой и распространенный способ это продемонстрировать – вспомнить о том, что в разных языках существует разное обозначение цветов. Мы видим цветовую палитру. Мы можем без труда дать им названия и определить цветовые категории, которые совпадают с теми цветами, которые мы видим в радуге. И есть дополнительные цвета — смешение, те, которые на границе между цветами. Но в русском языке 7 названий для базовых цветов: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый. А в других языках меньше слов для определения оттенков. Есть языки, в которых два или три слова для обозначения цветов. Например, у жителей племени Воби, живущего в Африке, есть слово для красного и всех остальных цветов. А жители другого народа различают только красный, светлый и темный цвета. И они обходятся этими тремя словами.

Преподавание иностранного языка – это, конечно же, изучение грамматики, лексики. Но не менее важно показать студенту, что язык живой, он меняется со временем и влияет на наше поведение и общение с представителями другой культуры.

На сегодняшний день билингвизм является предметом изучения не только лингвистики, но и психологии, социологии, а также рассматривается такими метапредметными науками как социальная психология, социолингвистика, психолингвистика и нейролингвистика. Каждый год приносит нам новые и все более подробные знания о билингвизме и билингвах.

Слово «билингвизм» (от лат. *Bi* – два, *lingua* – язык), означает двуязычие. Билингвизм – это способность человека пользоваться двумя языками и практическое умение применять их в процессе общения.

Принято выделять два основных типа билингвизма – естественная и искусственная форма билингвизма. К искусственным вариациям относят, например, изучение второго языка в процессе обучения в каком-либо учреждении.

Ученые Эдинбургского Университета в 2015 году опубликовали результаты своего исследования. Ими были созданы две экспериментальные группы, куда вошло 200 студентов гуманитарных направлений первого и выпускного курсов. Команду исследователей более всего интересовало влияние изучения второго языка в университете на различные механизмы внимания, на умение фокусироваться на определенных звуках, на способность переключаться между умножением и делением, а также на словарно-лексические возможности студентов. После сопоставления результатов студентов (подразумевается, что студенты первого курса лишь приступили к изучению второго языка, а

студенты выпускного – уже достигли языковой компетенции) было выявлено, что студенты, достигшие определенной компетенции во втором изучаемом языке, показывают несравненно лучшие показатели работы механизмов внимания, а также развитые способности к быстрому отбору релевантной информации.

Чем больше мы задействуем мозг в работе с другим языком, тем сильнее улучшается его способность воспринимать, запоминать и использовать информацию. И это понятно, ведь из всех действий человека, нет ни одного настолько же активного и часто повторяемого, как взаимодействие по средствам языкового общения. Когда мы разговариваем, задействуются все части мозга, и нет ни одного вида деятельности человека, которое так бы влияло на работу мозга и его развитие.

Ученые утверждают, что у человека знающего другой язык, оба языка находятся в активном состоянии в той или иной степени. Как такового переключения в мозгу нет. Иными словами, если мы представим картинку импульсов мозга у одноязычного человека и двуязычного, то у двуязычного человека активность нейронных связей будет намного больше.

Возможно, именно эта особенность влияет на то, что люди знающие другие языки меньше подвержены болезни Альцгеймера.

В 2017 группа итальянских ученых-нейропсихологов доказала, что при наступлении деменции билингвы лучше, чем монолингвы, справляются с заданиями, требующими зрительных и пространственных навыков. Высокоразвитая способность мозга справляться с последствиями его повреждения – высокий когнитивный резерв – предупреждает угасание когнитивной активности мозга и замедляет развитие нейродегенеративных заболеваний. В исследовании итальянских ученых отмечается, что предположительное влияние билингвизма на укрепление этой способности было замечено давно, давалась даже приблизительная оценка: билингвизм отодвигает наступление деменции на 4,5 года. Однако научных подтверждений этому не существовало. Группа нейропсихологов из Италии использовала позитронно-эмиссионную томографию (ПЭТ) и препарат фтордиоксиглюкозу (ФДГ), чтобы понять механизмы влияния билингвизма на работу ослабленного болезнью Альцгеймера мозга.

В исследовании участвовало 85 пожилых жителей Северной Италии с диагностированной ранней стадией болезни Альцгеймера. Чуть больше половины пациентов владели итальянским и немецким языками (45 человек), остальные (40 человек) – только итальянским. Работу мозга обеих групп пациентов проверили с помощью ПЭТ с применением ФДГ – так ученые замерили уровень метаболизма мозга и его связность, чтобы установить нейропротективные свойства билингвизма. Ученые зафиксировали структурные изменения в мозге пациентов-билингвов – в частности, повышенную плотность белого и серого веществ мозга в областях, ответственных за выполнение общих функций (general executive function) и освоение языка.

Также в ходе исследования было выявлено, что пациенты-билингвы лучше справляются с заданиями на проверку краткосрочной и долгосрочной вербальной памяти и заданиями, требующими владения зрительными и пространственными способностями. Это позволило ученым сделать вывод о том, что мозг билингвов лучше приспосабливается к трансформации своей структуры и потере части когнитивных функций из-за деменции.

Результаты исследования ученые объясняют тем, что в ходе повседневного использования двух языков мозг человека обретает особую пластичность, которая помогает поддерживать когнитивные функции мозга при заболевании болезнью Альцгеймера. Однако, предупреждают они, знание двух языков вовсе не гарантирует снижение рисков наступления деменции – для достижения такого эффекта критически важно постоянное использование двух языков на рабочем или разговорном уровне.

Не существует разницы между познавательными способностями в контексте общего интеллекта, так что билингвы не умнее монолингвов. Но разница между мышлением

существует в специфических процессах, связанных с вниманием и селекцией. Способность выборочно обращать внимание на важную информацию в присутствии отвлекающих факторов лучше развита у билингвов. Эта способность находится в основе многих процессов мышления и выполнения действий. Когда мы едем по шоссе, нам важно держать в голове много вещей, следить за работой машины, за дорогой и многое другое. Похожие процессы происходят постоянно в голове у билингвов, они постоянно выбирают на какую информацию обратить внимание и таким образом учатся быстро принимать решение.

В заключение можно сказать, что каждое проявление и форма билингвизма заслуживают особого внимания и изучения. Каждый год в науке приносит нам новые знания об этом уникальном метапредметном явлении. На сегодняшний день уже никто не отрицает, что каждое проявление билингвизма характерно отражается на нашем мозге, сознании и мировосприятии. Исследования билингвов в различных сферах помогают нам лишней раз подтвердить уникальное влияние изучения вторых языков как в естественной, так и в искусственной средах на развитие когнитивного мышления и общих мыслительных способностей человека. По мере продвижения процесса глобализации число билингвов будет неумолимо увеличиваться, что еще больше актуализирует исследования в данной сфере.

Литература

1. Азимов, Э.Г., Щукин, Ф.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448с.
2. Бодуэн де Куртенэ, И.А. Вспомогательный международный язык./ Бодуэн де Куртенэ И.А. Языковедение и языковые исследования, замечания, программа лекций. – М.: УРСС, 2010. – С. 157-173.
3. Залевская, А.А. Вопросы теории овладения вторым языком в психолингвистическом аспекте. – Тверь: ТвГУ, 1996.
4. Сконечный, Т.Г. Билингвизм, мультилингвизм, Полилингвизм: современные европейские исследования./Молодой ученый. – 2018. - № 12. – С.193-195.
5. [Интернет ресурс] Режим доступа: <http://serious-science.org/bilingualism-6172>
6. [Интернет ресурс] Режим доступа: <http://www.euronews.com/2016/08/10/foreign-languages-and-the-complexities-of-bilingualism>

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖКХ

Лобикова О.М., ст. преподаватель

Лобикова Н.В., студент

Белорусско-Российский университет, г. Могилев

В современных условиях результаты хозяйствования предприятий во многом определяются уровнем развития их корпоративной культуры. Не являются исключением в этом плане и предприятия жилищно-коммунального хозяйства.

Проблема корпоративного управления и корпоративной культуры, а также определение основных факторов корпоративной культуры, влияющие на деятельность предприятия, являются важными и актуальными элементами темы исследования. Несмотря на повышенное внимание к данному вопросу, аспекты влияния корпоративной культуры на конкурентоспособность предприятий отрасли ЖКХ изучены недостаточно и мало применяются в практической деятельности, что оказывает негативное влияние на результаты [1, 2].

Корпоративная культура может рассматриваться как своеобразная идеология управления, нацеленная на повышение деловой активности предприятия. Идеология управления активно сказывается на:

взаимоотношениях работников с организацией;
основных принципах деятельности работников и организации в целом;
отношениях организации к партнерам, конкурентам, потребителям.

Корпоративная культура тесно связана с деловой этикой, философией бизнеса, организационным поведением. Одновременно, корпоративную культуру можно рассматривать и как важную составляющую нематериальных активов жилищно-коммунального предприятия, формирующую его интеллектуальный капитал, поскольку она добавляет стоимость к репутации организации [3].

Корпоративная культура является инструментом эффективного управления. Сегодня корпоративная культура, являясь приоритетным фактором делового успеха, задает ориентиры поведения как внутри организации, во взаимодействии между работниками на рабочем месте (культура труда), так и вне организации, во взаимодействии между различными институциональными субъектами и партнерами по бизнесу.

Значение корпоративной культуры для развития организации проявляется в том, что она прежде всего является источником стабильности в организации, так как развивает у сотрудников жилищно-эксплуатационного предприятия чувства единства и социальной защиты; способствует эффективному развитию предприятия; стимулирует рост самосознания каждого работника и, соответственно, высокую ответственность; помогает новым работникам быстрее адаптироваться на рабочем месте; является сильным мотиватором, способным направить работников на достижение высоких показателей; влияет на развитие интеллектуального потенциала предприятия.

Формирование конкурентных преимуществ предприятия невозможно без учета конкурентоспособности занятого персонала как непосредственно на предприятии, так и в области, регионе и стране, в которой оно функционирует.

Создание конкурентоспособной организации, имеющей индивидуальность и общие ценности, возможно только в результате последовательного формирования и внедрения цельной системы взглядов, составляющей которой является личная внутренняя культура персонала эксплуатирующего предприятия.

Влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность предприятия проявляется в формировании положительной репутации и привлекательного ее имиджа и продукта (оказываемых услуг) среди потребителей.

Влияние корпоративной культуры на деятельность предприятия ЖКХ проявляется в достижении основной цели корпоративной культуры – повышение трудового потенциала организации, являющейся составляющей ее общего экономического потенциала.

Достижения важной цели корпоративной культуры – повышение трудового потенциала приводит к росту компетенции персонала, которое означает рост прибыльности организации в целом. Компетентные работники характеризуются творческим мышлением, они способны генерировать идеи и работать продуктивнее. Все это положительно отражается на качестве оказываемых услуг [4, 5].

Влияние корпоративной культуры на конкурентоспособность предприятия проявляется в формировании положительной репутации и привлекательного имиджа предприятия и производимого продукта среди потребителей, деловых партнеров, общественности. Корпоративная культура, ориентированная на инновации, повышая трудовой потенциал работников, формирует интеллектуальную собственность предприятия, чем повышает его конкурентоспособность.

Влияние корпоративной культуры на экономическую эффективность деятельности предприятия отражается также в экономических результатах деятельности предприятия.

Итак, понятие корпоративная культура, которая может рассматриваться как определенная идеология управления выделяющая одно предприятие от других, а также формирует благоприятный микроклимат, способствуют формированию хорошего имиджа предприятия ЖКХ. Эффективная корпоративная культура способствует повышению

эффективности деятельности предприятия и росту трудового потенциала, что, в свою очередь, приводит к росту компетенций персонала и обеспечивает рост прибыли предприятия ЖКХ.

Литература

1. Лузина, А.В., Данилова, А.С. Современный инструмент оценки эффективности управления персоналом организации / Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования № 1 (6), 2015 С. 116-

2. Куприн, А.А. Основные направления совершенствования управления жилищно-коммунальным хозяйством и пути их решения / А.А. Куприн // Transport business in Russia №4, - 2016. С. 27-30.

3. Шефиров, А.М. Риск-менеджмент в сфере ЖКХ: региональный аспект на примере Республики Дагестан / А.М. Шефиров // Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. № 1 (36), 2015. С. 136-143.

4. Лобикова, О.М., Лобикова, Н.В. Разработка системы мотивации труда на предприятии МУКП «ЖИЛКОМХОЗ» / Формула менеджмента. г. Казань : Изд-во: Научное объединение «Вертикаль Знаний». – 2019. – № 1 (8) – С. 5-12.

5. Лобикова, О.М., Лобикова, Н.В. Анализ использования трудовых ресурсов на предприятии МУКП «ЖИЛКОМХОЗ» // Стратегические приоритеты развития экономики и ее информационное обеспечение : материалы междунар. науч. конф. молодых ученых и преподавателей вузов (г. Краснодар, 21–23 ноября 2018 г.) / сост. Ю.И. Сигидов, Н.С. Власова, Г. Н. Ясенко, В. В. Башкатов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. С. 230-238.

ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА БЕЛОРУССКИХ СТУДЕНТОВ, ПОЛУЧИВШИХ ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ГРАНИЦЕЙ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА

Лысюк А.И., докт. полит. н., доцент

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Брест

Исторический опыт ряда государств (Китай, Малайзия, Сингапур, Южная Корея и др.), успешно прошедших этап модернизации, свидетельствует, что все они делали ставку на приобщение наиболее талантливых молодых людей к новейшему мировому знанию, что невозможно без получения качественного университетского образования в наиболее развитых странах, создав для них в последующем достойные условия для профессиональной и личностной самореализации.

Группой социологов под руководством А.И. Лысюка был проведен экспертный социологический опрос с целью изучения широкого спектра факторов, в той или иной степени воздействующих на обучающихся за рубежом белорусских студентов, связанных с перспективами их трудоустройства в Беларуси. Были опрошены 55 белорусских экспертов, представляющих четыре социальных сегмента: а) государственное управление; б) бизнес-сообщество; в) систему высшего образования; г) сектор гражданского общества и проживающие во всех регионах страны. Исследование было проведено в январе-феврале 2019 года.

Проведенный экспертный социологический опрос позволил сделать следующие выводы.

Во-первых, эксперты в целом положительно оценивают систему высшего образования в Беларуси, отмечая, правда, тот факт, что качественное образование можно получить только по отдельным специальностям.

