СИБИРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

НОВОКУЗНЕЦК 400

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных статей
IV Международной научно-практической конференции

Новокузнецк
2018

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Сибирский государственный индустриальный университет»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Часть 2

Сборник научных статей

Новокузнецк
2018

УДК 33+005(06)
ББК 65+65.050
А 437

А 437 Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сб. науч. статей. Ч.2/ Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк, 2018, – 263 с.

В сборнике представлены материалы IV Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке».

Редакционная коллегия:

Лашкова Е.Г., к.т.н., доцент. *Секция: Инновационные технологии маркетинга и продаж.*

Иванова Е.В., к.э.н., доцент. *Секция: Проблемы развития теории и практики управления.*

Лунева Ю.В., к.э.н., доцент. *Секция: Актуальные проблемы финансов, бухгалтерского учета и аудита.*

Черникова О.П., к.э.н., доцент. *Секция: Экономические, социальные и экологические проблемы функционирования предприятий и организаций.*

Борисова Т.Н., к.э.н., доцент. *Секция: Современные технологии управления персоналом.*

Быстров В.А., д.т.н., профессор. *Секция: Инвестиции в человеческий капитал.*

Кольчурина И.Ю., к.т.н., доцент. *Секция: Актуальные вопросы менеджмента качества и стандартизации, информационного и документационного обеспечения управления.*

УДК 33+005(06)
ББК65+65.050

ISSN 2500-1892
17001
9 772500 189004 >

© Сибирский государственный индустриальный университет, 2018

СЕКЦИЯ. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

УДК 659.1

Методологические и понятийные проблемы корпоративной идентификации на современном этапе

к.т.н., Лашкова Е.Г. [1], к.т.н., Куценко А.И. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Рассмотрена роль и значение корпоративной идентификации в современном экономическом и внеэкономическом пространстве. Даны и проанализированы различные определения, обозначающие основные понятия, используемые при формировании корпоративной идентификации. Сформирован вывод о недостаточно устоявшемся понятийном и методологическом аппарате для корпоративной идентификации.

Ключевые слова: Корпоративный стиль, фирменный стиль, логотип, торговая марка, бренд, бренд-бук.

В нашей стране развитие идентификационной составляющей бизнеса как его обязательной части началось только с 90-х годов прошлого века, и было подвержено сильному влиянию западной бизнес-терминологии. До настоящего времени это сказывается на многом, начиная с понятийного аппарата и заканчивая готовыми маркетинговыми и рекламными решениями, необдуманно переносимыми на отечественную реальность.

В настоящее время используется большое количество терминов в рекламном мире для обозначения того, что в западной практике именуется конкретными названиями или понятиями.

Приведем примеры с понятий «корпоративная идентификация» и «корпоративный стиль».

Корпоративный стиль (или фирменный стиль, англ. corporate identity) – набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединённых одной идеей, основная задача которых – выделить компанию среди себе подобных и создать узнаваемый образ в глазах потребителей. «Корпоративный» или «фирменный» стиль часто понимается как набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия товаров, услуг, информации, исходящих от фирмы или торговой марки к потребителю. Корпоративный дизайн наряду с корпоративной философией, корпоративной культурой и корпоративным поведением является одним из элементов корпоративной идентичности[1].

[1]Википедия – ресурс: http://ru.wikipedia.org

Айдентика – фирменный стиль (англ. corporate identity) – набор средств, направленных на выделение компании среди аналогичных и создание в глазах потребителя индивидуального узнаваемого образа[2].

Как видно из приведенного примера перевод с английского термина corporate identity привело к появлению двух разных определений.

Некоторые специалисты поясняют данный факт следующим образом: «В последнее время мы часто слышим незнакомое слово «айдентика». Это же понятие можно назвать ещё фирменным или корпоративным стилем, системой фирменной или корпоративной идентификации. Это совершенно идентичные понятия. Всё это в зарубежной практике называется «corporate ID» или «brand ID». Буквы ID в этом сокращении – это английское слово «identity» – «идентификация». Вот, собственно, откуда походит и «айдентика»[3].

Приведем еще ряд определений для термина «Корпоративная идентификация».

Корпоративный стиль – один из существенных элементов маркетинга (точнее одно из средств маркетинговых коммуникаций)[4].

Корпоративная идентификация – это сочетание механизмов создания образа. Элементы корпоративной идентификации – это ее фирменный стиль, логотип, бренд, слоган и т.д. О того, насколько правильно все это подобрано, зависит корпоративная идентификация. Но еще в большей степени зависит корпоративная идентификация от того, насколько грамотно элементы корпоративной идентификации донесены до потребителя[5].

Корпоративная идентификация – разработка уникального комплекса визуальных и вербальных элементов (коммуникаций), формирующих индивидуальный образ компании, производящей товары или оказывающей услуги, с целью повышения её социальной и коммерческой значимости[6].

Корпоративная идентификация – это набор физических и визуальных средств коммуникации, с помощью которых организация идентифицирует и представляет себя обществу с целью создания определенного и запоминающегося образа всего, что связано с предприятием, его деятельностью и продукцией[7].

Ниже приведено еще несколько примеров существующих определений для понятия «Айдентика».

Айдентика – это визуальная основа любого бизнеса, его лицо. В состав айдентики, в общем случае, входят логотип и фирменный стиль[8].

Айдентика – это совокупность особенных приемов художественного и технического дизайна, позволяющая создать оригинальный рекламный

---

[2] http://webcache.googleusercontent.com
[3] http://logo.in.ua/articles_id_21.html
[4] http://www.advecon.ru/dictionary/brand/corporaty-identity/
[5] http://www.alteprint.ru/offers/
[6] http://www.artgroove.ru/korporativnaya-identifikaciya.php
[7] http://www.metalinfo.ru/ru/magazine/2007/3/305/
[8] http://reklanna.ru/index.php?page=ajdentika

материал – не только в высшей степени декоративный, но и «коммуникативный», располагающий к себе[9].

Айдентика – это визуальное выражение образа и философии бренда, его позиционирования и обещания потребителям. Сильный образ создает конкурентное преимущество и увеличивает ценность бренда в глазах различныхных аудиторий: клиентов, сотрудников, партнеров. Целостный образ работает на узнаваемость бренда, формирует позитивное отношение и лояльность. Наличие профессионально созданного образа, воплощенного в фирменном стиле и детально описанного в бренд-буке, его грамотное применение и постоянное следование ему характеризует компанию как стабильного, успешного игрока на рынке, настроенного на долгосрочную перспективу[10].

Существуют и некоторые другие вариации понятия «Айдентика».

Визуальная айдентика – это отражение видения, ценностей и стратегических целей компании. Сформированная айдентика делает работу компании более эффективной, а ее образ – цельным[11].

Бренд-айдентика, интегрированная в архитектуру здания, имеет несколько уровней воздействия на целевую аудиторию. Когда потребитель находится на удаленном расстоянии от строения, она коммуницирует глобальность и величественность бренда, далее, при приближении к входной группе – указывает на бренд, превращает здание и близлежащую территорию в своеобразную бренд-локацию, небольшой мир, пронизанный философией бренда[12].

Примеров можно привести еще множество, но, как видно из приведенных примеров, практически каждый специалист трактует понятие по-своему, что создает путаницу не только среди разработчиков, но что еще более хуже – среди заказчиков данного вида продукции.

Также неоднозначна и трактовка фирменного стиля. По мнению ряда авторов, фирменный стиль западные рекламисты определяют словами corporate ID, identity, brand ID, то есть опознавательный знак, отличие, особенность, идентификация, «отличный от других». В этой смысловой разнице и кроется проблема с созданием фирменного стиля, так как от «стиля» ждут совсем другого. Слово «стиль» вводит в заблуждение, отвлекая от маркетинга к «чистому искусству»: графическому дизайну и средствам художественного выражения.

Приведем несколько наиболее распространенных определений фирменного стиля.

Фирменный стиль – это совокупность мероприятий и ряд графических, цветовых, языковых и иных приемов, которые обеспечивают узнаваемость

[9] http://logo.in.ua/articles_id_21.html
[10] http://www.free-lance.ru/a.php?href=http://www.omnimarketing.net/identity/index.html
[11] http://www.logomotiv.ru/identity/visual
[12] http://www.soldis.ru/services/s39.html

продавца и его продукции наблюдателем, формируют их отличие от конкурентов, обеспечивают использование единых принципов оформления, цветовых сочетаний и образов для всех форм рекламы, деловых бумаг, технической и другой документации, офиса, упаковки, одежды сотрудников[13].

Фирменный стиль – это:

1) совокупность приемов, которые обеспечивают единство всем изделиям фирмы и рекламным мероприятиям для однозначной зрительной идентификации товаров/услуг;

2) совокупность устойчиво воспроизводимых отличительных характеристик общения, манер поведения, традиций, свойственных фирме, позиционирующих ее в коммуникационном пространстве[14].

Фирменный стиль – это набор деловой документации относящейся к определённому субъекту деятельности. Если фирменный стиль дополнить дизайном фирменной одежды, элементами оформления интерьера и фирменного транспорта, объектами визуальных коммуникаций, то этот продукт чаще называют – бренд-бук[15].

Помимо этого присутствует существенная путаница между понятиями «корпоративный стиль», «фирменный стиль» и «корпоративная идентификация», пример этому был приведен в начале раздела. Иногда даже происходит путаница в понятиях фирменного стиля и торговой марки[16].

Понятие «логотип» также как и рассмотренные выше понятия, имеет большое количество трактовок.

На практике, особенно Заказчики, термин «логотип» чаще всего применяют в том же смысле, что и «товарный знак». Но понятия «логотип» в законодательстве России, например, нет. Есть только понятие «товарный знак». Согласно действующему законодательству в соответствии со статьей 1 Закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»: товарными знаками и знаками обслуживания признаются зарегистрированные в установленном порядке обозначения, призванные отличать товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц. А вот как определяется логотип, товарный знак в Большой Советской Энциклопедии: «…товарный знак, обозначение, помещаемое на товаре (или упаковке) промышленными и торговыми предприятиями для индивидуализации товара и его производителя (продавца)». В толковом словаре «Экономика предприятия»: «…логотип или Trade Mark (Товарный знак) означает слова, символы или другие знаки, применяемые фирмами для отличия своих товаров или услуг от товаров или услуг, предлагаемых другими фирмами». В Правовом словаре предпринимателя: «товарный знак – обозначение, способное соответственно

[13] http://www.astvic.ru/

[14] http://www.pr-engineering.narod.ru/glos.html

[15] pyxel.ru/pochitat/terminy/

[16] http://www.vodburstroy.ru/mneniya/reklam/brend.html

отличать товары и услуги одних юридических лиц или граждан от однородных товаров и услуг других юридических лиц или граждан. Подлежит регистрации, удостоверяется свидетельством. Товарный знак – один из объектов промышленной собственности».

Приведем примеры ряда широко используемых как в кругах дизайнеров, так и бренд-менеджеров определений логотипа.

Логотип или товарный знак – это стильный графический образ, максимально и универсально абстрагированный до символа и адаптированный к среде применения согласно «принципам разумного проектирования»[17].

Логотип – это стильный графический образ, абстрагированный до символа, важнейший ассоциативный элемент имиджа компании, влияющий на отношение и восприятие потребителей к продвигаемому товару, он создает информационный и эмоциональный образ компании[18].

Логотип, уникальная эмблема, знак или иное специальное представление названия компании, издательства, вещательной станции или другой организации, используемое в качестве торговой марки (trade mark)[19].

Логотип как фирменный стиль – это совокупность художественных и текстовых элементов, объединенных одной идеей, цветовым решением, которая позволяет Вашей фирме быть узнаваемой среди множества конкурентов, завоевывать авторитет на рынке и формировать образ фирмы в глазах потребителей и партнеров[20].

Логотип – оригинальное начертание, изображение полного или сокращенного наименования фирмы или товаров фирмы. Логотип специально разрабатывается фирмой с целью привлечения внимания к ней и к ее товарам[21].

Логотип – знак, символизирующий направление, идею и род деятельности компании. «Это Ваш имидж, стиль, поэтому в логотипе всё должно быть идеальным, ярким и запоминающимся»[22].

Из приведенных примеров следует, что все определения подводят к одному выводу, что товарный знак и логотип в массовом сознании – это некий «стильный» графический образ, позволяющий отличить товар или услугу одного юридического лица от товара и услуги других юридических лиц, который должен включать в себя значительный объем информации о компании и служит для индивидуализации товара или услуги. «Логотип» – одно из слов, которым многие называют товарный знак и считают его синонимом. Но при этом исторически логотип – это именно «буквенное написание» названия марки. И логотип не обязательно зарегистрированное обозначение марки. Регистрация это вообще добровольное дело.

---

[17] http://rosdesign.com/design/logoofdesign.htm
[18] http://www.x-faktor.org/uslugi/207.html
[19] www.gfk.ru/Go/Glossary
[20] http://www.artflasher.com/style.html
[21] http://www.sinor.ru/~semenk/firmzn.htm
[22] http://www.redbridge.ru/index.php/2010-02-26-21-31-35

В теории также следует отличать логотип от фирменного знака. Так, фирменный знак – это совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа (наименования компании в оригинальном начертании)[23]. В России понятие «фирменный знак» отсутствует, его заменяет понятие товарный знак (знак обслуживания). Таким образом, фирменный знак отличается от логотипа добавлением графического изображения, хотя это не всегда так бывает, например, когда логотип сразу в своем составе содержит графический знак.

На практике существует значительная путаница в данных понятиях и, либо приравнивают логотип и фирменный знак друг к другу, либо считают фирменный знак тем самым графическим изображением (без шрифтовой надписи). В энциклопедиях, понятия «Фирменный знак», «Торговая марка» и «Торговый знак» – попросту записаны под одним и тем же определением. И если для понятий «Торговая марка» и «Торговый знак» такая идентичность весьма вероятна, то понятие «Фирменный знак» несколько выпадает из этого ряда.

Приведем несколько примеров.

Фирменный знак – это обозначение, указывающие на изготовителя товара и предназначенное для индивидуализации товаров и услуг[24].

Фирменный знак (логотип) – индивидуальное графическое изображение названия компании и может содержать в своем составе графический символ[25].

Товарный знак (фирменный знак) – это уникальный символ компании или конкретного, производимого ей товара, в структуре которого не используется название компании ни полностью, ни частично. Это символ или набор символов, визуально отражающий деятельность или несущий иную смысловую нагрузку товара или компании, которую он представляет[26].

К сожалению, не лучше обстоят дела с понятием «бренд». Например, до настоящего времени в различных источниках встречаются разные варианты написания «бр**е**нд» [1-5] и «брэнд» [8-15] или «бр**е**ндбук», «брэндбук», «бр**е**нд-бук», «брэнд-бук». Так, в рекламном сообществе под понятием «бренд-бук» понимают очень широкий набор описаний фирменных атрибутов, что абсолютно не соответствует действительному смыслу этого термина. Появились даже отечественные трактовки этого понятия, например, наиболее часто встречающееся определение:

Brandbook (бренд-бук) – (guideline) задокументированные правила развития и основы идентификации торговой марки. Бренд-бук всегда рассматривается не как отдельный документ, а как неотъемлемая составляющая пакета документов по торговой марке, включающих в себя не только визуальные аспекты бренда, но и весь комплекс философских, стратегических,

[23] http://www.advecon.ru/articles/fstyle/sign.html
[24] http://www.tm-patent.ru/firm_znak.html
[25] http://www.pikey.ru/index.php?id=design/des4
[26] http://www.fantasy-gpm.ru/pages/id/tovznak.html

семантических аспектов его функционирования. В русскоязычных источниках бренд-бук нередко рассматривают как руководство по фирменному стилю[27].

Бренд-бук (*brand book*) – это свод законов, регламентирующий использование элементов фирменного стиля компании, создаваемый вместе с фирменным стилем и представляющий собой справочник, инструкцию по использованию[28].

Или более короткое определение: Brand book – книга, представляющая собой свод единых правил идентификации бренда, его атрибутов; это руководство по использованию бренда в различных коммуникациях[29].

Таким образом, «бренд-бук» в том понимании, в котором его принято воспринимать в России, – это руководство по применению и использованию фирменного стиля. «Оригинальный» бренд-бук – это описание ценностей бренда и, главное, способов донесения их до потребителей.

Отсутствие до настоящего времени серьезных книг и публикаций по тематике бизнес-идентификации в большей степени связано с тем, что правильная терминология и структура элементов корпоративной идентификации бизнеса становится главным конкурентным преимуществом рекламных и дизайнерских агентств в борьбе за очередного крупного клиента.

Список использованных источников

1. Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR: учеб. пособие / В.Л. Музыкант. – М. : Экономистъ, 2004. – 606 с.

2. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: история, аудитория, приемы : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. – М. : Эксмо, 2006. – 240 с. : ил.

3. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегия продвижения : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. – М. : Эксмо, 2007. – 240 с. : ил.

4. Райс, Э. Происхождение брэндов, или Естественный отбор в мире бизнеса / Эл Райс, Лора Райс ; [пер. с англ. Д. Кунташова]. – М. : АСТ : Хранитель, 2007. – 345 с.

5. Матенцев, А.Н. 600 способов продвижения торговой марки / А.Н. Матанцев. – М. : Дело и Сервис, 2003 – 352 с.

6. Галли, Б. Бренд: Рождение имени. Энциклопедия / Берн Галли ; пер. с франц. Е.А. Макаровой / Б.Гали. – М. : Эстерна ; Палимпсест, 2007. – 432 с.

7. Куталиев, А.Эффективность рекламы / А. Куталиев, А. Попов . – М. : Эксмо, 2005. – 416 с.

8. Куценко, А.И. Как спланировать рекламную кампанию в г. Новокузнецке / А.И.Куценко, Е.Г.Лашкова. – Новокузнецк : Институт открытого образования, 2000. – 138 с.

[27]Википедия – ресурс: http://ru.wikipedia.org

[28] http://www.1maya.ru/brendbook.php

[29] http://www.glossostav.ru/word/2220/

9. Лашкова, Е.Г. Маркетинг: практика проведения исследований : учеб. пособие / Е.Г.Лашкова, А.И.Куценко ; Сиб. гос. индустр. ун-т.– Новокузнецк: СибГИУ, 2006. – 140 с.

10. Лашкова, Е.Г. Маркетинг. Практика проведения исследований : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.Г.Лашкова, А.И.Куценко. – М. : Изд. центр «Академия», 2008.– 230 с.

11. Лашкова, Е.Г. Планирование рекламной кампании : учеб. пособие / Е.Г.Лашкова, А.И.Куценко ; Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк : СибГИУ, 2005. – 115 с.

12. Лашкова, Е.Г. Планирование рекламной кампании : учеб. пособие / Е.Г.Лашкова, А.И.Куценко ; Сиб. гос. индустр. ун-т. – Изд.2-е, перераб. и доп. – Новокузнецк : СибГИУ, 2010. – 319 с.

13. Дэвис, С.М. Бренд-билдинг: Создание бизнеса, раскручивающего бренд / Самуэль Марк Дэвис, Майкл Данн. – СПб. : Питер, 2005. – 320 с.

14. Куценко А.И. Корпоративная идентификация бизнеса: бренд-бук и паспорт фирменных стандартов: монография / А.И.Куценко, Е.Г.Лашкова; Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк: Изд.центр СибГИУ, 2011. – 262 с.

УДК 339.372.7:691

Особенности развития DIY-ритейла в России

М.В. Цымбалюк [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются особенности DIY-сегмента торговли в России. Рассмотрены крупные торговые розничные сети DIY-формата и основные тенденции их развития на современном этапе. Сделаны выводы по факторам, определяющим поведение торговли в данном сегменте на сегодняшний день.

Ключевые слова: торговля, торговые сети, DIY-ритейл, формат торговли, спрос

Формат DIY представляет собой аббревиатуру английского выражения «Do it yourself», что означает «Сделай это сам». Этот формат появился в западных странах в 50-60-е годы двадцатого века. Сегодня под DIY торговлей подразумевают крупные строительные магазины, предлагающие достаточно широкий ассортимент товаров, включающий не только строительные товары, но и товары для сада и огорода, мебель, различные предметы интерьера, позволяющие самостоятельно обустроить свой дом и сделать его комфортным.

Историческими предпосылками появления данного формата были небольшие скобяные лавки, в которых предлагался ассортимент необходимых мелочей в быту. Со временем мелкие производители стали развиваться в крупные торговые сети. На западе данный формат торговли стал активно развиваться в послевоенные годы, когда наблюдался бум спроса на строительные материалы и предметы интерьера.

В России данный формат появился в 90-е годы с проникновением на отечественный рынок крупных торговых сетей. Спрос на товары такого рода в нашей стране всегда был достаточно высок, поскольку представляемый ассортимент долгое время был ограниченным. Желание обустроить свое жилище, сделать его удобным и красивым во многом реализовывалось самостоятельно, своими руками, с помощью различных научно-публицистических журналов, кружков юных техников и т.д.