Во-вторых, среди главных проблем системы университетского образования в РБ называются чрезмерная бюрократизация учебного процесса, ограниченные связи

белорусских университетов с западными университетами, отсутствие мотивации у преподавателей в силу их невысокого социального статуса и материальных возможностей.

В-третьих, в целом эксперты положительно относятся к перспективе получения высшего образования белорусскими студентами за границей. Еще в большей степени позитивное отношение к обучению за границей проявляется в ситуации, когда эксперты эту ситуацию воспринимают не абстрактно, не общесоциально, а сквозь призму личного интереса и личной значимости. В этом случае наблюдается рост позитивных настроений относительно студенчества в зарубежных университетах и сокращается его негативное восприятие. Так, 63,6% респондентов положительно оценили бы факт учебы за границей кого-либо из близких, в то время как отрицательно это восприняли бы только 5,5%. Большинство из них уверены и в том, что после окончания учебы в страну вернется совсем небольшое количество выпускников. Одновременно значительная часть экспертов (41,8%) полагают, что никакой жесткой предопределенности в этом вопросе не существует, так как, в конечном счете, все будет зависеть от хода экономических и социально-политических изменений (трансформаций) в Беларуси.

В-четвертых, большинство опрошенных указывают также на необходимость создания, по аналогии с китайской, специальной государственной программы по стимулированию возвращения в страну белорусов – выпускников зарубежных университетов. Более того, свыше двух третей экспертов (69,1%) указали и на необходимость в обязательном порядке отправлять на учебу за границу не только молодых людей (студентов), но и уже состоявшихся белорусских специалистов с целью повышения их квалификации, профессионализма.

В-пятых, среди очевидных плюсов обучения белорусских студентов за границей, чаще всего, называются: а) возможность подготовки специалистов мирового уровня; б) доступ к новейшим западным технологиям; в) «болонский диплом»; г) приобщение к европейской культуре и расширение культурного кругозора и горизонта; д) приобретение новых возможностей для личностной самореализации; е) присвоение демократических ценностей, взглядов и моделей социального поведения; ж) повышение качества знания иностранных языков и др.

В-шестых, большинство экспертов убеждены, что реформирование белорусского общества требует настоящего использования знаний и компетентностей как молодых людей, так и уже состоявшихся опытных специалистов, полученных ими в зарубежных учебных заведениях. При этом основная масса из них убеждены в необходимости Беларуси следовать в своем развитии западным демократическим образцам с ориентацией на вступление в Евросоюз.

В силу того, что «европейский вектор» развития для Беларуси обозначен экспертами достаточно четко и недвусмысленно, совершенно логично, что с точки зрения 74,5% из них именно учебные заведения государств Евросоюза являются наиболее приемлемыми для повышения квалификации белорусских специалистов. Действительно, дефицит специалистов в случае «европейского выбора» может быть покрыт только за счет специалистов «извне».

Лучшие университеты мира находятся в своем большинстве в США. Поэтому 38,3% опрошенных указали на эту страну как источник приобретения компетентностей, необходимых для реформирования и модернизации Беларуси.

Обращает на себя внимание тот факт, что значительное число экспертов (19,1%) отметили целесообразность использования высших учебных заведений Китая для обучения белорусских специалистов.

Российская модель развития, составным компонентом которой может выступать и инкорпорации Беларуси Россией, отбрасывается экспертами как неэффективная и непродуктивная. Поэтому в этой ситуации исчезает реальная нужда в повышении квалификации в РФ, за что ратуют только 10,6% опрошенных, хотя в этой стране существует и группа элитарных университетов.

В-седьмых, значительная часть экспертов полагают, что в наибольшей степени в РБ могут быть востребованы экономисты, инженеры, финансисты и управленцы в различных социальных сферах. Наиболее приемлемые для них места могут быть предоставлены системой малого и среднего бизнеса, банковскими и финансовыми организациями, аналитическими центрами («фабриках мысли») и промышленными предприятиями.

В-восьмых, проблема возвращения «домой» выпускников, их «муки выбора» в пользу Беларуси значительно могут облегчить следующие факторы: а) оплата за обучение со стороны государства; б) создание сервиса, предоставляющего информацию о работе «по специальности» в Беларуси; в) предоставление льготных кредитов «на строительство», г) специальный сервис в интернет-формате обо всех белорусах – выпускниках зарубежных вузов и их профессиональной подготовке; д) представление гарантированных и достойных рабочих мест; е) поддержка их карьерного роста. Разумеется, подобного рода предложения должны быть конкурентными в общеевропейском контексте.

Некоторое количество экспертов (5,5%) полагают, что в подобных госпрограммах нет необходимости, поскольку молодые люди должны сами проявлять активность и креативность в поиске работы.

В-девятых, среди негативных факторов, сопутствующих обучению белорусов в университетах за границей, чаще всего назывались два: а) «утечка мозгов», что снижает созидательный, конструктивный и креативный потенциал белорусского социума; б) личные проблемы студентов, связанные с адаптацией в «инородной» культурной среде.

В-десятых, основная работа по трудоустройству выпускников зарубежных вузов, по убеждению экспертов, должна быть предоставлена специализированному агентству, лучше всего, некоммерческому, но допустимы и агентства, созданные при Союзах предпринимателей.

При этом ответы представителей государственного аппарата существенно не отличались от ответов представителей других социальных сегментов. Единственное их отличие выражается, с одной стороны, в подчеркивании значимости привлечения выпускников зарубежных вузов в систему государственного управления в РБ, а с другой – в необходимости повышения собственной квалификации в зарубежных образовательных учреждениях.

КОНЦЕПТ КАК ОСНОВА КОГНИТИВНОГО СТРУКТУРИРОВАНИЯ ТЕКСТА

Марудова Е.Г., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Структура знаний, обозначаемая термином «фрейм», позволяет соотнести с ним различные продукты человеческого мышления, получившие различные обозначения – идеи, понятия, концепты. Содержание любой значащей единицы языка можно свести к когнитивной, или же концептуальной структуре, т.е. к определенному объединению концептов. Как показывают результаты многих исследований, «различие между концептами как таковыми и организацией концептуального знания во фреймы является не вполне четким – теория допускает размытые границы между ними» [1, с. 17]. Кроме того, концепт выступает как некоторое единство для анализа структуры содержания текста, отражая определенные знания человека о действительности, ее составляющих и перспективах.

Термин «концепт», несмотря на множественность интерпретаций, не имеет единой дефиниции, что характерно для подобных категорий, которые, по точному наблюдению А.Вежбицкой, «преимущественно являются неопределенными или, если им и дают определения, этих определений не придерживаются, так что на самом деле... реальный анализ выполняется на основе интуиции и здравого смысла» [2, с. 75].

С точки зрения когнитивной науки концепт является двусторонней ментальной сущностью, которая имеет психическую и языковую стороны: в психике - это объект идеальной природы, образ, который воплощает определенные культурно-обусловленные представления носителя языка о мире и вместе с тем является прообразом, прототипом, «идеей» группы производных понятий и ориентиром их использования; в языке концепт носит определенное имя, поскольку реальность отражается в сознании не непосредственно, а именно через язык.

Когнитивное толкование концепта основывается на представлении о нем как о сложной многокомпонентной информационной структуре, которая служит для объяснения единиц человеческого сознания, отображает комплекс знаний человека о внешнем мире и самую себя, а также является единицей памяти и «языка» мозга.

По определению Р.Павилениса, «концепт – часть концептуальной системы – то, что индивид думает, представляет, знает об объектах мира» [3, с. 36]. Подобное определение позволяет, в принципе, любое количество информации, привязанное к слову, назвать концептом.

Концепт как единица познания мира (или иначе – фрагмент знания, опыта индивида, часть его концептуальной системы) может иметь разную степень информативной насыщенности, но при этом оставаться целостным образованием, способным пополняться и отражать человеческий опыт.

Если в сознании ученого или специалиста в определенной сфере знания концепт есть четкая дефиниция и полное понятие о предметах и явлениях, то, как считает Ю.С. Степанов, в сознании обычного человека концепт является «пучком» представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, которые сопровождают то или иное слово [4, с. 40]. В последнем случае концепты не только мыслятся, но и переживаются, поскольку они становятся предметом эмоций, симпатий, антипатий и т.п.

Концепты, отражая весь опыт человечества, в голове человека постоянно пропускаются через призму его собственного опыта, полученного в ходе предметно-практической и познавательной деятельности. В концептуальной системе человека многие концепты обретают свое поле ассоциаций и коннотаций. В актах мышления в движение приводится часть этой системы, и человек оперирует концептами уже как личностными смыслами [5, с. 149].

По определению лингвистического энциклопедического словаря, концепт представляет собой явление того же порядка, что и значение слова, но рассматривается в несколько иной системе связей, значение существует в системе языка, концепт – в системе логических отношений и форм, исследуемых в языкознании и логике.

Е.С. Кубрякова трактует концепт, «подводя под это обозначение разносубстратные единицы оперативного сознания, какими являются представления, образы, понятия». В своей совокупности все такие концепты объединяются в единую систему, называемую «концептуальной системой» или «концептуальной моделью мира» [6]. Такой подход вполне согласуется с позицией Т. ван Дейка, который отмечает, что «общее знание» не является аморфным, оно организовано в концептуальные системы» [1, с. 16].

Считается, что концепт лежит в основе любого текста. С содержательной точки зрения под концептом понимается глубинный смысл, свернутая смысловая структура текста, являющаяся воплощением интенции и – через нее – мотива деятельности автора, приведших к порождению текста. Помимо этого, концепт, отражая интенции автора и будучи опосредованным воплощением мотива порождения текста, задает его коммуникативную целенаправленность.

Наш мозг оперирует концептами различной сложности, а концепт является фрагментом мира, представленного когнитивной структурой. Когнитивная структура чаще всего выступает в виде группы концептов, так как один и тот же фрагмент мира может отражать разные явления, может быть познан с разных сторон и точек зрения, может

отражать разный опыт человека. Говоря о совокупности всех концептуальных репрезентаций подразумевают концептуальную систему, или же картину мира [6]. В сознании человека картина или модель мира представляет собой определенным образом организованные знания о мире, свойственные когнитивной системе или ее модели.

В то же время, концептуальная система является динамическим образованием, которое постоянно находится в состоянии развития и подвижности. Она постоянно преобразуется под влиянием информации, поступающей извне по различным каналам, а также в результате ее усвоения и переработки мыслящим человеком.

Литература

1. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Дейк – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Вержбицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вержбицкая – М.: Языки русской культуры: Кошелев. 1999
3. Павиленис, Р. Язык, смысл, понимание // Язык. Наука. Философия. Логико-методологический и семиотический анализ. – Вильнюс, 1986.
4. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца XX века. – М.: Российский Государственный гуманитарный институт, 1995. – С. 35 – 73
5. Кубрякова, Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности / АН СССР. ин-т языкознания; Отв. ред. Б.А. Серебренников. – М.: Наука, 1986. – 158 с.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; Под общ. ред. Е.С.Кубряковой. – М.: Филол. фак. МГУ, 1996. – 245 с.

АРГО КАК ФЕНОМЕН ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Мирук Ю.Л., ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Рассматривая коммуникацию различных социальных и профессиональных групп нельзя не обратить внимание на употребляемую данными группами лексику. Одной из интереснейших проблем, связанных с исследованием процесса взаимодействия людей - это использование профессионального жаргона и вопрос о его влияния на организационную культуру.

В настоящей статье мы рассмотрим этимологию слова "арго" и разберемся, какую роль он играет в профессиональной деятельности человека.

Для успешного осуществления своей профессиональной деятельности специалисту в любой области необходимы, помимо узкопрофессиональных компетенций, знания организационных структур сопутствующих предприятий, их общеупотребимого профессионального языка арго, который, как правило, имеет одни и те же лексические единицы при коммуникации и сопутствующих организаций. Такой язык как правило не составляют самостоятельной системы и сводятся к специфическому словоупотреблению в пределах одного языка. Данное образование входят в специальный лексический пласт - сленг.

Термин "арго" происходит от французского слова *argot* и обозначает язык какой-либо социальной замкнутой, профессионально обособленной группы лиц. Данный язык не имеет собственной фонетической и грамматической системы, но в то же самое время не будет понятен людям, которые не входят в определенную группу.

Некоторые исследователи считают арго искусственным и, кроме прочего, тайным языком, другие же полагают, что это реакция деклассированных элементов на окружающую среду. В связи с этим были выделены функции языка арго, которые сводились в своей основе

к некой конспирации, например как пароль, по которому деклассифицированные элементы узнавали друг друга.

В современном мире, с ускорением темпа жизни, растет соответственно и словарный запас, и в связи с этим возникает постоянная необходимость его пополнения, ведь каждому новому понятию должно соответствовать минимум одно слово, все это ведет к бурному росту коммуникации, что негативно сказывается на профессиональной деятельности человека. На данном этапе можно рассмотреть определение понятия организационная культура. Организационная культура, или как ее на сегодняшний день называют корпоративная культура, является системой общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других. Из данного понятия можно сделать вывод, что все вышесказанное достигается лишь в том случае, когда все участники данной культуры говорят на "одном языке", тем самым обеспечивая должный уровень взаимодействия. Таким образом, нам на помощь и приходит профессиональная лексика, которая помогает достигнуть безоговорочного понимания среди людей, объединенных общей профессией. Знание этого лексического пласта и социокультурных факторов помогает устранить типичные ошибки и непонимание в процессе профессионального взаимодействия.

Существует и такое понятие как корпоративный сленг, которое было впервые использовано в США, и на сегодняшний день является интересным лингвистическим феноменом. Основная его функция – отражать реалии коллектива, который его создал. В США довольно часто руководители компаний приглашают специалистов, с целью изучения и анализа корпоративного жаргона, что является своеобразным тестом степени сформированности корпоративной культуры, которая, в свою очередь, неотъемлемая часть производственного процесса, оказывающего непосредственное влияние на производительность.

Таким образом, арго представляет собой набор слов для обозначения понятий, которые употребляются профессионалами в определенной сфере и оказывает весьма значительное влияние не только на лексический состав языка в целом, но и на организационную культуру в частности.