На сегодняшний день в России представлено большое количество игроков данного сегмента, к которым можно отнести и крупные западные торговые сети: OBI, Leroy Merlin, K-Rauta, Castorama; и российские сети: «СТД Петрович», Максидом, «Строительный Двор», «Бауцентр» и другие. По данным аналитики, сейчас всего на рынке работает более 700 универсальных и специализированных сетей DIY, доля современных форматов торговли превышает 75% рынка, причем на TOP-10 крупнейших ритейлеров DIY приходится более 30%. [4]

Специалисты отмечают, что формат данного типа торговли в России имеет свои определенные особенности. Одной из них является то, что наши покупатели занимаются только выбором необходимых предметов для обустройства и ремонта дома, в то время как сам ремонт предпочитают делать руками профессионалов. На западе, в связи с достаточно высокой стоимостью подобных работ, покупатели осуществляют ремонт самостоятельно, для чего в самих магазинах их подробно инструктируют с помощью, установленных в торговых залах экранов. [5]

За последние годы этот рынок претерпел определенные изменения. Рекордные темпы ввода новостроек, особенно в 2014-2015 годах во многом способствовали развитию данного сегмента. Однако, начиная с 2015 года, и в этом формате торговли начались определенные трансформации. Часть из них была связана с общим падением спроса в экономике, сам DIY формат в 2015 году показал - в реальном выражении падение объема продаж на 1,6%. 2016 год стал куда большим вызовом – по оценкам аналитиков РБК, в ушедшем году рынок потерял 6%. 2016 год оказался сложным даже для федеральных и международных DIY-ритейлеров, причина падения – кризис на рынке жилищного кредитования. Рынок жилищного кредитования сократился на треть (32,9%), исчерпав свой потенциал в качестве драйвера рынка на в 2016-2017 годах. [2]

Кроме того, на российском рынке торговли последние годы наблюдается общая тенденция активной ротации игроков: пространство захватывают крупные торговые сети, а мелкие постепенно вытесняются с рынка и банкротятся. В 2014-2015 году закрылись сети «Старик Хоттабыч», «Армада», «Интексо», «Азбука ремонта» / «Евроинтерьер». Данные тренды продолжились и в 2016 году: Ид закрытие магазинов сети «Метрика», массовая продажа ГК «Домоцентр» гипермаркетов «Практик», «Стройкин», Forma «Прораб» и «Ковровый двор». Несмотря на общее для розничной торговли снижение расходов потребителей и сокращение спроса, ведущие DIY-сети не только

остались при своих площадях, но и предпочли не пересматривать масштабные планы развития. Лидерами российского рынка DIY по-прежнему остаются международные сети Leroy Merlin, OBI и Castorama. Уход слабых игроков создает возможности для роста международных ритейлеров, многие из которых продолжают активное развитие собственной розницы в России. Так, за полтора года (с 2015 по 2016 года) «Леруа Мерлен» открыл в разных городах России более 20 гипермаркетов. [2]

Происходящие процессы заставляют существующие торговые сети активно защищать свое торговое пространство путем развития различных методов торговли и привлечения покупательского спроса. К основным из них в 2017-2018 годах на российском рынке можно отнести следующие:

1. Интеграция online и offline каналов взаимодействия с покупателями.
2. Рост доли товаров российского производства в ассортименте торговой сети.
3. Увеличение доли товаров низкого ценового сегмента.
4. Активное развитие собственных торговых марок.

По данным INFOLine, на начало 2017 года уже более 200 универсальных сетей DIY России развивают канал интернет-продаж. Позиции лидера на рынке интернет-торговли среди универсальных и специализированных торговых сетей DIY упрочила торговая сеть СТД «Петрович» – по итогам прошлого года эта сеть уже увеличила интернет-продажи более чем на 34%. Лидер рейтинга INFOLine DIY Retail Russia TOP торговая сеть Leroy Merlin в течение прошлого года расширила online-каталог до 38 тыс. SKU, что полностью покрывает ассортимент гипермаркетов, при этом online-заказ доступен более чем для 85% предложенных в каталоге товаров. [3]

Тем не менее многие эксперты сходятся в том, что интернет в DIY-секторе – в первую очередь канал для коммуникаций, а не продаж. Это подтверждают и результаты опроса, проведенного аналитиками РБК Исследования рынков. Так, 26,7% опрошенных опасаются при покупке в интернете получить неподходящий цвет, оттенок и текстуру DIY-товаров, 24% сомневаются относительно качества товара, а 19% боятся дополнительных сложностей с возможным возвратом покупки продавцу. [2] Поэтому, несмотря на существующие преимущества интернет торговли, большинство покупателей стремится к заключению покупки только после непосредственного знакомства с товаром. Выигрышная комбинация – сохранение преимуществ офлайновой торговли в онлайне.

Еще одной современной особенностью рынка торговли стал уход от импортных товаров и замещение их товарами российского производства. Во многом, причиной стала девальвация российской валюты и рост стоимости товаров зарубежного производителя. Указанные изменения заставили торговые сети пересмотреть свой ассортимент товаров, чтобы избежать негативных изменений в спросе. Так, к 2017 году ассортимент торговой сети «К-Раута» уже на 45% состоял из российских товаров. А у сети Leroy Merlin товаров

российского производства уже более 50%, и к 2021 году компания планирует увеличить этот показатель до 80%.[3]

Как отмечают специалисты INFOLine, такое стремление к импортозамещению позволит DIY ритейлерам оптимизировать свою ценовую политику и снизить зависимость от валютных колебаний.

Падение реальных доходов россиян способствовало смещению спроса с дорогих товаров на более бюджетные товары-аналоги. Благодаря ротации ассортимента торговые сети DIY в 2017 году продолжают увеличивать долю товаров низкого ценового сегмента, развивая программы лояльности и значительно активизируя промоактивность и проводя агрессивные распродажи.

Уход от дорогих товаров сказывается, в первую очередь, на брендовых товарах, которые активно вытесняются собственными торговыми марками (СТМ). [1]Часть торговых сетей начинает активное наращивание производства товаров под собственной торговой маркой, ведь это дает ощутимую экономию по затратам и снижает зависимость от производителей и поставщиков товаров.

Как показывают данные исследования, СТМ позволяет ритейлерам повысить маржинальность некоторых категорий товаров и сокращает риски со стороны внешних производителей. Лидером по развитию СТМ является торговая сеть Leroy Merlin, которая в российском ассортименте имеет 16 собственных торговых марок, под которым производится более 5 тыс. SKU. [3]

На сегодняшний день рынок DIY - ритейла считается одним из наиболее перспективных рынков. Международными сетями сюда инвестируются миллиарды только в нашей стране. Наиболее распространенным форматом здесь являются супер- и гипермаркеты с широким ассортиментом строительных товаров – от сухих смесей и красок до сантехники и различных предметов и украшений дома, которые позволяют осуществить ремонт любому покупателю. Таким образом, особенности развития DIY сегмента на данный момент складываются как под влиянием общих экономических тенденций развития торговли, так и под влиянием изменения структуры покупательских предпочтений и основных игроков на данном рынке.

Список использованных источников

1. Тенденции в спросе и их влияние на развитие торговли. Цымбалюк М.В. Михайлова Т.А.. Проблемы и перспективы экономических отношений в постиндустриальном обществе. Сборник статей МНПК 1декабря 2017г. Часть 2 — Самара: НИЦ АЭТЕРНА, 2017.

2. Исследование рынка DIY от РБК: что важно знать ритейлеру. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://rb.ru/analytics/diy-rbc/

3. Исследование INFOLine: рынок DIY показал рекордное снижение на 6%. .[Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.retail.ru/articles/142545/

4. Об Исследовании "Аналитическая база 300 торговых сетей.[Электронный ресурс] Режим доступа: http://infoline.spb.ru/upload/iblock/385/ 38582357d8e4c0382612674cb4ad3b75.pdf

5. Формат DIY: история, характеристика, товары... .[Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.rmnt.ru/story/service_renovation/371184.htm

УДК 339.138

Роль маркетинга в электроэнергетике на примере Карагандинской ГРЭС-1

Береговская А.С. [1], к.э.н. Дубовик Ю.В. [2]

[1]ТОО «Bassel Group LLS», Карагандинская Государственная Региональная Электростанция (КарГРЭС-1), г. Темиртау, Республика Казахстан

[2]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация. Электроэнергетическая отрасль Казахстана постепенно переходит от централизованного управления к рыночному, в связи с чем наблюдается необходимость применения маркетинговых методов и инструментов к управлению энергетическим бизнесом. Значение маркетинга в электроэнергетике Казахстана возрастает, что обусловлено ее ролью в формировании инфраструктуры, важностью взаимодействия с различными контактными аудиториями.

Ключевые слова: электроэнергетика Казахстана, электроэнергетический рынок, энергетический маркетинг

Электроэнергетика является основной отраслью любого современного государства, темпы роста генерируемой электроэнергии и использование потенциала энергосбережения страны прямо свидетельствуют о росте и развитии экономики в целом и об увеличении производства внутреннего валового продукта (ВВП). Государство не может позволить себе строительство новых объектов и сооружений, развивать промышленность, медицину и инфраструктуру населённых пунктов, если нет новых мощностей.

Насущной задачей всех участников электроэнергетического рынка является дальнейшее развитие инфраструктуры рынка в направлении совершенствования его состава и форм взаимодействия участников, конкретизации и модернизации их деятельности. Особое значение приобретают: создание рыночного механизма, управление спросом и потреблением электроэнергии, создание системы сбыта, создание института энерготрейдеров и рынка производных финансовых инструментов, ценообразование и снижение финансовых рисков в сделках купли-продажи на основе технологий срочного рынка, исчисление ценовых рыночных индикаторов.

Для электроэнергетической отрасли Казахстана, которая лишь постепенно переходит от централизованного управления к рыночному, характерно относительное запаздывание в реализации рыночных механизмов и маркетинговых подходов к управлению энергетическим бизнесом. При этом специфика отрасли и самого энергопродукта создают определенные трудности перехода к маркетинговому управлению. Маркетинговой деятельности

участников данного рынка было уделено недостаточно внимания. Теория энергетического маркетинга фактически отсутствует [1].

Необходимость маркетинга в рыночной экономике обусловлена наличием на рынке конкуренции.

К основным направлениям энергомаркетинга можно отнести:

– для генерирующих компаний – поддержание конкуренто-способности продукта, установление цен на генерируемую энергию, выбор покупателя, определение рациональной структуры продаж генерируемой энергии;

– для сетевых компаний – прогнозирование спроса на услуги (определение будущей нагрузки и требований по надежности), функционально-стоимостной анализ электросетевого комплекса, формирование «тарифных меню», управление спросом на обслуживаемой территории, исследование рынков ресурсов для обеспечения технического и организационного развития компаний;

– для энергосбытовых компаний – исследования оптовых и розничных рынков, анализ конкурентоспособности, управление коммерческими потерями в сетях, поиск и определение стратегии диверсификации бизнеса;

– для энерготрейдеров – бренд-маркетинг, ценовая политика, выстраивание долгосрочных отношений с клиентом, организация взаимодействия с передающими и распределительными сетями, организация закупок электроэнергии, изучение спроса.

Маркетинг в электроэнергетике необходим, но, несомненно, имеет свои особенности, обусловленные производством и потреблением товара – электроэнергии.

Одним из важнейших составляющих комплекса маркетинга является продукт (товар) или ассортиментная политика, напрямую зависящая от направления денежных потоков, его оценки и прогноза. Ценовая политика в энергетической сфере регулируется государством. В связи с этим одной из основных задач в маркетинге электроэнергии является поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности за счет оптимизации себестоимости, модернизации мощностей. Сбытовая и коммуникационная политика производителей электроэнергии ориентирована на взаимодействие с представителями делового рынка, т.е. с оператором национальной электрической сети – АО «KEGOC», с региональными электросетевыми компаниями, с крупнейшими промышленными потребителями.

Рассмотрим особенности маркетинга в данной сфере на примере КарГРЭС-1 (Карагандинской ГРЭС-1), относящейся к Темиртаускому энергоузлу наряду с ТЭЦ-2 и ТЭС-ПВС. В настоящее время основное и вспомогательное оборудование существующих энергопроизводящих мощностей физически и морально устарело и находится в аварийном состоянии. В течение длительного времени в Темиртауском энергоузле наблюдается снижение генерации на электростанциях и отсутствие ввода новых мощностей, поэтому, как и вся Карагандинская область, Темиртауский энергоузел является энергодефицитным. Дефицит электроэнергии покрывается

за счет покупки электроэнергии на электростанциях, расположенных вне узла. Прогноз ввода потребительских и генерирующих мощностей по Темиртаускому энергоузлу на расчетный 2017 и перспективный 2020 год приведен в таблице 1. В прогнозный баланс включены все намеченные вводы как потребительских, так и генерирующих мощностей Темиртауского энергоузла за рассматриваемый период.

Таблица 1 – Прогноз ввода потребительских и генерирующих мощностей по Темиртаускому энергоузлу, МВт

Наименование	2020	2013	2017 (прирост)
1. Электрическая нагрузка потребителей, в т.ч.:	857	574	+283
– производство АО «Арселор Миттал Темиртау» (металлургический комбинат)	520	446	+43
– производство ТОО «ТЭМК» (электрометаллургический комбинат)	96	26	+70
– производство АО «Централ Азия Цемент»	63	23	+40
– коммунально-бытовые потребители г. Темиртау	118	57	+61
– объекты филиала АО «НК «КТЭ» Карагандинской дистанции электроснабжения	10	5	+5
– прочие производственные потребители энергорайона	12	10	+2
– прочие бытовые потребители энергорайона	38	7	+31
2. Покрытие собственными электростанциями, в т.ч.:	773	370	+403
– ГРЭС-1	233	83	+150
– ТЭЦ-2	460	235	+225
– ТЭЦ-ПВС	80	52	+28
3. Дефицит	-84	-204	

В целом, за весь рассматриваемый период развития Темиртауского энергоузла (2013 – 2020 годы), в энергоузле сохранится дефицит мощности из-за нехватки генерирующих мощностей (-84 МВт). Следует отметить тот факт, что прогнозный дефицит мощностей в 2020 году (-84 МВт) хоть и меньше, чем фактический дефицит мощности в 2013 году (-204 МВт), но составляет достаточно большую величину. Стоит необходимость в вводе новых мощностей и перевооружении старых [2].

Карагандинская ГРЭС-1 города Темиртау является районной электростанцией в Республике Казахстан. Станция возводилась с целью обеспечения электроэнергией предприятий Карагандинского угольного бассейна.

В настоящее время станция КарГРЭС-1 располагает тремя котлами и двумя турбогенераторами. Установленная мощность – 108 МВт, располагаемая мощность – 83 МВт. Основным видом производства является электроэнергия. Используемое топливо: уголь, добываемый на разрезах Экибастузского месторождения, растопочное топливо – мазут [3].

Специфика энергетического производства состоит в том, что выработанную электрическую и тепловую энергию нельзя "положить на склад". Количество вырабатываемой энергии зависит от того, сколько ее в данный момент необходимо потребителям. Это требует высокой степени ответственности за безотказную работу оборудования, правильную организацию эксплуатации и ремонтов.

Цена как важнейший экономический инструмент комплекса маркетинга оказывает непосредственное воздействие на характер доходности предприятия [4].

Ценообразование по производству электрической энергии осуществляется в соответствии с Законом РК «Об электроэнергетике» по принципу «тариф в обмен на инвестиции».

Отпускная цена, определенная Соглашением, заключенным между КарГРЭС-1 и Министерством энергетики РК на 2017 год составляет 8,30 тенге/кВт×ч без учета НДС.

Для реализации электрической энергии по ценам, не превышающим предельный тариф, энергопроизводящая организация в установленном порядке заключает с уполномоченным органом соглашение. Соглашение предусматривает инвестиционные обязательства энергопроизводящей организации по реализации мероприятий, направленных на создание новых активов, расширение, обновление, поддержку, реконструкцию и техническое перевооружение существующих активов.

Энергопроизводящая организация КарГРЭС-1 самостоятельно определяет свои инвестиционные обязательства в соответствии с планируемыми амортизационными отчислениями и уровнем чистого дохода от реализации электрической энергии по ценам, не превышающим предельный тариф.

В случае неисполнения энергопроизводящей организацией инвестиционных обязательств, предусмотренных соглашением, энергопроизводящая организация обязана возвратить субъектам оптового рынка полученные средства, предусмотренные соглашением для выполнения инвестиционных обязательств и неиспользованные на их реализацию путем снижения отпускной цены на электрическую энергию на следующий календарный год [5].

В настоящее время особое значение приобретает управление спросом, что является важнейшим аспектом маркетинга. Поставщики электроэнергии развивают программы по управлению спросом как под воздействием государственного регулирования, так и под влиянием исключительно экономических причин. Это специфическая задача для маркетинга, так как помимо определения сбытовой политики, компании берут на себя заботу о том, чтобы клиенты правильно употребляли получаемые услуги [6].

На электростанции КарГРЭС-1 в качестве энергосбытового подразделения выступает планово-технический отдел, на который возлагаются следующие основные функции:

– обеспечение выполнения плана по реализации выпускаемой продукции;

– учет отпуска энергии;

– ведение отчетности по отпуску и реализации электрической энергии;

– документальное оформление и проведение ограничения и отключения потребителей-неплательщиков за дебиторскую задолженность;

– юридическое обеспечение энергосбытовой деятельности.

Основными условиями эффективного осуществления указанных функций являются регулярное проведение маркетинговых исследований, создание систем коммерческого и технического учета энергопотребления и совершенствование контрактных отношений.

Энергетическое оборудование является частью основных производственных фондов электростанции. Оно многократно участвует в производственных циклах по выработке энергии, перенося по частям, по мере постепенного износа, свою стоимость на готовый продукт, но сохраняя при этом свою натуральную форму.

Снижение дефицита мощности и обеспечение покрытия роста нагрузок в Карагандинской области должно осуществляться за счет строительства новых генерирующих мощностей. В связи с этим возник проект реконструкции и модернизации станции КарГРЭС-1 посредством реализации инвестиционного проекта «Проект строительства нового энергоблока мощностью 300 МВт». Новый энергоблок мощностью 300 МВт смог бы обеспечить выработку тепловой и электрической энергии на базе современного оборудования для сжигания твердого топлива и очистки дымовых газов от загрязняющих веществ. На станции предусматривалось применение наиболее эффективной технологии комбинированного производства на базе современного высокоэффективного, надежного и экологически чистого оборудования с высокой степенью автоматизации производственных процессов.

В настоящее время реализация Проекта строительства нового энергоблока мощностью 300 МВт на КарГРЭС-1 столкнулась с некоторыми сложностями, и в данный момент приостановлена в связи со следующими обстоятельствами.

Во-первых, необходимо определить стоимость контракта, технических аспектов, стандартов качества оборудования, гарантий, которые удовлетворяли бы обе стороны соглашения.

Во-вторых, выявилось длительное согласование в уполномоченных органах. Проект реконструкции был представлен в Министерство Энергетики Республики Казахстан, но на данной стадии все еще не получил согласования.

Новый проект имеет ярко выраженную социальную направленность, и мог бы решить задачу обеспечения надежного и устойчивого электроснабжения и теплоснабжения потребителей с учетом перспективного развития города. Однако, приостановка реализации проекта строительства сохраняет проблемы дефицита электроэнергии и мощности в Карагандинской области, что ведет к дефициту электроэнергии, который будет покрываться за счет отбора

электроэнергии и мощности из существующего электрического транзита «Север-Юг Казахстана». Это, в свою очередь, существенно ограничит передачу электроэнергии и мощности в энергодефицитный Южный Казахстан [7].

Для электроэнергетики важно создание положительного имиджа энергетических предприятий. С этой целью должны применяться все отработанные направления и методы взаимоотношений с общественностью: установление доброжелательных контактов с потребителями, органами власти, общественными организациями, политическими партиями, инвесторами, кредиторами; проведение выставок, экскурсий, семинаров; периодические выступления в средствах массовой информации; выпуск проспектов, специальных изданий, информационных материалов.

Экономия электроэнергии при ее потреблении представляет экономический интерес не только для потребителей, но и для предприятий электроэнергетики, т.к. развитие энергетических мощностей требует больших затрат, чем мероприятия по экономии электроэнергии при ее потреблении. Это направление работы маркетинговых подразделений в электроэнергетике. Предприятия электроэнергетики с целью составления программы своего перспективного развития должны изучать спрос на электроэнергию в целом и по отдельным сегментам рынка электроэнергии (группы потребителей).

В недалеком будущем следует ожидать существенного повышения роли маркетинга в электроэнергетике, несмотря на то, что конкуренция на национальном и региональных рынках ограничена. Это связано с тем, что производителям электроэнергии для повышения эффективности своей деятельности важно взаимодействовать на основе принципов маркетинга не только с непосредственными потребителями, но и со стейкхолдерами и прочими контактными аудиториями, в том числе государством, региональными властями, потенциальными инвесторами, общественностью, конечными потребителями. Энергетические компании – это не только коммерческие организации, они осуществляют и важнейшую общественную миссию, являясь элементом инфраструктуры и системы обеспечения страны.

Список использованных источников

1. Козловский Д.А. Управление электроэнергетикой на принципах маркетинга [Текст]: автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / Козловский Дмитрий Андреевич. – Москва, 2008. – 26 с.

2. Электроэнергетика Казахстана: ключевые факторы [Электронный ресурс]// Официальный сайт АО «Казахстанская компания по управлению электрическими сетями KEGOK». – 2018. – Режим доступа: http://www.kegoc.kz/ru/elektroenergetika/elektroenergetika-kazahstana-klyuchevye-fakty (дата обращения: 01.03.2018).

3. Официальный сайт ТОО «Bassel Group LLS» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: http://basselgroup.kz/ (дата обращения: 01.03.2018).

4. Международный опыт реформирования электроэнергетики. Казахстан// ОАО РАО «ЕЭС России». – 2014. – 12 с.

5. Строительство энергоблока мощностью 300 МВт: пояснительная записка к проекту // ТОО «Bassel Group LLS». – Темиртау, 2015.
6. Проект концепции дальнейшего совершенствования рыночных отношений в электроэнергетике Республике Казахстан// Официальный сайт АО «КОРЭМ». – 2015. – Режим доступа: http://www.korem.kz/uploads/file/concept_draft_02.02.2015.pdf (дата обращения: 01.03.2018)
7. Строительство энергоблока мощностью 300 МВт: технико-экономическое обоснование // ТОО «Bassel Group LLS». – Темиртау, 2015.

УДК 659

Технологии виртуальной и дополненной реальности в маркетинге

Клепикова А.Ю. [1]

Научный руководитель: к.э.н. Матасова О.И. [1]

[1]ФГБОУ ВПО Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского государственного университета, г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: в статье изучены подходы к определению понятий виртуальной и дополненной реальности; практические аспекты использования данных технологий на примере реального времени. Рассмотрены отрасли, в которых чаще всего проявляются VR и AR. Также определена их роль в сфере маркетинга и их значимость для современных маркетологов.

Ключевые слова: виртуальная реальность, дополненная реальность, маркетинг, рыночная ниша, онлайн-маркетинг.

Наибольшее развитие сфера виртуальной и дополненной реальности получила за рубежом, в первую очередь, в связи с тем, что первоначально термин «виртуальная реальность» (VR - virtual reality) возник в 80-х годах прошлого века благодаря специалисту по компьютерной технике Дж Ланьеру.

Под виртуальной реальностью понимается технология, основанная на обратной связи между реальностью, созданной компьютером и человеком [1, с. 36]. Иными словами, виртуальная реальность − это пространство, созданное компьютером и воспроизводящее окружение человека [2]. Галич А.Э. определяет данный термин как воспроизведение техническими средствами окружающей реальности [3, с. 28]. Таким образом, под виртуальной реальностью мы можем понимать технологию создания и симуляции окружающей среды компьютерными устройствами.