Литература

1. Голуб, И.Б. Стилистика русского / И.Б.Голуб. – М.: Айрис пресс, 2005. – 442с
2. Елистратова, В.С. Арго и культура / В.С. Елистратова В.С. – М.:Изд-во МГУ, 1995. – 231с.
3. Елькин, И.О. Влияние профессионального юмора и профессионального сленга на деловое общение // Системная интеграция. 2011. № 1(1). С. 71-80.
4. Лубожева, Л.Н. Профессиональный язык – особая функциональная разновидность литературного языка [Текст] / Л.Н. Лубожева // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: тез. междунар. науч. конф. / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 2006. – С. 105-108.
5. Сердобинцева, Е.Н. Профессиональная лексика русского языка: структурно-семантический, функционально-стилистический и когнитивный аспекты: автореф. дис. докт. филол. наук. М.: МГОУ, 2011. 32 с.

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕГИОНЕ КАК ТАКТИКА ПООЩРЕНИЯ АКТИВНОГО СТУДЕНЧЕСТВА К САМОЗАНЯТОСТИ

*Небелюк В.В., ст. преподаватель кафедры «Экономическая теория и логистика»
Брестский государственный технический университет, г. Брест*

Исходные данные. Развитие индустрии гостеприимства напрямую связано с формированием инфраструктуры туристической сферы. Повышение эффективности отрасли туризма в Брестской области осуществляется в соответствии с подходами, определенными Государственной программой «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы (Постановление СМ РБ от 23.03.2016 № 232), Схемой комплексной территориальной организации областей (Указ Президента РБ от 18.01.2016 № 13) и Генеральной схемой размещения зон и объектов оздоровления, туризма и отдыха РБ на 2016–2020 годы и на период до 2030 года (постановление СМ РБ от 15.12.2016 № 1031), и направлено на формирование системы продвижения туристических услуг области,

Стратегия и тактика управления человеческими ресурсами индустрии гостеприимства претерпевает изменения - активно вовлекаются в сферу туризма университеты. После того, как Беларусь вслед за участниками Болонского процесса также встала на путь сокращения до 4 лет своих программ подготовки специалистов, с 2010 г., наблюдается увеличение в два раза активности в сфере международных контрактов между вузами. Результатом международной деятельности вузов является разработка новых учебных курсов, внедрение новых информационных технологий в обучение, активизация сотрудничества вузов с субъектами реальной хозяйственной среды с использованием средств виртуальной логистики [3].

Учитывая, что количество граждан из других стран, прибывающих в Беларусь с деловыми намерениями, значительно превышает число туристов (т.е. находящихся на территории республики не менее 24 часов и оформленных через туристическую фирму), целесообразно развивать деловое и событийное направления туристической отрасли. Оно реализуется за счет оказания туристических и экскурсионных услуг для участников международных конгрессов, конференций, симпозиумов, международных смотров научно-технических достижений на базе крупных научных центров и промышленных организаций; проведения международных торговых выставок, ярмарок. Стратегия и тактика управления человеческими ресурсами индустрии гостеприимства могут обеспечить большую эффективность за счет привлечения молодежи к участию посредством самозанятости в расширении сферы туризма Республики Беларусь в целях воспитания уважения к историческому прошлому [2].

Эффективность функционирования туристической сферы оценивается двумя основными показателями, это численность иностранных туристических посещений и экспорт туристических услуг [1].

В настоящее время на территории области реализуется 7 проектов международного трансграничного сотрудничества, финансируемых ЕС (ПРООН). В рамках данных проектов международной технической помощи, в том числе повышают квалификацию специалисты в сфере туризма, обустраиваются туристические маршруты, создаются объекты показа, стоянки для караванеров, интернет-сайты, мобильные туристические приложения, информационные центры, проводятся событийные мероприятия [4].

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 27.12.2017 г. № 462 о безвизовом посещении сроком до 10 суток приграничных территорий Брестской области, за первые 5 месяцев 2018 года область посетило в безвизовом режиме 4,5 тысячи человек из 46 стран. Новые перспективные виды туризма, – военно-исторический, МІСЕ-туризм, промышленный и кулинарный.

За последние три года в Брестской области создано дополнительно 141 туристический объект, в том числе 14 гостиниц и аналогичных мест размещения (включая 3 хостела и 2

дома охотника), 4 санаторно-курортных и оздоровительных организации, 115 агроусадеб, 8 стоянок для караванеров. Ежегодно проводится более 100 событийных мероприятий туристического интереса, таких как международные фестивали театральный «Белая Вежа» и музыкальный «Январские вечера» в г. Бресте, фольклорный «Мотальскія прысмакі» в Ивановском районе, «Добрые соседи» и фестиваль охотничьей роговой музыки в Беловежской пуше; байк-фестиваль; туристическая выставка в рамках ежегодного международного форума деловых контактов «Брест», фестиваль кузнечного дела в Барановичском районе, международные Балтийские юношеские Игры, и многие другие.

Описание и аргументация инструментов – регионального навигатора «Меню Мероприятий» (Menu of events). Навигатор «Меню Мероприятий» (Menu of events) спроектирован после проведения опроса среди студентов и людей, которые любят путешествовать по Беларуси, а так же среди зарубежных гостей, приезжающих в г. Брест в безвизовом режиме в течении второго полугодия 2018 года. Было выяснено, что как у местных студентов, так и других групп орошенных, бывает желание посетить какие-либо мероприятия, прогуляться по городу, но не всегда находится компания. Опрашиваемые отмечали, что приезжая в другой город хотят узнать интересное «для себя», посетить мероприятия, которые проходят в данный момент – присоединиться к событиям. Однако большинство «попросту не знают как устроен ритм городских мероприятий» и где найти те самые адреса «горячих» мероприятий – проходящих в данное время, к каким ресурсам кроме афиш кинотеатров и театров, концертов обратиться. Таким образом, объединив подобные факты, было принято решение создать навигатор, в будущем, возможно, в форме смарт-приложения, которое помогло бы и тем, кто ищет возможность присоединиться к событиям (туристам, отдыхающим, гостям города) и тем, кто заинтересован в участниках и посетителях (предприниматели – владельцы объектов туристической инфраструктуры, организаторы мероприятий в регионе). При этом особая роль отводится студенчеству – посредничеству между субъектами индустрии гостеприимства и туристами, гостями региона. Студенты должны освоить два вида работ: 1) как лица сопровождающие пользователей навигатора; 2) как кураторы базы данных региональных мероприятий и субъектов сферы гостеприимства, которую необходимо составить и постоянно обновлять.

Ожидается тройной эффект: 1) студенты получают дополнительную занятость и новые контакты; 2) субъекты туристической инфраструктуры получают дополнительный поток посетителей; 3) гости и туристы узнают регион, и по своему выбору проведут время.

В настоящее время различные сайты предоставляют информацию о мероприятиях в городе и регионе, например, virtualbrest.by, brestnote.by и другие. Но после посещения этих сайтов, Вам потребуется зайти как минимум в приложение с картами, чтобы отыскать место проведения и выяснить, как туда добраться. Мы планируем, что, применяя навигатор, пользователи будут просто выбирать интересующие их мероприятия, места посещения и сразу комплектовать свое «меню событий» на все время их пребывания [6]. При этом предполагается услуга трансферта – возможность самостоятельно найти не только мероприятие, но и связаться со студентом, который может сопроводить к месту события.

Ценность для пользователей навигатора будет представлять: 1) самостоятельный подбор программы рекреационных услуг, 2) персональное распределение личного времени поездки. В свою очередь, студенты могут поделиться своим видением города, составить компанию - обменяться мнениями о событии, разнообразить досуг, реализовать чувство патриотизма.

На данный момент навигатор «Меню Мероприятий» (Menu of events) планируется только для г. Бреста – в преддверии 1000-летия города ожидается большой поток туристов, и студенты нашего университета желают участвовать таким образом в приеме гостей – помочь гостям узнать город и достопримечательности, обзавестись новыми знакомыми. В перспективе предстоит налаживание контактов со студентами университетов других городов

Беларуси и за рубежом, чтобы можно было путешествовать и быть уверенным, что «всегда и везде тебя встретят»!

Краткие выводы. Практика последнего десятилетия создала множество «разновидностей» туризма: социальный, деловой, научно-познавательный, семейный, молодежный, религиозный, событийный и т. д.

Активизации научно-образовательного трансграничного туризма реализуется за счет оказания туристических и экскурсионных услуг для участников международных конгрессов, конференций, симпозиумов, международных смотров научно-технических достижений. Количество граждан из других стран, прибывающих в Беларусь с деловыми намерениями, значительно превышает число традиционных туристов - целесообразно развивать деловое и событийное направления туристической отрасли, привлекая студентов.

Предлагаемый навигатор «Меню Мероприятий» (Menu of events) спроектирован на основании опроса и поможет трем социальным группам: тем, кто ищет возможность присоединиться к событиям, и субъектам туристической инфраструктуры; тем, кто заинтересован в участниках и посетителях; студенчеству как участникам в качестве посредников. [5]. При этом мы рассчитываем, что студенты станут кураторами базы данных, которую необходимо постоянно обновлять. Ожидаемый эффект (ценность для потребителей приложения) – самостоятельный подбор программы рекреационных услуг и персональное распределение личного времени поездки. В свою очередь, студенты могут поделиться своим видением города, составить компанию - обменяться мнениями о событии, разнообразить свой досуг, реализовать чувство патриотизма и приверженности ценностям «малой родины». Социальная ценность планируемого проекта: использование средств виртуальной логистики с целью привлечь региональное и местное сообщества к развитию новых объектов туристической инфраструктуры, поощрить инициативу активных студентов к самозанятости.

Литература

1. Боголюбов, В.С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.С. Боголюбов, С.А. Быстров, С.А. Боголюбова. – 2-е изд., испр. и дон. - М.: Издательство Юрайт, 2017. – 320 с.

2. Морозов, М.А. Инфраструктура туризма как базис вовлечения нематериального культурного наследия в индустрию туризма и гостеприимства / М.А. Морозов, П. С.Морозова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т. 11. – № 1. М, С. 43-49.

3. Небелюк, В.В. Технологии виртуальной логистики в практике популяризации проектов малого бизнеса в Беларуси. / Небелюк В.В. // Логистический аудит транспорта и цепей поставок: Материалы международной научно-практической конференции (26 апреля 2018 г.) / отв. Редактор О.Ю. Смирнова. – Тюмень: ТИУ, 2018. – С. 96-104.

4. Небелюк, В.В. Социально-экономические аспекты и роль вузов в развитии туристской деятельности на евразийском пространстве. / Небелюк В.В. // Туризм в Евразийском пространстве: реальности и новые перспективы: Материалы Евразийского научного форума (04 – 05 декабря 2014 г.), Часть II / отв. Редактор М.Ю.Спирина. – С-Пб: МИЭП при МПА ЕврАзЭС, 2014. – С. 167 - 189.

5. Сетевая экономика [Электронный ресурс] URL: http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/29099 (дата обращения: 24.02.2019).

6. Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 9 авг. 2010 г., № 1174 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ

Пунчик Н.Н., ассистент

Белорусский государственный экономический университет, г. Минск

Лавинообразный темп приращения знаний в современных условиях и ограниченные возможности их усвоения составляют основное противоречие современной системы образования. Это противоречие заставляет отказаться от цели подготовки специалиста с полным объемом знаний, и перейти к такой системе обучения, которая способствовала бы максимальному развитию способностей человека к самообразованию. Для достижения этой цели необходимо развивать и совершенствовать саму технологию обучения.

Добиться эффективности управления процессом обучения можно при выполнении следующей системы требований:

определить цели обучения;

- установить уровень предварительных знаний в изучаемой предметной области (входное тестирование);
- определить содержание обучения;
- обеспечить систематическую обратную связь;
- обеспечить переработку информации, полученной по каналу обратной связи, с целью выработки корректирующих воздействий и их реализации.

Одно из главнейших противоречий в педагогической деятельности – противоречие между учебными возможностями обучаемого и тем, что от него требует программа в отведенное время. Практика показывает, что всегда есть обучаемые, для которых программные требования малы, и есть такие, для которых они велики. Как для тех и других согласовать их возможности и предъявляемые к ним требования?

Опорными для разрешения этого противоречия являются следующие положения:

- посильность базового учебного материала для всех обучаемых;
- планирование учебного материала от минимально необходимого уровня до достаточно сложного (с запасом для более сильных обучаемых);
- дифференцированный подход в изучении учебного материала для каждого обучаемого (т.е. сильные могут идти дальше, а те, кто «послабее», не переходят к следующему материалу до тех пор, пока не достигнут необходимого уровня в освоении текущего);
- высокая доля самостоятельности при изучении учебного материала.

Посильность базового учебного материала для всех обучаемых обеспечивается тем, что по каждой теме при планировании изначально выделяется тот минимум знаний, умений, навыков, который необходим для изучения последующих тем. Бездельничанье на занятиях начинается от неуспехов, от непонимания материала, от слишком большой тяжести труда для его усвоения. Посильность (даже, может быть с некоторой точки зрения, чрезмерная) ведет к росту уверенности обучаемого в своих силах, он втягивается в учебный процесс и начинает испытывать от него удовлетворение. Только после этого можно усиливать сложность материала.

Распределение учебного материала от минимально необходимого до очень сложного (с запасом для сильных обучаемых) обеспечивается открытым сверху планированием.

Описываемый нами подход, в отличие от традиционного, при котором на изучение темы выделяется определенное время, а переход к следующей теме происходит независимо от того, как обучаемые усвоили материал текущей темы, предусматривает, что *каждый обучаемый осваивает учебный материал в своем темпе: сильные уходят вперед, кто послабее не переходят к следующему материалу до тех пор, пока не достигнут необходимого уровня в освоении текущего.*

Предлагается концепция преподавания информатики, приведенная на рис. 1.