Технологии виртуальной реальности позволяют воспринимать окружающую среду при помощи: расширенного угла обзора (до 120 градусов); бинаурального звука (ощущения восприятия звука двумя ушами); специальных аксессуаров, позволяющих ощутить прикосновения; специальных программ, отслеживающих движения головы, позы тела и положения тела в пространстве. Пользование технологией виртуальной реальности предполагает наличие специального устройства (шлема и/или пульта).

Термин «дополненная реальность» возник в 90-х годах прошлого века. Его основоположником стал ученый в области авиации, сотрудник компании Boeing Том Кодел. Дополненная реальность (AR − augmented reality) представляет собой технологию наложения на реальный мир дополнительных, улучшающих ее, слоев. В 1997 г. исследователь Рональд Азума дал определение термину «дополненная реальность», определив его как систему, располагающуюся в трехмерном пространстве, имеющую возможность взаимодействовать в реальном времени и комбинирующую реальное и виртуальное [4].

Яркими примерами применения технологий дополненной реальности служат появление инфографики в момент просмотра спортивных матчей (линии с расстоянием до ворот, траектории движения мяча/шайбы), данные о полете, отражающиеся на лобовом стекле самолета, появление справочной информации при наведении планшета или смартфона на объект [5, с. 102].

Среди сфер применения виртуальной и дополненной реальности выделим следующие: компьютерные и видеоигры; рекламу; кино и музыку; туризм и изучение достопримечательностей (музеи, галереи); спорт; авиацию; медицину; образование [6, с 270-272].

Согласно данному списку, можно сделать вывод, что сфера VR /AR – технологий затрагивает, в первую очередь, область развлечений. Главное отличие дополненной реальности от виртуальной − постоянное присутствие пользователя в настоящем, реальном мире. Объем рынка VR /AR – технологий в 2016 г., согласно данным компании IDC, составил 6,1 млрд дол. В 2017 г. прогнозируется его почти двукратный рост (до 13,1 млрд дол). Рассмотрим структуру мирового рынка виртуальной и дополненной реальности в 2016 г. по характеру потребителей (рис. 1).

Опираясь на исследования рынка дополненной и виртуальной реальности, проведенным компанией IDC в 2016 г., большая часть потребителей технологий VR /AR – обычные пользователи (44%), на втором месте производители отдельных изделий: производство автомобилей, компьютеров, оборудования (11%), на третьем – розничная торговля (7%).

Таким образом, на долю коммерческих потребителей приходится около 56% рынка виртуальной и дополненной реальности. Сферами применения технологий являются автомобилестроение, строительство, компьютерные технологии и дизайн, производство машин и оборудования, пищевая и легкая промышленность и т.д. VR /AR-технологии используются при изготовлении продукции, проектировании, дизайне, взаимодействии с потребителем, логистике.

Сегодня можно выделить несколько наиболее перспективных рыночных ниш, где использование VR и AR наиболее хорошо просматривается. Это: маркетинговые коммуникации; продажи; обучение и обслуживание; логистика.

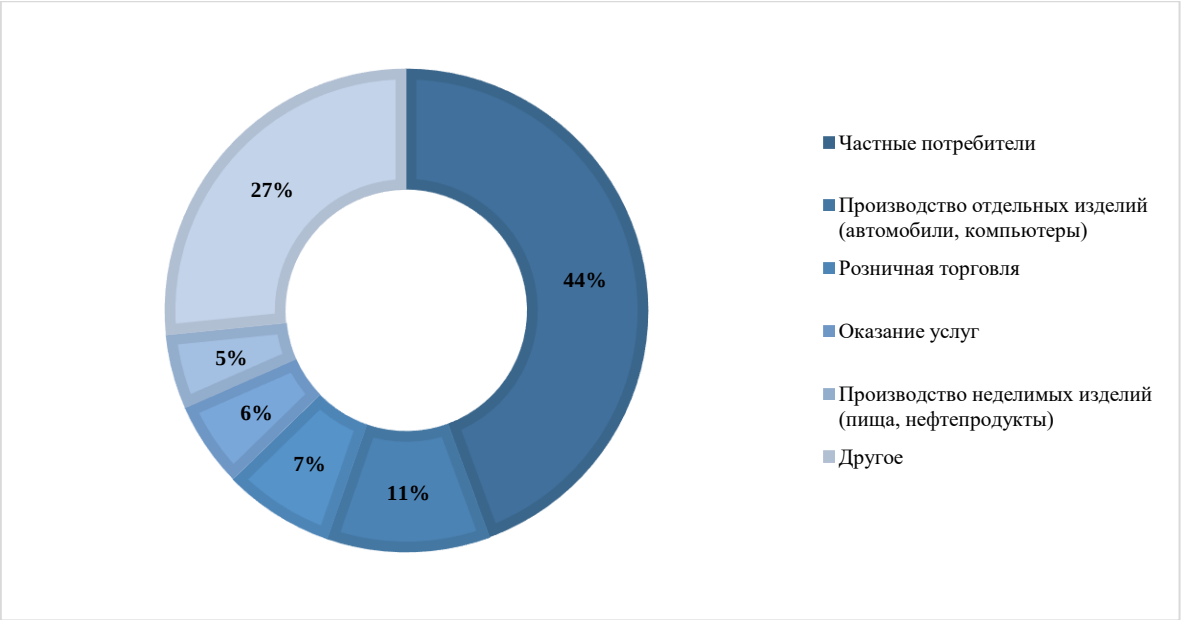


Рисунок 1 – Структура мирового рынка виртуальной и дополненной реальности в 2016 г. по характеру потребителей [8]

Российский рынок виртуальной и дополненной реальности находится в ранней стадии развития, однако, показывает высокие темпы роста. По данным Российской Ассоциации дополненной и виртуальной реальности (AVRA), инвестиции на российском рынке в данной отрасли за 2016 год составили 730 млн руб., что превышает уровень предыдущего года в несколько раз [7].

Согласно отчету Института социальных медиа МОМРИ о рынке технологий виртуальной реальности в России, объем рынка устройств, программного обеспечения и контента виртуальной реальности оценивается в сумму порядка 1,2 млрд рублей, а количество проданных VR девайсов около 560 тыс. шт. [7].

По оценкам экспертов, в 2015 году рынок насчитывал порядка 30 участников, в то время как в 2016 году их было уже 183. Рост объема рынка за последний год составил 350%, а количества фирм в отрасли – 610%. Несмотря на растущий интерес к этой области, только около 20 компаний начали внедрять VR /AR решения в собственный бизнес в 2016 г., среди них ПАО «Сбербанк», ПАО «Сибур Холдинг» (переработка нефти и газа), компания «Росатом», группа компаний «Пик».

Первоначально на российском рынке использовались только западные технологии, однако, в последнее время появляются собственные компании-разработчики в сфере VR /AR решений.

Каким образом технологии VR и AR могут использоваться в маркетинге? Маркетологи могут отправиться на встречу со своими потенциальными клиентами, а дополненная реальность позволит взаимодействовать с ними совершенно по-новому. Возможности дополненной реальности по работе с покупателями практически безграничны. Используя в реальном мире принципы работы онлайн-маркетинга, дополненная реальность размывает представления

о том, что такое реклама. Международные бренды могут задействовать ее, чтобы отображать свои товары на любых поверхностях и даже людях. Магазины одежды создают виртуальные примерочные, чтобы покупатели увидели, как вещь сидит на них. Мебельные магазины размещают виртуальную мебель в реальных домах, и покупатели, с помощью приложения, установленного на планшете, могут найти для своих потенциальных приобретений подходящие места.

Дополненная реальность больше распространена, ее технологии проще в разработке и реализации. И кажется, что маркетологи на ее фоне совсем забыли о виртуальной реальности. Но это не так. Ее внедрение идет черепашьими темпами, то есть медленно, но стабильно.

Виртуальная реальность подходит компаниям, которые хотят, чтоб их клиенты с головой погружались в историю - ведь дополненная реальность не может этого им дать. Проводя людей с помощью VR по всему пути своего становления, та или иная фирма может привлечь повышенное внимание к своей миссии. Это будет способствовать большей вовлеченности и установлению личной связи потребителя с брендом. В потенциале маркетинг, использующий виртуальную реальность, преуспеет в сфере туризма. Гарнитура, «телепортирующая» клиентов в экзотическое место, позволяющая больше узнать о культуре интересующих их стран, только поможет туристическим агентствам и отелям лучше продавать путевки. Автопроизводители тоже не прогадают, если начнут использовать VR в своем продвижении – например сделав виртуальный тест-драйв.

Автор может предложить следующие способы использование VR и AR технологий в маркетинге, например: 1) Основной интерес маркетинга в дополненной реальности — это возможность «потрогать» продукт, поэтому предлагается в сфере общественного питания сделать 3D меню для просмотра с телефонного устройства, для привлечения клиентов. 2) Запустить виртуальную технологию в системы навигатора для более точно и полного видения маршрута.

Маркетологи всегда быстро хватаются за новые технологии и начинают использовать их в рекламе. Преимущество виртуальной и дополненной реальности в маркетинге – более продвинутая и вовлеченная аудитория. Дополненная реальность будет хороша в любой индустрии, тогда как виртуальная реальность может дать полноценный чувственный опыт. Оба типа технологий могут привести к появлению нового вида маркетинга. Другие формы маркетинга должны будут привыкнуть к наличию аудитории, ожидающей интерактивных подходов в рекламе, удерживающих ее внимание и, в конечном итоге, способствующих продажам.

Список использованных источников

1. Маслов Е.А., Хаминова А.А.Внедрение современных технологий виртуальной и дополненной реальности в креативные индустрии: тенденции и проблемы // Гуманитарная информатика. 2016. № 10. С. 35-46.

2. Журавлева О. Б. Технологии Интернет-обучения: Учебное пособие / О.Б. Журавлева, Б.И. Крук. - М.: Гор. линия-Телеком, 2013. - 166 с.
3. Гапич А. Э. Технологии цветных революций: Монография / А.Э. Гапич, Д.А. Лушников. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 126 с.
4. Ronald T. Azuma A Survey of Augmented Reality // University of North Carolina at Chapel Hill [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://library.unc.edu/find/combinedresults/?Ntt=Azuma+Survey+of+Augmented+Reality+&Ntk=Keyword
5. Алексеева Д.Д., Маколкина М.А. Обзор технологии дополненной реальности // Информационные технологии и телекоммуникации. 2015. № 2 (10). С. 101-110.
6. Попова Е.Д. Сферы применения и перспективы AR/VR-технологий // В сборнике: Виртуальная и дополненная реальность-2016: состояние и перспективы Материалы конференции. 2016. С. 270-276.
7. Рынок виртуальной реальности в России 2016 // Официальный отчет института социальных медиа МОМРИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://momri.org/portfolio/vr-market-in-russia-04-2017/
8. Worldwide Semiannual Augmented and Virtual Reality Spending Guide 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // https://www.idc.com/tracker/showproductinfo.jsp?prod_id=1381

УДК 659

«Применение социальных сетей как рекламно-информационной площадки для продвижения услуг предприятия-провайдера на примере АО «РИКТ»»

Конюхова Е.С. [1]

Научный руководитель: д.т.н. Киселева Т.В. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Применение социальных сетей как площадки для информирования клиентов, позволяет воздействовать на целевую аудиторию, которая заинтересована в приобретении той или иной услуги, а оперативная поддержка клиентов формирует лояльность к бренду. С помощью исследования была доказана роль социальных медиа при выборе оператора связи. Выявлены особенности внедрения социальных медиа в коммуникационные стратегии компании-провайдера.

Ключевые слова: маркетинг, социальные медиа, маркетинг в социальных медиа, провайдер, связь, поддержка клиентов, лояльность, бренд.

По данным оценки «ТМТ Консалтинг», на конец 2017 года количество абонентов широкополосного доступа в интернет в сегменте частных лиц в России достигло 32,6 млн, проникновение – 58%. Объем рынка составил 130,1

млрд рублей, ARPU – 339 рублей. Пятерка лидеров по абсолютному приросту абонентской базы представлена в таблице 1 [6].

Таблица 1 – пятерка лидеров по абсолютному приросту абонентской базы ШПД по результатам 2017 года.

	Оператор	2017	2016	Рост, %
1	Ростелеком*	11 960	11 562	3,4%
2	ЭР-Телеком	3 496	3 110	12,4%
3	МТС	3 053	2 835	7,7%
4	ВымпелКом	2 241	2 170	3,2%
5	ТТК	1 660	1 526	8,8%

По сравнению с 2016 годом структура российского рынка ШПД не претерпела значительных изменений. В связи с активной M&A деятельностью укрепил свои позиции оператор «ЭР-Телеком»: его доля по абонентам выросла на 1 п.п. Доли прочих операторов остались практически на уровне показателей 2016 года. Структура абонентской базы по операторам (Россия) представлена на рисунке 1 [6].

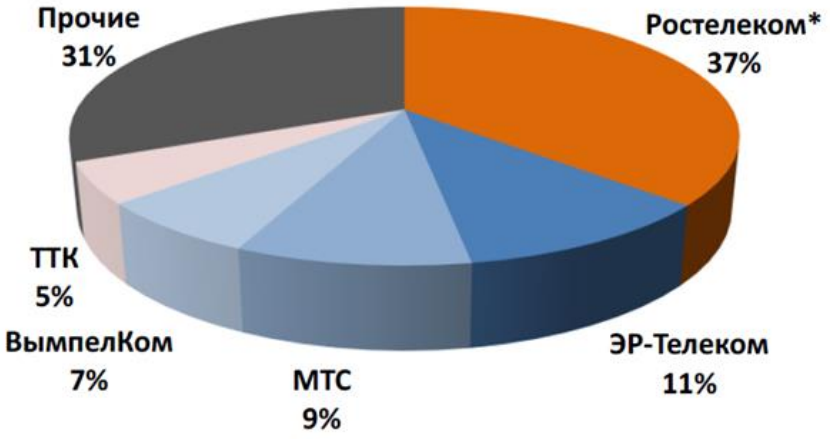


Рисунок 1 – Структура абонентской базы по операторам (Россия)

В условиях насыщенности рынка услуг связи и концентрации коммерческих предприятий, предоставляющих телефонию, интернет, телевидение, видеонаблюдение и другие смежные услуги, в исследовании было рассмотрено применение социальных сетей в качестве площадки для информирования и поддержки клиентов.

В настоящее время социальные сети — это огромное виртуальное пространство с миллионами пользователей, ежедневно оставляющих информацию о себе, что значительно упрощает работу маркетологов по сбору данных о потенциальных и реальных клиентах. Практическая значимость научно-исследовательской работы заключается в том, что на основе анализа современного состояния социальных сетей была разработана система мер по оптимизации маркетинговой стратегии предприятия связи. Выявлены

дополнительные возможности взаимодействия с действующими клиентами по вопросам пользования услугами.

SMM — это рекламно-информационная деятельность, которая в первую очередь нацелена на распространение информации о рекламируемом объекте в социальных сетях и блогосфере посредством создания сообщества целевых потребителей и управления им [9]. Плюсы такого метода работы заключаются в том, что комментарии, отзывы, пожелания потенциальных клиентов компания получает немедленно и, опираясь на эту обратную связь, может корректировать политику продвижения.

Маркетинг в социальных медиа имеет много общего с сетевым PR. Разница заключается в том, что SMM работает непосредственно с сообществами, которые охватывают целевую группу пользователей. Задачи, которые можно решать с помощью SMM: продвижение продукта, повышение узнаваемости и известности, формирование общественного мнения о товаре или услуге, увеличение посещаемости сайта компании.

Помимо этого, в работе были рассмотрены дополнительные возможности эффективного применения социальных сетей. В частности, оперативная поддержка клиентов: информирование о технических работах на оборудовании, обновление списка телесмотрения, получение заявок на подключение, приостановку услуг.

Аналитика эффективности применения социальных сетей в качестве площадки для продвижения услуг связи была проведена на основе данных компании-провайдера Междуреченска АО «РИКТ». На конец 2017 года количество клиентов ШПД составило 22 000 домохозяйств – это более 70% от общего числа пользователей проводного интернета в городе. Так как провайдер представлен исключительно в Междуреченске, для продвижения с учетом целевой аудитории были выбраны социальные сети, такие как Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram. Оценка эффективности сообществ была проведена по следующим показателям:

- уровень вовлеченности (по охвату, к посту);
- чистый прирост;
- активное ядро;
- негативный фидбек;
- частота отклика.

За 6 месяцев чистый прирост в группах компании «РИКТ» составил в соц. сети Вконтакте - 703 подписчика (34%), Одноклассники – 984 подписчика (41%), Facebook – 213 подписчиков (17%). Публичная страница Instagram - 541 подписчик (100%).

Уровень вовлеченности по охвату был рассчитан по следующей формуле (рисунок 3).

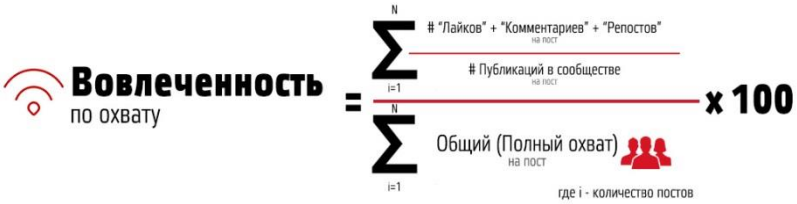


Рисунок 3 – Уровень вовлеченности по охвату

Так как охват – метрика органическая (учитываются только просмотры в ленте новостей или в самом сообществе), он является важным показателем, потому что дает понять фактическую аудиторию, которая увидела посты в ленте новостей. Вовлеченность подписчиков по охвату для сообществ предприятия-провайдера Междуреченска составила от 39 до 58%.

Уровень вовлеченности по охвату в группах РИКТа в соц.сетях Вконтакте и Одноклассники значительно выше, чем этот же показатель у аудитории Facebook и Instagram. Одним из факторов, повлиявших на это, стала интеграция рекламы в группах Вк и ОК с промо мероприятием. Информация о киноквесте «Настройся на кино» распространялась исключительно в двух вышеупомянутых сообществах. Именно эти площадки были выбраны для сбора команд-участников. По результатам рекламной компании квеста «Настройся на кино» были сформированы 10 команд (6-8 человек в каждой). Бюджет 2-х недельного рекламного объявления с учетом размещения в двух соц.сетях составил менее 2 000 рублей. Суммарное количество просмотров – 6 000, репостов – 500.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что социальные сети, выступающие как площадка для информирования клиентов, являются эффективным и экономически выгодным маркетинговым инструментом для представителей предприятий связи.

Помимо этого в процессе исследования была рассмотрена возможность применения социальных сетей, а именно сообществ бренда, как консультационной площадки для пользователей. Поддержка пользователей компании «РИКТ» через соц.сети заключалась в информировании о работах на оборудовании, оперативных отключениях, проведении технических консультаций и пользовательское сопровождение (вопросы начислений, детализации звонков, подключение/ отключение услуги).

С целью выявления предпочтений клиентов о способе контакта со специалистами РИКТа был проведен опрос в соц.сетях. Большая часть пользователей высказалась, что задать вопрос в личном сообщении или поделиться своим мнением об услуге в соц.сети им проще, чем набрать номер call-центра или обратиться в офис.

За 6 месяцев исследования процент «недозвона» на номер первой линии сократился с 20 до 11%. Количество принятых заявок на подключение/отключение услуг с июня 2017 года составило 560.

На основе этих данных были разработаны рекомендации по внедрению на предприятии должности SMM –специалиста в составе рекламно-информационной службы, включение в должностные обязанности специалистов службы поддержки клиентов консультирование пользователей в сообществах в социальных сетях. Подготовлено техническое задание для службы информационных технологий в части интеграции социальных сетей и программного обеспечения «Helpdesk». Также в ходе исследования были сделаны выводы о преимущества продвижения в социальных сетях:

– таргетинг (реклама отображается только заданной целевой аудитории);

– широкий выбор инструментов продвижения (рекламные баннеры и объявления, нативная реклама позволяют сформировать отношение к продукту);

– низкая стоимость рекламы (по сравнению с телевизионной рекламой или рекламой в печатных СМИ, продвижение в социальных медиа стоит значительно дешевле);

– наличие обратной связи (анализируя отзывы о товаре, услуге, изучая комментарии можно не только корректировать стратегию продвижения продукта, но и работать над его качеством);

– возможность автоматизированного управления рекламной деятельностью в социальных сетях достигается за счет приобретения дорогостоящих модулей поддержки, встраиваемых в CRM - системы. Открытые или условно бесплатные утилиты работают некорректно, вынуждая контролировать весь процесс, а невозможность централизованного ведения статистики затрудняет расчет эффективности всей рекламной компании.

Список использованных источников

1. Постановление Правительства РФ «О порядке оказания услуг телефонной связи» [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 09.12.2014 № 1342, ред. от 25.10.2017 — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172117. (20.02.2018)

2. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания телематических услуг связи» [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 10.09.2007 № 575, ред. от 25.10.2017 — Режим доступа: http://base.garant.ru/12155536. (20.02.2018)

3. Указ Президента РФ «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 09.05.2007 № 203 — Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570. (20.02.2018)

4. Ассоциация «РОСТЕЛЕСЕТЬ» [Электронный ресурс]: Российский рынок ШПД— Режим доступа: http://rosteleset.ru/rossijskij-rynok-shpd-predvaritelnye-itogi-2017-goda/. (20.02.2018)

5. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Д. Халилов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 240 с.

6. Сенаторов, А. А. Битва за подписчика "ВКонтакте". SMM-руководство [Текст] / А. А. Сенаторов. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 168 с.
7. Сенаторов, А. А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях [Текст] / А. А. Сенаторов. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 153 с.
8. Розен, Э. Анатомия сарафанного радио [Текст] / Э. Розен. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 416 с.

УДК 659

Опыт применения и классификация интерактивной наружной рекламы

Сковыро Д.В. [1]

Научный руководитель: к.э.н. Матасова О.И. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: в статье представлены подходы к определению понятия «интерактивная реклама» и ее виды, используемые в данной сфере. Предлагается классификация интерактивной наружной рекламы. Рассмотрены примеры применения технологий интерактивной наружной рекламы в крупных компаниях «Sony» и «DBB Paris». Выделены основные преимущества.

Ключевые слова: интерактивная наружная реклама, интерактивность, реклама, классификация, преимущества интерактивной рекламы.

Текущая ситуация в рекламной сфере характеризуется появлением в последнее время множества инноваций. Интерактивные носители вовлекают потребителей в процесс взаимодействия, обеспечивая наибольшую эффективность. Можно не обратить внимание на статичный плакат, но пропустить интерактивный баннер, реагирующий на движение, оживающий при приближении прохожего довольно сложно.