Концепция преподавания информатики

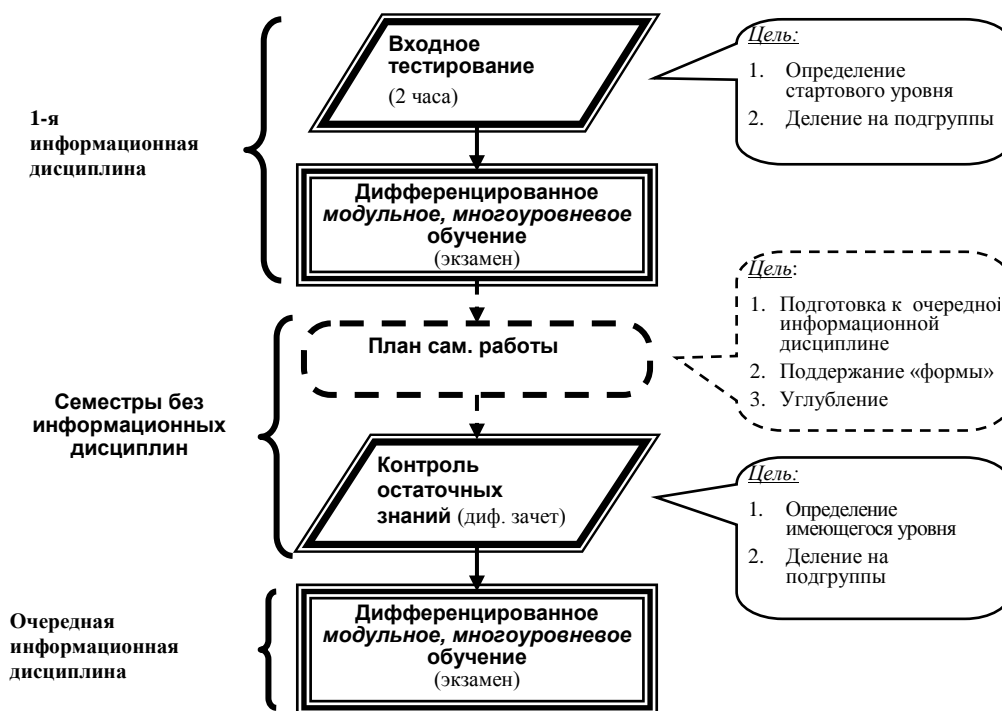


Рис. 1

Основные элементы предлагаемой концепции следующие.

Первое, проведение *входного тестирования*, с целью разбиения на подгруппы не по списку группы, как это делается обычно, а с учетом уровня компьютерной подготовки первокурсников.

Второе, обучение, не традиционное, а основанное на принципах *модульности его содержания, дифференцированного подхода к обучаемым, индивидуализации, многоуровневости*, с учетом стартового (а в дальнейшем, имеющегося) уровня.

Третье, на свободные от информационных дисциплин семестры разработать *планы самостоятельной работы*, для поддержания, совершенствования и углубления знаний, умений и навыков, приобретенных в предыдущих семестрах.

Четвертое, в последней свободной от информационной дисциплины семестровой сессии, проводить контроль знаний (остаточных, полученных самостоятельно), с целью определения имеющихся знаний и разбиения на подгруппы перед очередной информационной дисциплиной.

Предлагается следующий вариант многоуровневого обучения. На первом уровне изучаются самые необходимые темы, причем по минимуму (скажем, на оценку «4-6»), на втором уровне эти же темы углубляются и добавляются новые (до оценки «7-8»), на третьем уровне – дальнейшее углубление пройденных тем и добавление новых (до оценки «9-10»), на четвертом уровне – дальнейшее углубление - спецкурсы, факультативны. При этом на следующий уровень пропускаются только те, кто успешно сдал зачет (например, коллоквиум) по текущему уровню, остальные продолжают изучать материал текущего уровня.

Представляется, что *многоуровневый модульный подход* облегчит планирование занятий для категорий обучаемых с разным объемом часов, например, для заочников проводить обучение только на первом уровне, для других категорий обучаемых до второго уровня, для третьих категорий обучаемых – до третьего уровня и т. д. Здесь можно поднять вопрос и об *открытом сверху тематическом планировании*.

На наш взгляд, предлагаемая концепция преподавания в целом или же ее отдельные элементы могут применяться и на других дисциплинах, но, с учетом специфики предмета, на информатике это сделать легче.

Учебный план и программу следует разрабатывать с учетом блочно-модульного построения, что позволит оперативно реагировать на новые тенденции в развитии содержания образования. Модульная концепция тесным образом связана с такими чертами, как гибкость и вариативность, дифференциация и индивидуализация, что создает условия для развития творческого потенциала личности, способствует повышению качественного уровня образования при минимальной затрате ресурсов на достижение оптимальных результатов.

Литература

1. Кузнецов, А.А. Принципы дифференциации содержания обучения информатике // Информатика и образование. 1997. № 7.
2. Морозевич, А.Н. Стратегия обучения современным информационным технологиям в Белорусском государственном экономическом университете // Труды Третьей международной конференции «Новые информационные технологии в образовании». Том II. – Мн.: изд-во БГЭУ, 1998.
3. Пасевич, В.А. Шкала оценок и открытое тематическое планирование // Информатика и образование. 1997. № 4.
4. Пунчик, Н.Н. Об образовательном стандарте по информатике для юристов // Теория и практика стандартизации образования: Тезисы докладов и выступлений Международной научно-практической конференции. Минск: БГПУ, 2001. – с. 102-104.
5. Пунчик, Н.Н., Пономаренко, В.К. О концепции преподавания информатики // Теория и практика стандартизации образования: Тезисы докладов и выступлений Международной научно-практической конференции. Минск: БГПУ, 2001. – с. 158-161.
6. Пунчик, Н.Н., Пунчик, В.Н. Многоуровневое обучение студентов. // Управление в социальных и экономических системах: VII межд. НПК (16-17 мая 2002 г. Минск). Доклады и сообщения. В 2-х т. Том 1. – Мн.: МИУ, 2002 г. – с. 76-78
7. Пунчик, Н.Н. Концепция преподавания информатики / Актуальные вопросы подготовки специалистов в сфере связей с общественностью и рекламы [Электронный ресурс]: материалы Междунар. науч.-практ. конф., 25 апр. 2014 г. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2014. – Режим доступа: <http://www.elib.bsu.by>, ограниченный. С. 99-103.

МЕТАДЫ АКТУАЛІЗАЦЫІ БЕЛАРУСКА-ФРАНЦУЗСКІХ КАРЭСПАНДЭНЦЫЙ Ў ГАЛІНЕ ФІЛАЛАГІЧНАЙ НАВУКІ І АДУКАЦЫІ

*Разладава М.У., ст. выкладчык
Інстытут прадыпрымальніцкай дзейнасці, г. Мінск*

Грунтоўнае вывучэнне навуковага вопыту любой краіны-партнёра непазбежна прывядзе да аптымізацыі вывучэння, якая заключаецца ў пашырэнні тэматыкі, фарміраванні новых метадаў і прыёмаў даследавання і выкладання адметных гуманітарных рэалій уласнай краіны (гістарычнага шляху, дзяржаўнага будаўніцтва, філасофскіх парадыгмаў, сацыяльнай структуры грамадства, мовы, літаратуры, культуры, псіхалогіі, педагагічнай думкі); адначасова пры актуалізацыі карэспандэнцый паміж Беларуссю і кожнай асобна ўзятай дзяржавай (групай дзяржаў) абавязкова трэба ўлічваць ступень блізкасці гістарычнага, эканамічнага развіцця, палітычнага становішча і інш.

Бясспрэчна, не толькі на занятках па гістарычных, але і эканамічных, філалагічных, мастацтвазнаўчых дысцыплінах студэнтам варта нагадваць, што беларуска-французскія кантакты ў розных сферах маюць шматвекавую гісторыю, пра што сведчыць, у прыватнасці,

вялікая колькасць слоў, запазычаных непасрэдна з французскай мовы (галіцызмаў) або праз яе пасрэдніцтва, у беларускай мове на розных этапах яе развіцця: *адукцыя, камізэлька, колер, парфума* і інш. (звяртаецца ўвага на тое, што ў рускай мове падобныя словы адсутнічаюць або з’явіліся пазней, чым у беларускай); параўн. адпаведна франц. *éducation, chemise* ‘кашуля’, *couleur, parfum*. Пасля Айчынай вайны 1812 гады, паражэння напалеонаўскай арміі ў выніку бітвы на рацэ Бярэзіне ў французскай мове сфарміраваўся выраз *c’est la bérézina* ‘гэта бярэзіна’, які азначае ‘поўны правал, катастрофа’; у беларусаў склалася прыказка *Грэўся француз у Маскве, а замярзаў на Бярозе*. У міжваенны перыяд і асабліва пасля Перамогі над нямецкім фашызмам (у другой палове XX стагоддзя), нашы эканамічныя, адукацыйныя і культурныя стасункі пастаянна ўзмацняліся.

На занятках ва ўстановах вышэйшай адукацыі па лінгвістычных дысцыплінах, можна прапанаваць навучэнцам наступныя заданні:

1. Паводле ”Анамастычнага слоўніка мовы твораў Якуба Коласа“ назва Францыя (гл. артыкул ФРАНЦЫЯ) ужываецца 10 разоў у апавяданні “Між дзвюх рэчак”, аповесці “Дрыгва”, 3 артыкулах, 1 запісе ў дзённіку “Гаворыць Клязьма”, 10 артыкулах, 1 лісце.

Вызначыце паводле названага слоўніка, у якіх творах Я.Коласа і колькі разоў ужываюцца:

- 1) назва Францыя;
- 2) гістарычныя або сучасныя географічныя назвы на тэрыторыі Французскай Рэспублікі;
- 3) імёны і прозвішчы грамадскіх, палітычных і культурных дзеячаў Францыі.

Пацвердзіце адказ цытатамі з твораў пісьменніка. Для выканання гэтага задання можна выкарыстаць любое выданне Збору твораў Я.Коласа; падрыхтаваны матэрыял мэтазгодна пакласці ў аснову сцэнарыя вечара “Якуб Колас і свет” або праграмы круглага стала на тэму “XX стагоддзе: міжваенны перыяд вачыма беларускіх песняроў”.

2. У ”Слоўніку іншамойных слоў“ А.М.Булыкі, іншых даведчаных крыніцах знайдзіце тлумачэнні слоў:

- а) французскага паходжання, якія абазначаюць адметныя французскія рэаліі;
- б) французскага паходжання, якія абазначаюць рэаліі, характэрныя, акрамя Францыі, для іншых еўрапейскіх краін;
- в) запазычаных не з французскай мовы, але якія абазначаюць адметныя французскія рэаліі;
- в) запазычаных з заходнееўрапейскіх моў праз пасрэдніцтва французскай.

Складзіце сказы з гэтымі словамі.

Ці заўсёды можна даказаць, што якое-н. слова з’яўляецца галіцызмам (мае французскае паходжанне)?

3. У ”Этымалагічным слоўніку фразеалагізмаў“ І.Я.Лепшава знайдзіце ўстойлівыя выразы:

- 1) калькі (паўкалькі) з заходнееўрапейскіх (у тым ліку старажытнагрэчаскай і лацінскай) моў, калі пры тлумачэнні выразаў падаюцца адпаведнікі з французскай мовы;
- 3) непасрэдных запазычанні, калькі, паўкалькі з французскай мовы.

4. Прывядзіце прыклады, калі адзін і той жа гукавы комплекс або блізкія па гучанні гукавыя комплексы ў розных мовах маюць аднолькавае або рознае значэнне. Як суадносіцца аб’ём паняцця, названага беларускім словам, з аб’ёмам паняцця, названага тым жа гукавым комплексам у французскай мове:

беларускае слова і адпаведнае слова ў французскай мове абазначаюць аднолькавыя паняцці;

беларускае слова ў параўнанні з тым жа гукавым комплексам у французскай мове абазначае вузейшае паняцце;

беларускае слова ў параўнанні з тым жа гукавым комплексам у французскай мове абазначае шырэйшае паняцце;

беларускі і французскі назоўнікі, аднолькавыя ці блізкія па гучанні, адносяцца да рознага роду (ліку);

адно і тое ж слова (спалучэнне слоў) у розных мовах адрозніваецца злітным, паўзлітным або асобным напісаннем;

у розных мовах словы аднолькавага ці блзкага гучання абазначаюць зусім розныя паняцці.

5. У энцыклапедыі “Беларуская мова” (1994) знайдзіце артыкулы:

1) прысвечаныя французскім вучоным – даследчыкам славянскага (у тым ліку беларускага) мовазнаўства;

2) прысвечаныя розным раздзелам беларускага мовазнаўства, дзе закранаюцца пытанні беларуска-французскага моўнага ўзаемаўплыву.

Зрабіце па гэтых артыкулах кароткія паведамленні.

6. У беларускамоўных навуковых, грамадска-палітычных і іншых перыядычных выданнях (“Веснік БДУ“, “Роднае слова“) знайдзіце:

артыкулы (мовазнаўчыя, літаратуразнаўчыя, фалькларыстычныя і інш.) беларускіх вучоных, прысвечаныя праблемам філалагічнай кампаратывістыкі, дзе, у прыватнасці, падаюцца прыклады з французскай мовы;

артыкулы (мовазнаўчыя, літаратуразнаўчыя, фалькларыстычныя і інш.), непасрэдна прысвечаныя беларуска-французскім філалагічным карэспандэнцыям;

артыкулы на беларускай мове па іншых галінах навукі (філасофскія, палітычныя, гістарычныя, эканамічныя і інш.), прысвечаныя праблемам беларуска-французскіх кантактаў у розных сферах дзейнасці.

Напішыце рэцэнзію на адну з гэтых прац.

7. На дзяржаўных сцягах Рэспублікі Беларусь і Французскай Рэспублікі змяшчаюцца палосы белага і чырвонага колераў. У тлумачальных слоўніках беларускай і французскай моў знайдзіце і прааналізуйце слоўнікавыя артыкулы, прысвечаныя прыметнікам *чырвоны*, *белы*, *rouge*, *blanc*, вытворным ад іх назвам, а таксама адпрыметнікавым найменням чырвонага і белага колераў. Наколькі ўдалымі, на Вашу думку, з’яўляюцца гэтыя артыкулы з пункту гледжання тлумачэнняў, экзэмпліфікацыі, падачы фразеалагізмаў і састаўных тэрмінаў, што ўключаюць названыя прыметнікі? Якія варыянты слоўнікавых артыкулаў прапанавалі б Вы?

Падрыхтуйце паведамленне на тэму “Пераемнасць праз які: чырвоны і белы колеры ў традыцыйнай сімволіцы беларусаў і французцаў і ў дзяржаўнай сімволіцы Рэспублікі Беларусь і Французскай Рэспублікі”.

8. Карыстаючыся сайтамі ўстаноў вышэйшай адукацыі (БДУ, БДПУ, МДЛУ і інш.), падрыхтуйце паведамленне на тэму “Францыя ў адукацыйнай прасторы Беларусі”, адказаўшы на наступныя пытанні:

1) Ці функцыянуюць ва ўстанове вышэйшай адукацыі (УВА) факультэты, кафедры, іншыя структурныя падраздзяленні, што адказваюць за падрыхтоўку кадраў, асноўнай (другой) для якіх з’яўляецца спецыяльнасць “французская мова” (“французская філалогія”)? Якая спецыяльнасць з’яўляецца пры гэтым другой (першай)?

2) Ці працуюць ва УВА спецыялісты з Французскай Рэспублікі?

3) Ці ёсць сярод выкладчыкаў і супрацоўнікаў УВА тыя, хто абараніў кандыдацкія дысертацыі па праблемах французскай філалогіі, мастацтва, гісторыі, метадыкі выкладання французскай мовы, беларуска-французскіх узаемаадносін?

4) Ці дзейнічаюць ва УВА факультатывы, курсы па вывучэнні французскай мовы?

5) Ці праводзяцца ва УВА гутаркі, семінары, круглыя сталы, вечары, святы, у якіх актуалізуецца франкафонная тэматыка?

6) Ці навучаюцца ва УВА студэнты, аспіранты, стажоры з Рэспублікі Польшча? Ці мае хто-небудзь з іх беларускае паходжанне? Які ўдзел яны прымаюць у грамадска-палітычным, навуковым і культурным жыцці УВА?

Мяркуецца, што поспехам у студэнтаў будуць карыстацца лекцыі-гутаркі (з выкарыстаннем вершаў у перакладзе на беларускую мову, аўдыё- і відэазапісаў музычных твораў), віктарыны, прысвечаныя славетным польскім творцам. Пры гэтым варта акцэнтаваць увагу, што некаторыя з пісьменнікаў, кампазітараў, палітычных і навуковых дзеячаў нарадзіліся на тэрыторыі сучаснай Беларусі, а ў другой палове XX стагоддзя французская літаратура, кінематограф і музычнае мастацтва карысталася вялікай папулярнасцю ў былым СССР, у тым ліку ў Беларусі.

Праца па актуалізацыі гуманітарных, у тым ліку філалагічных, карэспандэнцый паміж Беларуссю і Францыяй, як і з іншымі замежнымі краінамі, у сістэме вышэйшай адукацыі заклікана садзейнічаць развіццю агульнай эрудыцыі студэнтаў, іх прафесійных кампетэнцый, гарманізацыі суадносін нацыянальнага і інтэрнацыянальнага ў працэсе фарміравання асобы будучага спецыяліста.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

*Славинская Н.В., магистр, научный сотрудник
Институт предпринимательской деятельности, г. Минск*

Человеческие ресурсы понимаются как совокупность работников, трудоустроенных в конкретной организации. Важно то, что именно человеческие ресурсы определяют, каким образом будут использованы другие ресурсы, находящиеся в распоряжении предприятия. Одной из областей управления предприятием является управление персоналом, определяемое в литературе как стратегический и комплексный подход к управлению людьми, которые являются самым важным ресурсом любой организации. Оно ориентировано на интеграцию основных общих целей организации с целями каждого работника, вытекающими из его потребностей.

Подход к этому типу управления одновременно рассматривается и как метод управления занятостью, которая стремится к достижению конкурентного преимущества предприятия, вытекающего из стратегического размещения вовлеченных и квалифицированных работников, используя различные культурные, структурные и кадровые техники. Таким образом, управление человеческими ресурсами означает совокупность действий, связанных с распоряжением имеющимися у данной организации человеческими ресурсами, предпринимаемыми для достижения ее целей [1].

Проблема управления человеческими ресурсами является весьма актуальной из-за особой роли персонала в любой организации, стремящейся к развитию и эффективной деятельности на рынке.

Нельзя не согласиться с российским ученым В.Л. Иноземцевым в том, что роль человека в современной системе радикально отличается от той, которую он играл в индустриальной экономике. Приходит осознание того, что главным ресурсом становятся творческие возможности личности, ее способности к генерированию нового знания и информации. При этом необходимо учитывать, что для эффективной реализации этого ресурса следует в значительной степени пересмотреть общие принципы обеспечения деловой активности, а также сам характер мотивов и стимулов [2].

На поведение сотрудников помимо их личных качеств и внешней среды организации, влияет также и внутренняя организационная среда и составляющая ее – организационная культура.

Организационная культура в управлении – это то, что объединяет ценности и нормы, принятые в организации, стиль управления и развития. Под влиянием организационной культуры формируется поведение сотрудников, т.к. это система коллективно разделяемых убеждений и образцов поведения, которые придают общий смысл действиям, направленным на достижение целей организации.

Таким образом, для качественного управления организационным поведением и реализации целей организации необходима организационная этика, а понимание природы социально-психологических механизмов делает процесс формирования корпоративной культуры эффективным механизмом управления организационным поведением.

К. Бланшар в своей книге «Лидерство: к вершинам успеха» пишет, что управление на высоком уровне представляет собой процесс достижения значимых результатов при действии с уважением, заботой и честностью ради благополучия всех участников, ведь люди – самый важный ресурс любой организации.

Литература

1. Цыбовский, В.Л. Управление человеческими ресурсами в сфере коммерческого предпринимательства: теория и методика развития / В.Л. Цыбовский, 2018 г. – Мн.: «Ковчег» – 306 с.

2. Иноземцев, В.Л. Наука, личность и общество в постиндустриальной действительности // Российский химический журнал. Том XLIII. 1999. №6.

3. Сиваков, Ю.Л. Общественный порядок в постиндустриальную эпоху / Ю.Л. Сиваков // Вести Института предпринимательской деятельности, - 2017. - № 1(16). – С. 15 - 23.

4. Бланшар, К. Лидерство: к вершинам успеха / Пер. с англ. под ред. Т.Ю. Ковалевой. – СПб.: Питер, 2011. – 368 с.

ДИСТАНЦИОННОЕ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Соколовская М.Г., ст. преподаватель

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Брест

Адекватные ответы на глобальные социально-экономические реалии конца XX-начала XXI века возможны только в случае повышения качества обучения и использовании новейших образовательных технологий.

В белорусских обстоятельствах получение современных профессиональных компетентностей ограничено преимущественно четырьмя факторами: 1) отсутствием в высших учебных заведениях достаточного количества специалистов, владеющих современными знаниями; 2) слабой интегрированностью учебных заведений в европейский и мировой образовательный процессы; 3) отсутствием возможности обучения у ведущих профессоров Европы; 4) ограниченным использованием в учебном процессе новых образовательных технологий, учитывающих специфику и возможности информационного общества с активным использованием информационно-коммуникативных технологий (ИКТ).

Одним из способов преодоления подобных ограничений является применение в современной Беларуси системы дистанционного высшего образования (ДВО) на базе авторитетных европейских университетов, что позволит студентам и специалистам из РБ получить качественное европейское образование с минимальными для них финансовыми издержками и без необходимости длительного пребывания за пределами Беларуси, что, в свою очередь, повысит качество принимаемых в стране решений в различных социально-экономических сегментах.

Для определения перспективности подобного формата обучения в РБ было проведено социологическое исследование, в ходе которого опрошено 510 человек, имеющих непосредственное отношение в системе высшего образования (преподаватели университетов составили 19% респондентов, а студенты – 73%), представляющие все регионы Беларуси.

Следует отметить, что белорусской экспертной общественностью система высшего образования РБ воспринимается в целом позитивно. Только 12,1% опрошенных отметили, что в стране невозможно получить хорошее высшее образование. С другой стороны, лишь 10,5% респондентов уверены в том, что белорусские университеты дают качественное образование. Подавляющее же число лиц, принявших участие в социологическом опросе (71,4%), отметили, что хорошее образование возможно только по отдельным специальностям, как правило, связанных либо с отдельными техническими специальностями, либо со сферой культуры и искусства. Действительно, существует солидарное экспертное мнение о том, что в РБ высокими являются образовательные стандарты, например, в сфере подготовки IT-специалистов или музыкальных работников.

Что же препятствует получению качественного образования в РБ по большинству специальностей? Так, 25,0% респондентов, а это студенты и преподаватели, полагают, что в университетах страны отсутствует подготовка по некоторым современным специальностям.

По мнению 65,2%, опрошенных, важным «препятствием» получения качественного образования являются ограниченные связи белорусских университетов с университетами европейскими и американскими, которые являются своеобразными кладями современных знаний и эффективных образовательных технологий.

Существенное число респондентов (62,0%) указали в качестве «препятствия» функционирования и развития системы высшего образования – бюрократизацию учебного процесса. Действительно, в белорусских университетах наличествует достаточно большое количество органов преподавательского и студенческого самоуправления, однако их деятельность зачастую носит формальный характер и находится под контролем руководства.

Известно, что система высшего образования в РБ на протяжении многих лет находится в режиме недофинансирования. Все это не может приводить к снижению качества преподавания и ветшанию ее материальной базы. Поэтому закономерным образом в ходе опроса 35,8% респондентов указали на слабую учебную и материально-техническую базу университетов. Речь при этом идет не только и не столько об отсутствии новейших технических устройств, сколько о том, что с каждым годом сокращается финансирование библиотек.

В университетах существует преподавательский корпус, который, как известно, обладает известной автономией. Данное исследование показывает, что в своем большинстве преподаватели по-прежнему мотивированы на педагогические достижения. Поэтому относительно небольшое количество респондентов констатировали наличие проблем, производных исключительно от них, «доцентов с кандидатами». Так, 17,5% опрошенных отметили зависимое от них устаревшее содержание курсов, а 11,1% в целом констатировали низкий уровень преподавания. Очевидно, что эти цифры были бы еще ниже, если бы не учебная перегрузка преподавателей, на что указали 13,7% опрошенных.

Какие специальности потенциально могут быть востребованы в РБ, полученные в формате дистанционного высшего образования?

В ответах преобладают экономико-финансовые специальности. Так, отвечая на подобный открытый вопрос, 43,6% респондентов назвали изучение экономики, 39,6% – менеджмента, 37,8% – финансовой деятельности. Казалось бы, в Беларуси «мода» на экономические дисциплины должна была уже давно пройти, да и белорусскими вузами как государственными, так и негосударственными, выпущено «экономистов» и «финансистов» столь огромное количество. Думается, что главная проблема – это качество преподавание экономических дисциплин.

В полной мере это касается и политологии: 30,0% респондентов высказались за возможность изучения политологии как раз в системе ДВО.

Вызвало некоторое удивление и то, что достаточно большое число опрошенных (28,4%) высказались за изучение в подобном формате IT-технологий и 23,4% – иностранных языков, поскольку в РБ существует хорошая практика изучения этих специальностей. Последующий анализ показал, что здесь речь идет о получении не первого образования, а второго, о повышении уже существующей квалификации. Действительно, владение IT-технологиями и иностранными языками уже является обязательным атрибутом любой современной специальности и технологично ее получать как раз «на расстоянии», дистанционно.

Привлекательность изучения правоведения выражена гораздо слабее изучения экономических дисциплин: за его дистанционное изучение высказались 10,0% респондентов.

Важно отметить и то, что, согласно полученным социологическим данным, потребители образовательных услуг в рамках ДВО в своем подавляющем большинстве ориентированы на то, чтобы использовать полученные знания в своей стране. Так, 35,1% респондентов безусловно уверены, что смогут впоследствии найти работу в РБ по полученным специальностям, в то время как только 7,7% думают, что нет. 53,0% опрошенных полагают, что это удастся сделать только по некоторым специальностям. Очевидно, что экономические специальности в стране будут по нарастающей востребованы по мере усиления рыночного начала в белорусской экономике и ее интеграции в мировую экономическую систему.

Граждане РБ постепенно привыкают к тому, что получение высшего образования, тем более, качественного, сопряжено с несением финансовых издержек. Оптимистическим для организаторов дистанционного высшего обучения является тот факт, что только 5% респондентов рассчитывают на получение бесплатного образования. Почти половина опрошенных (48,7%) вполне допускает в этом формате и платное обучение. Еще для трети их них (32,1%) платность в принципе допустима, но многое зависит от ее величины. Очевидно, что белорусы в своем большинстве имеют невысокие доходы. 15,1% готовы нести финансовые обязательства, но здесь все зависит от приобретаемой специальности.

Важной является выделение групп потребителей образовательных услуг в формате ДВО. Наибольший к ним интерес проявляют молодые люди, стремящиеся по понятным причинам к получению качественного образования. Вторая группа – это персоны, уже имеющие высшее образование, но стремящиеся повысить свою квалификацию, в том числе и в смежных специальностях. Например, «экономисты» или «политологи», ориентированные на обучение иностранным языкам и/или IT-технологиям. Третью составляют представители малого и среднего бизнеса, заинтересованные в современных экономических компетенциях. Четвертую – персоны, лишенные по тем или иным причинам возможности получить высшее образование в РБ.

РОЛЬ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКОВ САМООБРАЗОВАНИЯ СТУДЕНТОВ

Сороко Н.Ф., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

В наши дни возрастает интерес к проблеме самообразования, творческой активности и инициативы студентов. В процессе формирования навыков самообразования существенную роль играет самостоятельная работа. Все самостоятельные работы, предлагаемые в современных материалах по высшей математике, можно применять в основном на этапе закрепления знаний. Значительно реже – на этапе подготовки студентов к

восприятию нового материала. В то время как психологами установлено, что знания, полученные студентами в результате самостоятельной деятельности, гораздо прочнее и глубже.

Если в основу классификации самостоятельных работ кладется не внешняя форма деятельности студентов, а характер их умственной деятельности, то их можно разделить на следующие виды:

- Самостоятельные работы по образцу. Уровень познавательной активности и самостоятельности не выходит за рамки воспроизводящей деятельности.
- Реконструктивные самостоятельные работы. Протекают на уровне преобразования структуры учебного текста и наличного опыта решения.
- Вариативные самостоятельные работы. Содержат познавательные задачи и требуют анализа незнакомой проблемной ситуации.
- Творческие самостоятельные работы. Предполагают непосредственное участие в производстве принципиально новых знаний и умений.