"Традиционная реклама", задача которой информировать и воздействовать на потребителя, постепенно теряет свои позиции. Поэтому новым брендам тяжело добиться внимания потребителя в стремительно растущем информационном потоке. Одним из основных визуальных компонентов, формирующих городскую среду, является наружная реклама. Однако взгляд потенциального потребителя редко внимательно останавливается на статичной наружной рекламе, для того, чтобы привлечь внимание ей часто приходится грубо вторгаться в городской облик.

Интерактивность (interactivity – англ.) – это способ взаимодействия получателя с отправителем, который начал развиваться в 90-х годах прошлого века. Интерактивность предполагает наличие обратной связи [2].

Суть интерактивной рекламы – переход от воздействия на потребителя к взаимодействию с ним [5, с. 62].

При рассмотрении мнений различных авторов на тему классификации интерактивной наружной рекламы мы выявили, что общепринятой классификации на сегодняшний день не существует. К примеру О. Савельева в своей статье: «Реклама в городском пространстве: использование языка актуального искусства» выделяет следующие виды интерактивной городской рекламы: интерактивная витрина, интерактивная проекция на элементы городского пространства, интерактивная стена (стена-сенсорный экран), интерактивные билборды, интерактивный промоутер, интерактивная наружная реклама с использованием технологий дополненной реальности [5, с. 61-66].

На наш взгляд, это достаточно полное перечисление видов интерактивной наружной рекламы, однако по сути не является классификацией, т.к. отсутствует единый признак или параметр, по которому можно разделить рекламу. В то время как в работе Горлевской Л.Э. «Инновационные технологии в рекламе» автор классифицирует интерактивную наружную рекламу по технологии создания: на голографическую и светодиодную. Рассмотрим технологии создания интерактивной наружной рекламы.

Голография представляет собой способ получения объемных изображений предметов на фотопластинке (голограмме) при помощи когерентного излучения лазера. Голографические витрины, так же, как и вся интерактивная наружная реклама обычно оснащаются сенсорами движения, света. Встроенные сенсоры движения определяют расстояние между поверхностью и человеком. При приближении показывается рекламное сообщение или, например, в случае зеркала, поверхность принимает свой обычный вид и человек может видеть себя в зеркале.

На основе *светодиодной технологии* изготавливаются пластичные светодиодные медиафасады. Медиафасад представляет собой виртуальную динамичную оболочку для статичных архитектурных сооружений, которая может транслировать крупномасштабные видео изображения. Одной из отличительных характеристик медиа-фасадов от обычной световой рекламы является интеграция дисплея в здание, что препятствует возникновению ощущения, что установка существует отдельно от фасада.

Профессор Бабурин В.А. в работе «Рекламные технологии маркетинговой деятельности в сфере сервиса» также делит интерактивную рекламу в зависимости от применяемых технологий на рекламу, создаваемую по технологиям: Gound FX, Free Format Projection и Displair. Рассмотрим подробнее эти технологии.

Технология Gound FX – это сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, которая позволяющее потребителю участвовать в сюжете. Суть технологии заключается в проецировании объемного изображения на поверхность.

Технология Free Format Projection – создает ощущение присутствия персонажей или объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое проецируется на поверхность. Это может быть девушка,

примеряющая одежду в примерочной кабинке или рекламный персонаж у входа в торговый центр.

Отечественная система Displair, которая вышла на коммерческий рынок в 2013 году позволяет воссоздать экран компьютера из воздуха в любом месте. К основным преимуществам по сравнению с ранее созданными моделями относятся:

– полная интерактивность, изображение устойчиво к внешнему вмешательству и ветру;

– система мульти-тач, способная считать действие пользователя и совершить его. Она способна регистрировать одновременно до 1,5 тысяч прикосновений со временем отклика менее 0,2 секунды, что позволяет использовать устройство многим пользователям одновременно;

– может передавать запах посредством добавления его в воздушный поток. То есть она представляет особый интерес для производителей косметики и парфюмерии [1, с. 100-103].

Рассмотрим, как интерактивная наружная реклама применяется в жизни. Одним из ярких и известных примеров использования интерактивной наружной рекламы – проект «дверь в Европу разработанный агентством DDB Paris для французских железных дорог. Основной целью проекта являлось стимулирование потребителей к поездкам.

На наш взгляд, данная классификация также не является полной, т.к. не учитывает некоторые технологии создания интерактивной наружной рекламы, рассмотренные нами ранее. К тому же любая классификация рекламы в зависимости от технологий быстро устаревает в связи с постоянным развитием рекламных технологий.

Нам представляется целесообразным в первую очередь классифицировать интерактивную наружную рекламу носителям, т.к. такая классификация более понятна для специалистов по рекламе и заказчиков в силу привычной терминологии.

Нами предлагается следующая классификация интерактивной наружной рекламы в зависимости от носителя рекламы (рекламного сообщения):

– реклама с использованием поверхностей (стены зданий, крупные конструкции и прочие элементы городской среды). В качестве интерактивной наружной рекламы, использующей поверхности может быть проекционная реклама, медиафасады;

– отдельностоящие рекламные конструкции. К этой категории относятся интерактивные лайтбоксы, биллборды, штендеры, светодиодные экраны;

– интерактивные персонажи. К данной категории мы отнесем промоутеров, интерактивных посетителей, животных, товаров в полный рост.

Следует еще раз подчеркнуть, что критерием отнесения наружной рекламы к интерактивной является наличие возможности обратной связи от потребителя. При этом при создании элемента рекламы могут применятся

различные технологии. Рассмотрим применение интерактивной наружной рекламы на реальных примерах. На улицах Парижа установили двери, открыв которые, прохожие виртуально попадали в Женеву, Брюссель и другие европейские города. В режиме реального времени на видеоэкране за дверью транслировалось то, что происходит в данный момент на городской площади в одном из этих мест [3].

Еще одним примером интерактивной наружной рекламы с активным вовлечением потребителя может являться реклама Sony. На фасад одного из офисных зданий компании в Токио были нанесены 16 млн LED-элементов. Специальная камера передавала изображение здания на сайт, который был в открытом доступе. Потребитель мог самостоятельно выбрать понравившийся ему цвет и раскрасить здание в реальности. Система, получив команду, автоматически меняла цвет подсветки фасада [4]. Есть отдельные примеры интерактивной рекламы и у нас. Например, реклама журнала «Economist» в Москве. Рекламные щиты не содержали никакого сообщения, кроме самого названия журнала. Однако на щите были установлены сенсоры, которые реагируют на движение человека. Когда пешеход проходит мимо плаката, над головой у него загорается лампочка, символизирующая «идею», которая может возникнуть после чтения журнала. «Economist» тем самым выделял из общей массы прохожих тех, кто оказался ближе к журналу [5, с. 69].

Таким образом, можно сделать вывод, что интерактивная наружная реклама достаточно активно применятся крупными компаниям, для которых важен имидж и представление в глазах потребителя в качестве компании. Результатами применения интерактивной наружной рекламы может является вовлеченность потребителя, повышение его лояльности, привлечение новых потребителей, создание PR повода, о котором будут говорить СМИ, стимулирование сбыта и, как итог, рост прибыли компании.

Выделим основные преимущества интерактивной рекламы:

- выделяется на фоне конкурентов;
- создает образ инновационной компании;
- позволяет напрямую взаимодействовать с потребителями;
- позволяет доносить большое количество информации;
- увеличивает охват аудитории.

Перечисленные преимущества позволяют говорить о том, что данный вид рекламы динамично и активно развивается, может быть эффективным и стать центральным ядром коммуникационной политики компании.

Список использованных источников

1. Бабурин В.А. Инновационные средства рекламы и проблемы их использования в сфере сервиса / В.А. Бабурин, Н.Л. Гончарова //Технико-технологические проблемы сервиса. - 2014. - №2.- с. 100-103

2. Бычков В.В. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века [Электронный ресурс]: Режим доступа. –. http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/1012/Интерактивность.

3. Дверь в Европу // Сайт о рекламе и креативе Adme [Электронный ресурс]: Режим доступа. – /http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/dver-v-evropu-583905/

4. Раскрась Токио Сайт о рекламе и креативе Adme [Электронный ресурс]: Режим доступа. – http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/zhivoj-cvet-tokio-v-interaktivnjo-naruzhnoj-reklame-sony-bravia-22811/#image596150

5. Савельева О.О. Реклама в городском пространстве: использование языка актуального искусства / О.О. Савельева // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. - 2014. - № 3 (23). - с. 61-70

УДК 378. 147: 659

Междисциплинарный подход в обучении специалистов по рекламе и связям с общественностью

к.пед.н., О.А. Попова [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Анализируются навыки и умения современного специалиста по рекламе. Характеризуется значимость междисциплинарного подхода в подготовке обучающихся по специальности «Реклама и связи с общественностью». Предлагается система вопросов и заданий по дисциплине «Интегрированные маркетинговые коммуникации (в РСО)» с использованием в качестве дидактического материала произведения художественной литературы.

Ключевые слова: Массовая культура, сюжет, «бродячий» сюжет, художественные средства, кейс-стори, личная продажа, суггестия, рекламная ситуация.

Современный специалист по рекламе и связям с общественностью (далее РСО) сталкивается с ежедневными трудностями при продвижении новых товаров и услуг на рынке, что связано с пресыщением потребителя в условиях глобализации, «сверхкоммуникативного общества» [5]. Поэтому будущий рекламист должен обладать знаниями в различных областях, так как «Рекламное дело располагается на стыке наук и технологий (…), что делает этот род деятельности особенно сложным по сочетанию профессиональных навыков, коммерческой интуиции, культурной эрудиции» [1, с. 18]. В связи с тем, что реклама, в первую очередь, является «бизнесом слов», по меткому выражению Д. Огилви [1, с. 655], важную роль при подготовке профессионала играют дисциплины коммуникативного блока («Массовые коммуникации», «Интегрированные маркетинговые коммуникации (в РСО)», «Теория и практика массовой информации» и проч.).

Кроме коммуникативных дисциплин, безусловно, большое значение при подготовке рекламиста имеют дисциплины общеобразовательные, направленные на культурное развитие обучающихся. Так, один из культовых авторов рекламных учебников 20-го в. Дж. Гриббин отмечал, что «копирайтер должен обладать широким культурным багажом, чтобы ассоциативный ряд рекламного продукта был по-настоящему креативным. С одной стороны, люди

ценят оригинальные идеи, но всегда предпочитают привычные образы и сюжеты. Это закон восприятия массовой культуры, к которой принадлежит реклама» [1, с.656]. Среди таких дисциплин, позволяющих изучить основные мировые сюжеты, ставшие основой современной массовой культуры, особо стоит выделить «Искусство и литературу». Учебная программа данной дисциплины направлена на решение задач по освоению литературного, живописного, театрального, кинематографического и др. наследия, накопленного человечеством за всю мировую историю. Однако, как показывают наблюдения за обучающимися на практических занятиях, личный педагогический опыт, студенты практически не притрагиваются к текстам, заменяя их чтением «краткого содержания» или просмотром критической литературы, в которой описывается сюжет произведений, как правило, фрагментарно. Часто на вопрос, знакомы ли они с классическими произведениями, обучающиеся отвечают «смотрел кино» или даже «мультфильм». В результате подобного «освоения» искусства страдают мышление, словарный запас и общая коммуникативная и культурная подготовка студентов, что оказывает негативное воздействие на качество обучения будущих рекламистов.