Разработка самостоятельных работ по высшей математике имеет большое значение, так как она является необходимым условием развития самостоятельности гражданина нашего общества. Однако сама по себе система самостоятельных работ не определит успеха преподавания. Необходимо еще знание основных методических принципов, руководствуясь которыми можно обеспечить эффективность самостоятельной работы.

Приступая к изучению некоторого раздела, выделяю основные понятия и идеи. Опираясь на связи с ранее изученным материалом, определяю, какие из основных понятий и идей буду давать студентам в готовом виде, а какие студенты приобретут в процессе самостоятельной работы. При этом можно руководствоваться следующим:

Если изучаемый материал совершенно новый, не имеет опоры в предшествующем познавательном и практическом опыте или по своему содержанию сопряжен с большими трудностями для восприятия, то наиболее эффективно такое сочетание, когда преподаватель излагает учебный материал, а студенты его самостоятельно закрепляют. Если же изучаемые вопросы органически связаны с предшествующим познавательным и практическим опытом студентов и основные понятия вытекают из ранее изученного материала, а также применяются приемы самостоятельной работы, которыми студенты уже владеют, то результативна такая самостоятельная работа, при которой роль преподавателя ограничивается ее организацией и управлением.

Немалую трудность можно испытать при проверке самостоятельных работ, особенно если они проводятся на каждом занятии. В своей практике исхожу из того, что все работы проверить невозможно, да и не нужно. Но важно после каждой из них организовать обсуждение, выяснение затруднений. Удобно использовать проверку с помощью мультимедийного проектора, иногда применяю выборочную проверку.

Однако самостоятельные работы, целью которых является проверка знаний и умений, должны быть проверены и оценены у каждого студента. В этом случае можно использовать приемы: самопроверка, парная взаимопроверка, проверка с помощью группы контроля, в которую входят наиболее сильные студенты.

Самостоятельная работа должна быть важной составной частью всего процесса обучения. Успех формирования навыков этой работы достигается не эпизодической организацией отдельных видов самостоятельной работы, а системой, которая позволяет активизировать познавательную деятельность студентов.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Суходольская Т.Г., к.э.н., доцент

Железовская Т., студентка 5 курса

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Современный уровень производства не может развиваться без эффективных мотивационных систем персонала, которые должны постоянно совершенствоваться под влиянием экономических и политических условий. Сегодня на рынке можно купить конкурентный товар, но купить на рынке конкурентоспособность и стимулы к ней невозможно. Поэтому отечественным предприятиям приходится самостоятельно искать наиболее подходящие и действенные методы организации труда.

Мотивация работников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом. Ориентация их на достижение целей организации по существу является главной задачей руководства.

Наиболее эффективной считается такая система мотивации, при которой в соответствии с возможностями компании и потребностями сотрудников разработаны и реализуются разнообразные формы мотивации.

Среди методов мотивации персонала имеется широкое разнообразие и зависимость от проработанности системы мотивации на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия.

В ходе наших исследований был выявлен ряд недостатков в системе развития мотивации кадрового потенциала ОАО «Красный пищевик»:

возможности самореализации персонала;

проблемы формирования кадрового резерва;

малое стимулирование к самостоятельному развитию персонала.

Большинство руководителей предприятия считают, что работника при прохождении переобучения необходимо отрывать от производства, при этом они признают, что фактор обучения важен и в дальнейшем положительно скажется на производстве, так как оборудование постоянно модернизируется, также они понимают, что следует часть персонала отправлять на профессиональное обучение.

Формирование фактического кадрового резерва в ОАО «Красный пищевик» практически не предусмотрено. Резерв персонала формируется из стажеров на предназначенную должность, в случае, если руководителя не устраивает по какой-либо причине работник, и он планирует его уволить. В силу того, что трудно бывает найти равноценную замену увольняющемуся работнику, стажер может определенное время оставаться заменой на вакантной должности.

Вопросы самостоятельного развития кадров изучались с помощью анкетирования специалистов ОАО «Красный пищевик». В результате обработки анкет было выявлено, что несмотря на то, что 42 % респондентов не видят собственного развития в той сфере деятельности, где они работают сейчас, не удовлетворены своей карьерой только 25 % от всех опрошенных сотрудников. К самостоятельному развитию работников ОАО «Красный пищевик» стимулирует – стремление к профессиональной самореализации (48 %); возможность повышения материального дохода и изменения статуса (25 %); карьерные успехи кого-либо из окружающих (22 %); 5 % опрошенных отметили отсутствие стимула.

Для решения данных проблем были предложены следующие мероприятия:

1. Развитие мотивации персонала через проведение тренингов семинаров, деловых игр. Система профессиональных тренингов, призванная для формирования профессиональных навыков, необходима для той или иной профессии. Лекции, которые проводят руководители подразделений по основным направлениям деятельности, и

семинары, с привлечением специалистов из сторонних организаций, создадут условия для мобильности, мотивации и саморегуляции работника, а также самореализации персонала. Тренинг общения – посредством данной программы работники быстрее привыкают к условиям новой работы, налаживая хорошие взаимоотношения с коллективом. Проведение профессиональных игр, стимулирует развитие личных и деловых качеств сотрудников. Развитие персонала по карьерной лестнице положительно влияет на мотивацию сотрудников, оказывает непосредственное влияние на финансовые показатели организации, а также обеспечивает более благоприятный климат в коллективе и преемственность в управлении.

2. Формирование мотивации через развитие резерва персонала организации.

– Выдвижение кандидатов на базе критериев и принципов формирования. Ответственными за выдвижение кандидатов являются их прямые руководители, сотрудники службы персонала также могут участвовать в этом процессе. Наилучший вариант – когда за выдвижение сотрудников в кадровый резерв несет ответственность линейный менеджер, т. к. именно он может наиболее адекватно оценить возможности работника.

– Создание совместных списков кандидатов для кадрового резерва. Списки создаются сотрудниками службы персонала на базе взглядов линейных менеджеров.

– Психодиагностические мероприятия с целью установления вероятных возможностей кандидатов для резерва, лидерских качеств, психологических, персональных свойств, степени мотивации и лояльности, а также реального отношения к поступлению в кадровый резерв. Для данной цели возможно использовать многообразные методы. Самыми эффективными являются интервью и оценочные деловые игры, а самым экономичным по времени и сомнительным по результатам – психологическое тестирование. По результатам представленных мероприятий составляются личностно-психологические характеристики, рекомендации и прогнозы. Данный этап предполагает искусственный (по результатам психодиагностических мероприятий и испытаний) и естественный отбор, когда кандидат по каким-либо обстоятельствам сам отказывается от приема в кадровый резерв.

– Создание итоговых (или уточненных) списков работников, принятых в кадровый резерв, с конкретным указанием резервируемой должности.

– Официальное одобрение списков приказом генерального директора организации. Конечно, процесс создания кадрового резерва может трансформироваться. Численность стадий может меняться в зависимости от выбранной модели формирования резерва конкретной организации. Формирование кадрового резерва на предприятии станет новой ступенью в его работе и развитии.

3. Разработка эффективной системы стимулирования к самостоятельному развитию с помощью наставничества, а так же разработки и принятия положения о развитии персонала.

Материальная и психологическая поддержка со стороны руководства, позволит сотрудникам организации почувствовать себя намного увереннее в себе и выборе своей профессии, а так же выполнять поставленные перед ними организацией цели и задачи, и стремиться к собственному развитию, для достижения лучших результатов.

Необходимость развития персонала в ОАО «Красный пищевик» связана с ускорением процесса устаревания ранее полученных знаний и накопленных умений и навыков. Для непрерывного развития человеческого потенциала работникам необходимо поддерживать и совершенствовать свои знания и навыки в течение всей трудовой жизни, а организации формировать кадровый резерв и умело руководить карьерным ростом работников.

При правильном подходе новая система развития мотивации ОАО «Красный пищевик» позволяет устранить слабые стороны во всей деятельности организации. Система развития персонала, очень важная составляющая в работе всей организации, те организации, которые уделяют должное внимание данному вопросу, могут значительно повысить свой экономический уровень.

Литература

1. Кирхлер, Эрих Мотивация в организациях / Эрих Кирхлер , Криста Родлер. – М.: Гуманитарный центр, 2018. – 144 с.
2. Кобьелл, Клаус Мотивация в стиле ЭКШН. Восторг заразителен / Клаус Кобьелл. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 920 с.
3. Энкельманн, Н.Б. Власть мотивации. Харизма, личность, успех / Н.Б. Энкельманн. – М.: Омега-Л, 2018. – 680 с.

АКТУАЛИЗАЦИЯ ТРЕНИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОРПОРАТИВНОМ ОБУЧЕНИИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Тарасенок З.Н., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Индустрия гостеприимства, объединяющая гостиничный, туристический и ресторанный бизнес, – одна из самых динамично развивающихся во всем мире. В современных условиях конкурентного бизнеса требования к профессиональным и личностным качествам сотрудников становятся все более высокими. Наиболее жизнеспособной становится кадровая политика предприятий индустрии гостеприимства, которая основывается не только на привлечении уже высококвалифицированных специалистов и опытных работников, но и на постоянном обеспечении процесса развития компетенций собственных трудовых коллективов и формирования лояльности работников к организации-работодателю.

Организация обучения персонала традиционно является одной из основных функций HR отдела в организации. Необходимость в непрерывном обучении сотрудников предприятия индустрии гостеприимства обусловлена несколькими факторами. Прежде всего, своеобразие корпоративных культур современных организаций затрудняет спонтанную адаптацию новых сотрудников, необходимы специальные мероприятия, направленные на приобщение недавно работающих специалистов к корпоративным правилам поведения в компании. Знаний, полученных в ВУЗе, молодому специалисту, пришедшему на рабочее место, в среднем хватает на 2-3 года (знания устаревают), а практических навыков работы зачастую недостает с самого начала профессиональной деятельности. Таким образом, существует внутренняя потребность в обучении у самих сотрудников. Кроме того, в процессе непрерывного обучения сотрудников решается одна из важнейших задач поддержания конкурентоспособности компании на рынке – формирование компетентного, лояльного к организации коллектива. Так как, чем компетентнее и профессиональнее работающие в компании сотрудники (человеческий капитал), тем выше ее интеллектуальный капитал в целом.

Стоит отметить важность непрерывного образования на всех уровнях функционирования предприятий индустрии гостеприимства в условиях постоянного технологического обновления бизнес-процессов. Направленность руководства предприятий индустрии гостеприимства на развитие своего персонала дает ощутимые конкурентные преимущества, выраженные, в конечном итоге, в конкретных бизнес-показателях.

В последние годы наилучшим образом зарекомендовали себя тренинговые технологии, как обучающие мотивирующие технологии для повышения компетенций работников, которые активно используются в практике европейской и американской систем туристского образования, являющихся общепризнанными в мире. Поэтому, анализ опыта данных систем образования, является крайне полезным.

Сильной стороной европейского образования является чередование теоретических и практических занятий, которые могут реализовываться как в тренинговых центрах при

образовательных учреждениях, так и непосредственно на предприятиях туристической индустрии в форме стажировок, предусмотренных учебной программой.

Принципиальным отличием европейской системы профессионального туристского образования является сосредоточение при образовательном учреждении специализированных учебно-практических подразделений или тренинговых центров, характеризующихся наличием специально оборудованных производственных помещений, предназначенных как для практического обучения, так и для реальной работы баров, ресторанов, гостиниц, туристских компаний. Принципиальное отличие европейской образовательной системы от американской состоит в том, что приоритет отдается базовой профессиональной практической подготовке. В настоящее время получили распространение тренинг-семинары, интенсивные курсы, летние школы и другие виды образовательных услуг.

Американская система профессионального туристского образования имеет ряд схожих черт с европейской системой профессионального туристского образования, но и некоторые отличия. Сильной стороной американской образовательной системы является тесная интеграция с общественными профессиональными организациями. Традиционными формами американского образования являются интенсивные курсы и дистанционные образовательные программы, а также система постоянного контроля успеваемости и полученных знаний и навыков.

Краткий обзор основных зарубежных систем туристского образования позволяет сделать вывод о необходимости внедрения тренинговых практических занятий в практику предприятий туристической индустрии. Если раньше элементы тренингов использовались лишь в некоторых гостиничных цепях, то сейчас практически на каждом предприятии индустрии гостеприимства периодически проходят тренинги, которые ведет внутренний или приглашенный специалист. В профессиональном образовании, в настоящее время, ставка должна делаться не только на обучение эффективному управлению для получения прибыли предприятием туристической индустрии, но и на осознание роли «гостей» и «сотрудников» и обучению формирования атмосферы гостеприимства на предприятиях отрасли, что возможно эффективно и быстро достичь путем организации соответствующих тематических тренингов.

Литература

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг., С. Тейлор – СПб.: Питер, 2018. – 1040 с.
2. Бикташева, Д.Л. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т.С. Жданова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 272 с.
3. Друкер, П. Эффективный руководитель / П. Друкер – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240с.
4. Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Шевченко Е.П., доцент

Институт предпринимательской деятельности, г. Минск

Правовое обеспечение системы управления человеческими ресурсами – часть системы управления персоналом, выражающееся в создании и использовании средств правового влияния на нанимателей и сотрудников с целью обеспечения высокого результата деятельности организации, реализации прав и обязанностей сторон трудовых

правоотношений. Такими средствами правового влияния являются нормативно-правовые акты, которые включают законодательство общегосударственного значения и акты локального характера, регулирующие трудовые отношения в организации.

Среди норм права, имеющих внешнюю форму выражения, следует отметить Трудовой кодекс, являющийся фундаментальной основой трудового права и содержащий нормы, регулирующие порядок разрешения индивидуальных трудовых и связанных с ними отношений.

При этом, основным предметом трудового права являются именно трудовые отношения, которые возникают на основании одностороннего акта нанимателя, юридически оформляющего факт приема работника в организацию при заключении трудового договора (контракта). И если трудовой договор представляет собой соглашение об условиях работы, то издаваемый правовой акт нанимателя вытекает из норм административного права, устанавливающих полномочия администрации не только в данных вопросах, но и в таких областях, как применение дисциплинарных взысканий, обеспечение права работника на отпуск, выход на пенсию и пр.

Закон "О государственной службе в Республике Беларусь" занимает значительное место в решении вопросов по подбору кадров и прохождения службы должностными лицами, их прав, обязанностей и ответственности, проведения конкурсов и аттестаций, присвоения классов чин и т.д. Административным (управленческим) правом регламентируются полномочия администрации в процессе руководства производством и деятельностью государственных служащих; в итоге, в государственно-служебных отношениях нормы административного и трудового права тесно взаимосвязаны, и не всегда возможно точно определить проходящую между ними грань.

Акты Президента (декреты, указы) содержат нормы управления, которые могут иметь не только общий характер (то есть, распространяться на организации любых форм собственности и организационно-правовых форм, а также на граждан), но и надведомственный характер, что выражается в распространении юридического действия на организации независимо от их подчиненности. К ним можно отнести Декрет Президента Республики Беларусь от 26.07.1999 № 29 "О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины", Декрет Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2014 г № 5 "Об усилении требований к руководящим кадрам и работникам организаций".

Ведомственная подчиненность может выражаться в юридической значимости данных актов только в определенной системе, примером чего может являться Положение о прохождении службы в органах прокуратуры Республики Беларусь, утвержденное Указом Президента Республики Беларусь от 27 марта 2008 года № 18; Дисциплинарный устав органов и подразделений по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь, утвержденный Указом Президента Республики Беларусь от 31 августа 1999 г. № 509; Дисциплинарный устав органов внутренних дел Республики Беларусь, утвержденный Указом от 29 марта 2003 г. № 218, Дисциплинарный устав таможенных органов Республики Беларусь, утвержденный Указом Президента Республики Беларусь от 9 марта 2011 № 98.

Совет Министров принимает акты управления (в том числе, по вопросам управления человеческими ресурсами в любой отрасли экономики страны) в форме постановлений, это коллегиальные нормативные правовые акты, принимаемые на его заседаниях или заседаниях Президиума Совета Министров. Министерства, государственные комитеты и комитеты при Совете Министров, иные республиканские органы издают приказы и инструкции, стандарты, методические указания, рекомендации, нормы и правила.

Содержатся нормы права в сфере управления персоналом в актах местных Советов депутатов и местных исполнительных и распорядительных органов.

На уровне организаций (предприятий, учреждений) управление персоналом осуществляется изданием приказов и распоряжений руководителя.

При этом правовое обеспечение всей системы управления персоналом во многом строится на общих и специальных принципах административного управления. Среди специальных принципов (организационно-технических) юристы отмечают такие принципы деятельности аппарата управления как авторитет и власть, соблюдение дисциплины, приоритет общественного интереса перед личным, обеспечение стабильности персонала с возможностью продвижения на вышестоящие ступени, единство персонала и др.

Нормы права в сфере управления персоналом предназначаются для совокупности однородных обезличенных (без конкретного персонального назначения) отношений, распространяют свое действие на любых лиц, вступающих в них, рассчитаны на длительное или постоянное существование, неоднократное применение.

Таким образом, нормативный правовой акт в сфере управления человеческими ресурсами – это установленное компетентными органами правило поведения участвующих в нем субъектов, выраженное в определенной форме, предусмотренной законодательством.

Литература

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26.07.1999 № 296-3 // Консультант Плюс (электронный ресурс). – Минск: ООО "ЮрСпектр", 2019.

2. Закон Республики Беларусь "О нормативных правовых актах Республики Беларусь" от 17.07.2018 № 130-3 // Консультант Плюс (электронный ресурс). – Минск: ООО "ЮрСпектр", 2019.

3. Закон Республики Беларусь от 4 июня 2003 г. № 204-3 "О государственной службе в Республике Беларусь" // Консультант Плюс (электронный ресурс). – Минск: ООО "ЮрСпектр", 2019. К

4. Крамник, А.Н. Административное право Республики Беларусь. – Ч. 1. Управленческое право. – Минск: Тесей, 2008.

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В УСЛОВИЯХ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

*Яблочников С.Л., профессор, доктор педагогических наук, профессор
Яблочникова И.О., доцент, кандидат педагогических наук, доцент
Академия права и управления ФСИН РФ*

Развивающееся в условиях реализации четвертой промышленной революции и глобальной цифровизации общество и его составляющие элементы формируют на рынке труда новые запросы относительно компетенций претендентов на вакантные должности. Так, предприятия и организации, обеспечивая перспективы своего функционирования и развития, реализуют попытки управления кадровым потенциалом путем воздействия на качество его компонентов. Для решения данной проблемы есть два способа: кардинальное обновление персонала, в соответствии с актуальными критериями оценки качества знаний, умений и навыков; постоянная переподготовка и непрерывное повышение квалификации имеющих в наличии работников.

Они реализуются посредством взаимодействия работодателей со сферой образования и отдельными образовательными учреждениями. В научной литературе фигурирует тезис о том, что педагогическое сообщество должно выступать в качестве некоторой стороны договорных отношений, предоставляющей образовательные услуги, а работодатели – играть роль заказчика. На первый взгляд такая простая схема выглядит вполне логично. То есть, одни заказывают некоторые услуги, оплачивая в полном объеме их, а другие предоставляют такие услуги, обеспечивая соответствующий уровень качества и необходимое содержание.

Однако, реалии совершенно иные.

Работодатели, основываясь на опыте работы в условиях дикого капитализма, продолжают относиться к обществу и государству, как некоторому источнику дармовых ресурсов, пользуясь которыми можно бесконечно извлекать собственную выгоду, минимизируя затраты. Но, как бы не был велик «запас прочности» и интеллектуальный потенциал сфер образования и науки, созданный в свое время, процессы осуществляемые в соответствии с циклом развития систем любой природы, определяют лавиноподобное снижение эффективности функционирования данных сфер, при условии отсутствия обеспечения отношения к ним, как к стратегическим. По сути дела, это своеобразные машины времени, определяющие темпы эволюции социума в ближайшей и весьма далекой перспективе.

Не понимание роли и места образования и науки в социально-экономических отношениях или не желание определенной части бизнеса и представителей бюрократии глубоко вникать в аспекты функционирования данных сфер с достаточной долей вероятности может привести к существенным проблемам в эволюции социума и государства и даже к коллапсу. Некоторые работодатели определяют свою политику относительно кадрового потенциала так: «Если на национальном рынке труда нет нужных специалистов, мы их рекрутируем на международном рынке». А куда девать собственных граждан, квалификация которых сегодня не отвечает актуальным требованиям? Они пополнят армию безработных, которых нужно поддерживать во избежание социального взрыва.

С другой стороны, общество ставит перед образованием новые задачи, об актуализации которых ранее педагогическое сообщество и не предполагало вовсе. Вузы, в частности, фактически, оказались не подготовленными к столь кардинальным изменениям социально-экономических отношений и технологий. А представители педагогической науки и образовательный топ-менеджмент замкнулись в некотором кластере классических принципов и средств осуществления образовательных процессов, сосредоточив внимание на организационных и презентационных аспектах, в угоду глобализационным тенденциям, а также увлеклись чрезмерной формализацией действий.

При этом, общество достаточно прохладно относится, в частности, к высшему образованию, осознавая несовершенство и отсутствие эволюционных изменений в нем. Это обусловлено: инерционностью мышления и профессионального поведения профессорско-преподавательского сообщества, не заботящегося о подготовке интеллектуально развитой и энергичной смены; ветхость материальной и лабораторной базы вузов, неактуальность имеющихся в наличии библиотечного фонда и различного рода информационных ресурсов; финансовый голод и отсутствие альтернативных источников финансирования образования и науки; ориентированность на «интеллектуальный экспорт» наиболее успешных представителей студенчества; низкая эффективность или отсутствие научных исследований, имеющих практическую значимость.

Работодатели с недоверием относятся к деятельности образовательных учреждений. Компании различных секторов экономики и сферы государственного управления фактически смирились с тем, что выпускники вузов, приходя на стажировку, демонстрируют незнание цифровых технологий, средств реализации производственных, технологических, информационных, финансовых, экономических и других видов процессов. Они воспринимают молодых специалистов не как полноценных профессионалов или как возможный к употреблению полуфабрикат, понимая, что готовить для эффективной деятельности работников им придется с нуля, обучая основам профессии, современным технологиям, поведению в профессиональном сообществе.

Свидетельством такого состояния дел является то, что крупные компании, занимающие ключевые позиции на рынках товаров и услуг, активно создают так называемые корпоративные университеты и институты. В России одним из первых такое образовательное учреждение основал Сбербанк. Сначала вуз позиционировался, как

структурное подразделение, призванное обеспечить повышение квалификации многочисленных сотрудников данной федеральной банковской структуры, а также обучение их инновационным технологиям, применяемых в производственной деятельности финансовых институтов. Сейчас это полноценное высшее учебное заведение. Сегодня трудно назвать компанию федерального уровня, которая не создала подобную дочернюю структуру. Это корпоративные вузы РЖД, компаний «РУСАЛ», «Норильский никель», МТС, Beeline, АО Газпром. Создана Международная ассоциация корпоративных университетов, объединившая вузы более 50 стран.

Необходимо отметить, что многие университеты уже несколько десятков лет создают базовые кафедры, которые призваны обеспечить более эффективные контакты преподавателей и студентов с представителями рынка труда. К сожалению, такие взаимоотношения развиваются не всегда успешно и продуктивно. Как правило, проблемы начинаются тогда, когда партнеры в ходе подобного сотрудничества понимают глубину несоответствия целей друг друга, а также невозможность их скоординировать. А вузы хотят много и сразу.

Они претендуют на: предоставление в пользование оборудования и программного обеспечения; доступ обучающихся к современным технологиям, которыми владеет бизнес-партнер; организацию образовательного процесса в соответствии с требованиями государственных стандартов и циркулярами министерств образования; жесткую регламентацию действий преподавательского состава из числа работников базового предприятия и пр. У организаций, у бизнеса свои задачи и цели. Ни один бизнесмен не инвестирует в проект ни цента, если не будет видеть свою выгоду хотя бы в перспективе. Он становится обузой и от него освобождаются, не дожидаясь формирования потерь. Так, что большого эффекта от таких институций ожидать не стоит.

Корпоративный университет – это иерархическая система внутреннего обучения, сформированная крупной компанией, основанная на корпоративной идеологии, на единой концепции развития бизнеса. Она охватывает все уровни менеджмента и всех специалистов, реализующих производственные функции. Такое учебное заведение – эффективный инструмент осуществления политики стратегического менеджмента, а также неотъемлемая составная часть бизнес-процессов. Создается он и реально используется только в том случае, если руководство или собственники не видят иных путей увеличить интенсивность производства и дать импульс для роста производительности труда работников.

Цель такого вуза – непрерывное развитие умений и навыков сотрудников. Он также является инструментом осуществления управления современным бизнесом и механизмом воспитания персонала, посредством которого сотрудники приобщаются к ценностям компании. Здесь координируют цели сотрудников с целями всей организации. Это дорогостоящий проект и инвестиции, которые принесут плоды лишь в долгосрочной перспективе. По такому пути идут те компании, которые твердо уверены в завтрашнем дне, в успешной реализации производственной или бизнес-деятельности.

Литература

1. Яблочникова, И.О., Яблочников, С.Л. Социальные аспекты развития высшего профессионального образования // Профессиональное образование и общество, 2016. 4(20). М.: Колледж современных технологий. С. 135-142.

2. Яблочников, С.Л., Яблочникова, И.О. Организационные и методологические аспекты развития процессов формирования профессиональных знаний // Социальное знание и проблемы интенсификации развития белорусского общества: Матер. междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 12-13 ноября 2015 г. Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2015. – С. 312-315.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЛИЧНОСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

*Яковчук В.Н., доцент кафедры инновационной экономики и менеджмента, к.с.н., доцент
Международный университет «МИТСО», г. Минск*

Обращение внимания к личностному фактору общественного воспроизводства – актуальная задача в поиске новых возможностей и новых ресурсов развития малого и среднего бизнеса белорусской экономики. Еще Жан-Батист Сэй, французский экономист конца XVIII – начала XIX веков, среди факторов производства выделял особую личность – фигуру предпринимателя, который за счет умелого использования других факторов производства, их комбинирования способен получать наибольший доход. Сегодня в условиях формирования новой экономики (экономики знаний) роль личностного фактора возрастает.

Востребованными личностными качествами современного предпринимателя выступают не только инициативность, креативность, хозяйственная самостоятельность, способность идти на экономический риск, но и высокая организационная культура, под которой понимается совокупность сформированных у человека социальных норм, ценностей, мнений, которые отражаются в поступках участников хозяйственной деятельности на всех уровнях организации и образуют своеобразный кодекс их поведения.

Важными признаками организационной культуры выступают компетентность, которая выражает широту круга знаний и навыков сотрудников, а также мотивация на достижение, выступающая своего рода стимулом организационного поведения и означающая постановку напряженных, но реально выполнимых задач. Особым элементом организационной культуры выступают социальные нормы – представления о способе, стандарте поведения, разделяемые социальной группой и необходимые для совместных согласованных действий. Социальные нормы могут выступать в виде норм должного поведения, норм фактического поведения, правовых норм, профессионально-должностных, моральных и т. д.

Социальные нормы, формируясь в определенной организационной и культурной среде, сами становятся составной частью, неотъемлемым элементом организационной культуры, приобретая высокую институциональную устойчивость и выступая внутренним двигателем организационного поведения субъекта предпринимательской деятельности. Как образно замечает Ю. Эльстер, «Социальная норма – это не такси, из которого можно выйти, когда захочется. Те, кто следуют социальной норме, связаны ею и тогда, когда она не в их интересах» [1, с. 67].

Организационная культура – неотъемлемая часть более широкого понятия «культура», представляющая собой «...огромное целостное явление, которое делает людей, населяющих определенное пространство, из простого населения – народом, нацией» [2, с. 380]. Д. С. Лихачев рассматривает культуру «...как своего рода среду, в которой существуют свои общие для разных аспектов культуры тенденции, законы... сакральное поле, из которого нельзя, как в игре в бирюльки, изъять одну какую-либо часть, не сдвинув остальные» [там же, с. 381].

О влиянии протестантской этики как части религиозной культуры на развитие предпринимательства, формирование цивилизованного западноевропейского капиталистического общества указывал по результатам своего исследования классик немецкой и мировой социологии Макс Вебер в известном труде «Протестантская этика и дух капитализма». Не без определенной доли удивления воспринимают сегодняшние белорусские студенты факт принятия российским бизнес сообществом еще в 1912 г. своего рода этики делового поведения – «Семи принципов ведения дел в России». Этот неформальный регламент организационной деловой культуры включал такие принципы, как

«будь честен и правдив», «будь верен своему слову», «живи по средствам», «будь целеустремлен» и др. [3, с. 102].

Вместе с тем, современный российский экономист, декан экономического факультета Московского государственного университета А.А. Аузан обращает внимание на особенности национальной культуры, оказывающие свое влияние на конкурентные возможности российской экономики. Автор замечает что «...автомобиль, телевизор, холодильник высокого класса мы сделать не можем... мы можем сделать космический корабль, атомную бомбу или гидротурбину [4, с. 97]. Ученый объясняет указанный феномен тем, что при массовом производстве холодильников или автомобилей мирового уровня необходимо соблюдать стандарты [*то есть строго следовать определенным социальным нормам – Я.В.Н.*], а «Нам это очень плохо удастся в силу давно заложенных культурных свойств. А вот креативные задачи мы решаем легче» [там же]. В этой связи А.А. Аузан называет стратегическими направлениями включения России в мировую производственную специализацию – уникальные малосерийные продукты, опытные производства, креативные индустрии.

Американский исследователь, специалист по повышению эффективности организаций И. Адизес на основе своих наблюдений в процессе чтения лекций, консультирования, общения с бизнесменами выделил ряд факторов, негативно влияющих на эффективность российского менеджмента и которые, на наш взгляд, во многом характеризуют состояние организационной культуры в сфере бизнеса этой страны. Среди них: отсутствие дисциплины, авторитарное управление, установка на всеобъемлющий контроль, чрезмерная централизация власти, в том числе в корпорациях, боязнь открыто высказываться и спорить, ненужные расходы, коррупция и др. [5, с. 26].

Очевидно, что ряд позиций и проблемных вопросов, рассмотренных на примерах организационной культуры российского бизнеса, являются актуальными для белорусской экономики и белорусского предпринимательства, поскольку многие «родимые пятна» патерналистского опыта управления предприятиями в условиях советской административной экономики продолжают оставаться характерными для постсоветских стран.

Развитие в Беларуси рыночных отношений требует формирования адекватной экономической культуры. При этом социальные ценности и нормы не могут автоматически внедряться в новую социально-экономическую реальность. Ни в обществе в целом, ни в предпринимательском сообществе, равно как и в отдельной организации «нельзя просто заменить одну культуру на другую, как подержанную машину на новую». Для этого требуются время и определенные условия.

Являясь частью экономической культуры белорусского общества, адекватная организационная культура повышает уровень человеческого капитала, способствует развитию личностных качеств участников предпринимательской деятельности, повышает их конкурентоспособность в условиях происходящих технологических трансформаций.

Литература

1. Приведено по: Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 368 с.
2. Лихачев, Д.С. Культурология: избранные труды по русской и мировой культуре. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006. – 448 с.
3. Иванов, А. Честь превыше прибыли: российская деловая культура // Социальное партнерство. – 2005. - № 2. – С. 100-103.
4. Нититник, А. Как вывести экономику из комы // Harvard Business Review. – 2015. - Июнь – июль. – С. 95-99.
5. Адизес, И. Менеджмент в России: в чем проблема? // Harvard Business Review. – 2013. – Март. – С. 26.

TYPES OF BUSINESS SYSTEMS: ENTROPY OF DEVELOPMENT

*Yumagulova M., senior lecturer
Institute of Entrepreneurial Activity (IPD), Minsk*

Why do some companies do very well and flourish for decades, while others hardly remain afloat, fail to develop, and cease to exist after a short while even when all the obligatory economic factors seem to be in place? Economic development, sustainable growth and prosperity of firms, companies and corporations depend on a number of factors which are described at length in classical and modern economics. Among them there are internal factors such as financial resources, a clear and compelling vision of where the company is going, quality of products or services, a committed team, high corporate culture, experienced managers, and so on. The external factors are no less important, for they provide auspicious environments: a stable government with competent officials who should not be corrupt or inefficient, the assurance that laws should be upheld, the encouragement of investor-friendly environment, and the provision of not too onerous procedures to get a license for business activity. The problem is that not all the companies are able to meet these requirements, and hardly every country can provide such smooth conditions. Yet, whatever the circumstances, if no effort is made any company, as well as any country, may be plunged into chaos or devastation, because just like everything else in life, they obey the law of nature, which is one of the foundational concepts of chemistry and physics and is one of the fundamental laws of the universe. This force permeates nearly every endeavor we pursue: it is entropy, also known as the Second Law of Thermodynamics.

To illustrate how entropy works in simple terms, imagine that you dump a box of puzzle pieces out on the floor. Hypothetically, it is possible for all the pieces to fall perfectly into the right slot and produce a completed puzzle. But in practice, this never happens, because the odds of that are one in a zillion, i.e. the chances are entirely against it. In other words, there is only one possible state where each puzzle piece is in the right position, and there are an infinite number of states where the pieces are in the wrong positions. A well-ordered result cannot happen at random.

Left to its own devices, everything is subject to the relentless pull of entropy, everything decays and disorder always increases over time: weeds overtake gardens, apartments get messy and dusty again after cleaning, and given enough time, even mountains and continents erode. It is the natural tendency of things to lose order, and it is inevitable that things become less organized. This law states that the entropy of a closed system will never decrease. Such a system does not get any energy from outside, and unless external, preferably positive energy is applied to sustain order, there is a tendency of any closed system to transform into disorderly or chaotic. Nevertheless, it is quite possible to resist the merciless pull of entropy: a scattered puzzle can be solved, the weeds can be pulled out of the garden, a messy room can be tidied up. A motley disorganized crowd can be organized into a cohesive team.

Since virtually everything naturally slides into heterogeneous disorder, it is necessary to apply energy to create stability, structure, and simplicity. Successful relationships require care and attention, just like successful houses require cleaning and maintenance. Successful teams require communication and collaboration. Without effort, entropy will increase and things will decay, and the only way to make things orderly again is to add positive energy.

Maintaining an organization in the face of chaos is not easy. The concept of entropy is an actual topic in management of business systems, because, just like anything else, management relates to life and the processes of organization and disorganization. Entropy characterizes the ratio of order and disorder of diverse systems; it predetermines the behavior of people in complex artificial systems, in economics, politics, international relations and in other real complex systems. If entropy in some system increases, it means that the system is dominated by the processes of destruction, a movement towards disorder, uncertainty and chaos, which, ultimately, can lead to the destruction and death of the whole system. The human community as a system, in the course of

development, reduces (or is striving to reduce) the measure of its disorder through positive activities (positive energy), thus achieving greater organization, regulation and manageability. With the entropy factor it is possible to measure managerial efforts and skills of company leaders.

Let us consider several ways of development of business systems, and how entropy, in the form of action or inaction, affects them, even though very few would be cognizant of entropy as such in these processes. At the outset, management creates a structure that reduces the entropy of the system. This combination corresponds to the initial phase: the system is open, the management impulse streamlines it, sets the necessary complexity and goals and starts the life cycle. The system has a purpose, it has culture as a condition for the fulfillment of this purpose, and it has values, the right system of coordinates that unite people into a community. Naturally, the community, or the company, is growing; it is becoming attractive precisely because of the low entropy and the right and powerful vector of development.

But what happens next? The management imposes a harsh control (negative energy) which increases the entropy of the system. In the process of administration and supervision there is a temptation to add even more work to the structure that by now is well-formed and works perfectly. This can be new goals, new responsibilities, and new conditions of existence, along with other complexities and workload. As a result, the structure is forced to redirect part of its energy to servicing these newly emerged tasks, to adapt them to practice – in other words, to perform extra work, which is often unnecessary and useless. There occurs a duality, a double structure within one previously well-functioning system. What are the consequences? There emerges an imbalance in the system, the ordering of new guidelines and instructions in one place leads to an escalation of entropy in another. By analogy with the human nature: a person can simultaneously do two different things, but the result of one will be lousy and of the other - mediocre.

There may be distinguished different types of business systems, but there are three, which seem to be more illustrative: chaotic, mechanic and organic.

Chaotic systems are common not only for the initial stage of any working team, for any interpersonal relations, and even for the formation of a new personality, but also for the first years of existence of any new business structure. It is small wonder, because they evolve from chaos and remain as such until the moment of change comes.

The chaotic system may either progress or regress. In case of regress, the contacts within this business system are becoming less intense, less frequent; the system degrades, then disintegrates and eventually ceases to exist. In other words, entropy grows and leads to destruction. If the chaotic system progresses, the links between its members become stronger, more frequent and even more desirable. Due to this progress, the chaotic system undergoes further positive transformations. The issue of management in the chaotic system is not acute for objective reasons. The position of a leader is almost nominal, because it is almost a ludicrous task to effectively manage the chaotic Brownian movement of "human molecules". In this period virtually "anyone" may become a leader, and it is not clear why, or by what criteria.

If the chaotic system progresses, it morphs into mechanic. If this system is slightly better than chaotic, it also has its downsides. Every initiative in the mechanic business system may be ruthlessly suppressed. Paradoxically, the system is extremely reluctant to implement rational proposals and inventions, even if their application entails certain benefits (and everyone understands it). The problem is that implementation of novelties also involves the necessity to modify the existing mechanic system, which neither the leaders nor the employees want to do. Maintaining the existing status quo is more important than anything else...

For the mechanic system there exists the dictum: "Initiative is punishable." It is often believed that in such cases, a smart initiator is punished by an illiterate manager. In view of this, another adage holds true: "point 1 - The boss is always right; point 2 - If the boss is wrong, see point 1". It is clear, that an ordinary member of the mechanic system had better refrain from showing initiatives and stay "invisible", silently performing their routine work. Or a somewhat different mode of behavior may be observed in this type of business system: managers sometimes

burst with a number of odd ideas, for which they have neither clear vision nor understanding, so they pass them over to employees, demand immediate results, which are not possible for different objective reasons, blame the employees for inefficiency and calm down for a while. A typical example of “seagull management” and “passing the buck”. Over time people get used to such outbursts and pay little or no attention to them. Thus, the working process in the decaying mechanic system is becoming more monotonous, more grueling, and exhausting. This type of work was once, quite emotionally, characterized by Friedrich Engels, who said that “persistent monotonous work at the limit of physical strength leads to professional idiocy”. So within this system internal connections between employees start to degrade, they are becoming less intense. Increasingly, they come to be temporary, and transform into chaotic.

On the other hand, in case of progress, the well-functioning mechanic structure transforms over time into an organic system. The organic system is characterized by the flexible, multi-channel, strong vertical links from head to bottom, it has a strong, pronounced feedback. Horizontal links between subordinates within the organic system are also durable, stable, intensive and multilateral. That is why people often reminisce the time spent in the organic system as a period of exceptionally full, unsurpassed happiness. It is quite understandable, because the conditions are near-perfect: employees as well as managers adequately perceive the “business- vs. leisure-time” situation; there is an almost intuitive predictability of the system, confidence in the future; the system enjoys the highest quality of work and the highest quality of management. And all this is accompanied by almost instinctive desire of the members of the organic system to spend leisure time together and reluctance to part even after work. The high social and economic efficiency of this system is made possible mainly by a very effective system of management, which includes a significant component of self- management.

Yet, morning sun never lasts a day, and even this, seemingly ideal system can be destroyed. The danger of destruction mainly comes from inside, because while external reasons for its regress are atypical, internal causes of regression are quite expected. One of the reasons is that the agents of self-management begin to behave more actively. This is the situation when action is worse than inaction, an example of negative energy. There emerges a tendency of growing importance of self-management and it comes into conflict with the top management. This conflict eventually weakens the organic system, as its resources are not spent on useful productive work, but on management battles. In the end, “mutiny”, alas, ends with the victory of the troublemakers. Another reason for the collapse of the organic system might be excessive growth of labor intensity. To a certain extent, growth is economically and socially appropriate, but at some moment the work continues without breaks, so essential for the recreation of physical, emotional and intellectual powers of the workers. Overall exhaustion results in stumbling, slowdowns, the once smooth mechanism works by fits and starts, and eventually comes to a halt. This is entropy at work again - the organic system is rapidly degrading and transforms into the mechanic system, then into the chaotic, and finally ceases to exist.

Sure enough, all these processes do not happen overnight, it takes a long time, sometimes years. There are a great deal many ways things can go wrong, but the difficulties of existence do not occur because the planets have been displaced or because some cosmic force is conspiring against us. It is simply a law of probability, entropy at work. Given that all the odds are against us, the task is to know what to do, and do it right.

References

1. КиберЛенинка: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-ponyatii-sotsialnoy-entropii> - Дата доступа: 22.04.2019
2. Обухов. Лекции по искусству делового общения.doc twirpx.com – Дата доступа: 29.04.2019
3. Пригожин, И, Стенгерс, И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой – Пер. с англ. Ю.А.Данилова, 3-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.

4. Прангишвили, В.В. Системный подход и общесистемные закономерности, Синтег, М - 2000. Allbest.ru
5. Тетерина, Е.В., Пискорская С.Ю. К вопросу о понятии социальной энтропии – статья – 2011.
6. James Clear. Entropy: Why Life Always Seems to Get More Complicated, 2017
7. L. David Roper, Entropy, Complexity and Sustainable Development - roperld.com>science/minerals/EntropySustain.htm - Дата выхода – 02.05.2019
8. Peter Atkins's, Galileo's Finger: The Ten Great Ideas of Science, 2003

Научное издание

***ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ УСЛОВИЙ,
БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ***

*Сборник
материалов
XVI Международной
научно-практической конференции
(Минск, 14 мая 2019 г.)*

Авторы несут ответственность за достоверность информации, цитат и прочих сведений

Техническое редактирование, компьютерная верстка Н.В.Славинская

Подписано к печати 18.06.2019.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 15,3. Тираж 100 экз. Заказ 515.

ООО «Ковчег»
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/381 от 01.07.2014.
ул. Л. Беды, 11/1-205, 220040 г. Минск.
Тел./факс: (017) 284 19 81
e-mail: kovcheg_info@tut.by
kovcheg-print.by