В связи с вышеизложенным, считаем целесообразным использовать, когда это уместно, произведения художественной литературы в качестве дидактического материала при обучении студентов коммуникативным дисциплинам по РСО. В зависимости от поставленных целей, можно использовать объемные произведения (например, «491 градус по Фаренгейту» Р. Брэдбери, «Generation “П”» В. Пелевина, «99 франков» Ф. Бегбедера и др.). На основе перечисленных произведений можно изучать особенности формирования рекламного продукта в условиях глобализации, изучать историю становления рекламного рынка, а также анализировать отдельные рекламные продукты, представленные в текстах. Также можно использовать малую прозу, рассказы, новеллы, например, произведения О. Генри, перу которого принадлежит большое количество рассказов, в которых фигурируют представители рекламных и PR-коммуникаций. К тому же, новелла О. Генри является прекрасным образцом художественного слова, это «значительное явление в истории мировой литературы» [3, с. 112].

Задания для студентов должны выстраиваться таким образом, чтобы для его выполнения необходимо было внимательно прочитать весь текст произведения, вдуматься в его смысл, изучить его язык, особенности художественных средств, таким образом можно выстроить междисциплинарные связи, которые способствуют высокому качеству подготовки специалиста, так как междисциплинарные связи «позволяют упростить передачу знаний преподавателями и понимание студентами изучаемых процессов в одной дисциплине при знании ранее изученной дисциплины или темы» [4, с. 36].

Для примера предлагаем список вопросов и заданий для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» на занятиях по

дисциплине «Интегрированные маркетинговые коммуникации (в РСО)», изучаемой после курса «Искусство и литература». Обучающимся предлагается художественный текст как дидактический материал для выявления жанровых разновидностей рекламы, способов работы с клиентом и проч.

В качестве такого материала предлагаем новеллу «Среди текста» [2]. Герой рассказа повествует о необычной встрече в своей жизни: его вниманием завладевает человек уродливой, но харизматичной внешности, с красивым голосом, который хочется слушать снова и снова. Незнакомец рассказывает историю своей жизни, из которой следует, что всем завоеваниям в судьбе — политическим, карьерным, любовным — он обязан своему прекрасному голосу. Однако в его жизни был неприятный момент, когда он простудился и не смог овладеть вниманием своей невесты, которая чуть было не предпочла ему другого. Удивительная микстура от кашля с редким ингредиентом спасла ситуацию. Сразу после удивительного рассказа незнакомец предлагает герою новеллы купить уникальное средство, которое невозможно приобрести в аптеках. В результате потенциальный покупатель отказывается от сделки.

В данном рассказе содержится образец рекламного предложения, основанного на кейс-стори, продукт продвигается через личную продажу, продавец обладает необычной внешностью, использует эмоционально-образную лексику, его голос имеет суггестивную окраску и проч. - словом, перед нами образец рекламной коммуникации.

Для того чтобы обучающиеся произвели подробный, качественный анализ содержания произведения и его рекламных составляющих, им предлагается серия вопросов и заданий, позволяющих глубже изучить текст новеллы и обдумать профессиональные проблемы. Безусловно, содержание вопросов может варьироваться в зависимости от темы, общей подготовки обучающихся:

1. Охарактеризуйте коммуникативное поведение продавца микстуры, мистера Дж. Тэйта (включая невербальные компоненты, внешний вид и т.д.). Приведите примеры из текста.

2. Определите, с помощью каких приемов Тэйт налаживает быстрый и доверительный контакт с клиентом. Можете ли вы дополнить этот список дополнительными рекомендациями?

3. Какой «бродячий» литературный сюжет (или сразу несколько) использует Тэйт в своей кейс-стори?

4. Какие «бродячие» сюжеты вам еще известны? Какие из них можно использовать для продвижения товаров первой необходимости?

5. Знание каких механических моделей поведения человека позволило Тэйту наладить контакт с клиентом (авторитет, симпатия и проч.). Приведите примеры из текста.

6. Опираясь на историю Тэйта, сформулируйте УТП микстуры для горла.

7. Сформулируйте название для торговой марки микстуры, опираясь на ее описание в художественном тексте.

Также в список вопросов, который может быть продолжен, необходимо включить следующий: почему клиент в итоге отказался от покупки? Что в

поведении Тэйта отвратило потенциального потребителя от уникального продукта? Этот важный вопрос позволит обучающимся избегать в своей профессиональной деятельности речевых штампов, резкого перехода от торгового предложения к «выученному» рекламному тексту и другим ошибкам специалистов в области рекламы, приводящих современных клиентов к разочарованиям.

Таким образом, использование литературных произведений в рамках дисциплин по рекламе и связям с общественностью позволит использовать междисциплинарный подход, который способствует, по мнению исследователей, наиболее глубокому освоению материала. Также художественный текст в качестве дидактического материала позволит изучить студентам отдельные рекламные и PR-жанры в условиях речевой ситуации, хотя и вымышленной, дать волю креативности и повысить свой культурный уровень.

Список использованных источников

1. Л.Г. Березовая. История мировой рекламы, или старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра» : учебное пособие [Текст] / Л.Г. Березовая. — Москва : Изд-во Ипполитова, 2008. — 672 с.
2. Генри О. Избранные произведения [Текст] / О. Генри. — Москва : Правда, 1991. — 592 с.
3. Зарубежные писатели [Текст] : Библиографический словарь. В 2 ч. Ч. 2 / Под ред. Н.П. Михальской. — Москва : Просвещение: Учеб. лит, 1997. - 448 с.
4. Мерданов Ш.М., Медведев А.В., Конев В.В., Волкова Е.Е. Междисцплинарные связи как основа преподавания дисциплины // Вектор науки ТГУ, Серия: Педагогика, психология : журнал, 2016, №1 (24). — с. 36-40.
5. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость [Текст] / Райс Э., Дж. Траут. — Санкт-Петербург : Питер, 2001. — 256 с.

СЕКЦИЯ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

УДК 278:005.336.6

Формирование имиджа вуза как элемента его репутационной характеристики

Бобко Т. В. [1], Сакнова К. В. [1], Мкртумян А. А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Имидж организации рассматривается как ее конкурентное преимущество, обеспечивающее развитие предприятия в долгосрочной перспективе. Цель исследования – выявить отношение, как оценочную реакцию, обучающихся к высшему учебному заведению и отдельным составляющим его репутационной характеристики. Метод исследования – прямое интервью. Разработаны критерии оценки имиджа вуза. По результатам анализа удовлетворенности обучением респондентов в вузе выделены ключевые факторы имиджа образовательного учреждения. Показана взаимосвязь большого количества факторов, влияющих на формирование имиджа вуза. Предложены источники усиления имиджа вуза.

Ключевые слова: имидж, репутационные характеристики, эффективность деятельности, востребованность высшего учебного заведения, перспективность, престиж, критерии оценки.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что выпускники школ, гимназий и лицеев, после получения аттестата, оказываются перед сложным выбором места дальнейшего обучения. За короткий период им необходимо определиться, чем будут заниматься в своей жизни и где смогут получить желаемое образование. На этот, непростой для них, выбор оказывает влияние большое количество факторов: мнение родителей, советы родственников, опыт фактического обучения в каком – либо образовательном учреждении соседей, желание учиться вместе с друзьями – одноклассниками и другие факторы. И чаще всего особое влияние на конечный выбор абитуриентом учебного заведения оказывает фраза: «Это хороший вуз (высшее учебное заведение), иди учиться туда». И, чаще всего, этот хороший вуз оказывается за пределами региона проживания будущего студента. Нередко определяющим обстоятельством для выбора вуза абитуриентами является расположенность учебных заведений в крупных городах России в надежде более легкого решения проблемы дальнейшего трудоустройства.

В последние годы Министерство образования и науки РФ большое внимание уделяет процессу формирования и закрепления успешности высших учебных заведений. Этому способствует проводимый им с 2013 года мониторинг эффективности деятельности вузов. С помощью такого управленческого инструмента Минобрнауки РФ корректирует присутствие вузов на рынке образовательных услуг, отсеивая те образовательные учреждения, которые не смогли достичь установленных пороговых значений показателей эффективности деятельности. Конечно, ликвидация или

реорганизация неэффективных вузов, не является единственной целью проводимого мониторинга. Другая цель – поднять престиж успешно работающих вузов как внутри нашей страны, так и за ее пределами. Формальное повышение репутационной составляющей, отраженное в фактических показателях деятельности вуза и оцененное Министерством образования и науки РФ как успешное, по логике должно привлекать все большее количество абитуриентов. Но внешнее признание не всегда соответствует внутреннему восприятию. Анализируя восприятие, мы выявляем отношение заинтересованных групп к учебному заведению и его образовательным услугам, которое включает в себя оценку и предрасположенность к действию.

Анализ отношения предоставляет, как показали многочисленные исследования в разных странах, следующие возможности:

1) определение сильных и слабых сторон учебного заведения и имиджа организации и помогает достаточно уверенно идентифицировать возможности и угрозы. Необходимо отметить, что в 2015 г. был осуществлен и опубликован SWOT- анализ СибГИУ, поэтому в проводимом исследовании этот вопрос не рассматривался [1].

2) знание отношения помогает прогнозировать реакцию на предпринимаемые предприятием действия по повышению имиджа;

3) измерение отношения до и после воздействия на формирование репутационной характеристики позволяет оценить эффективность применяемых стратегий;

Нами была предпринята попытка исследования имиджевой оценки вуза его обучающимися, так как анализ внешних факторов и условий конкурентоспособности вуза на примере Сибирского государственного индустриального университета был осуществлен ранее [3].

Для достижения цели исследования были разработаны критерии оценки. Для учета восприятия использовался метод прямого интервью, которое было проведено анонимно среди обучающихся в Сибирском государственном индустриальном университете (г. Новокузнецк) бакалавров очной формы обучения. С целью углубленного изучения вопроса, в проводимом исследовании мнение местных и иногородних студентов учитывалось отдельно, но в данной публикации в большей степени отражены совместные выводы. Результаты проведенного опроса приведены в процентах и представлены на рисунке 1.

Необходимо отметить, что итоги интервью по многим позициям совпали с результатами ранее проведенного SWOT- анализа СибГИУ, и выявили неочевидные на первый взгляд противоречия, между «официальной» репутацией вуза, как эффективного по показателям мониторинга, проводимого Министерством образования и науки РФ, и «неофициальной репутацией», оцененной в исследовании по критерию «востребованность» вуза среди выпускников школ. По итогам проведенного интервьюирования 80% респондентов оценили востребованность вуза на «удовлетворительно» и 20% -

«хорошо». Для вуза, работающего в условиях высококонкурентной внешней среды, с нашей точки зрения, этот показатель является ключевым.

Полученная оценка восприятия учебного заведения обучающимися в нем студентами должна быть положена в основу стратегии позиционирования вуза на рынке образовательных услуг. В разработанной стратегии должны быть определены мероприятия по формированию у выпускников школ и других потребителей образовательных услуг «нужного» организации имиджа, способного переориентировать мнение поступающих в вузы абитуриентов и их ближайшего окружения по поводу выбора вуза в свою пользу.

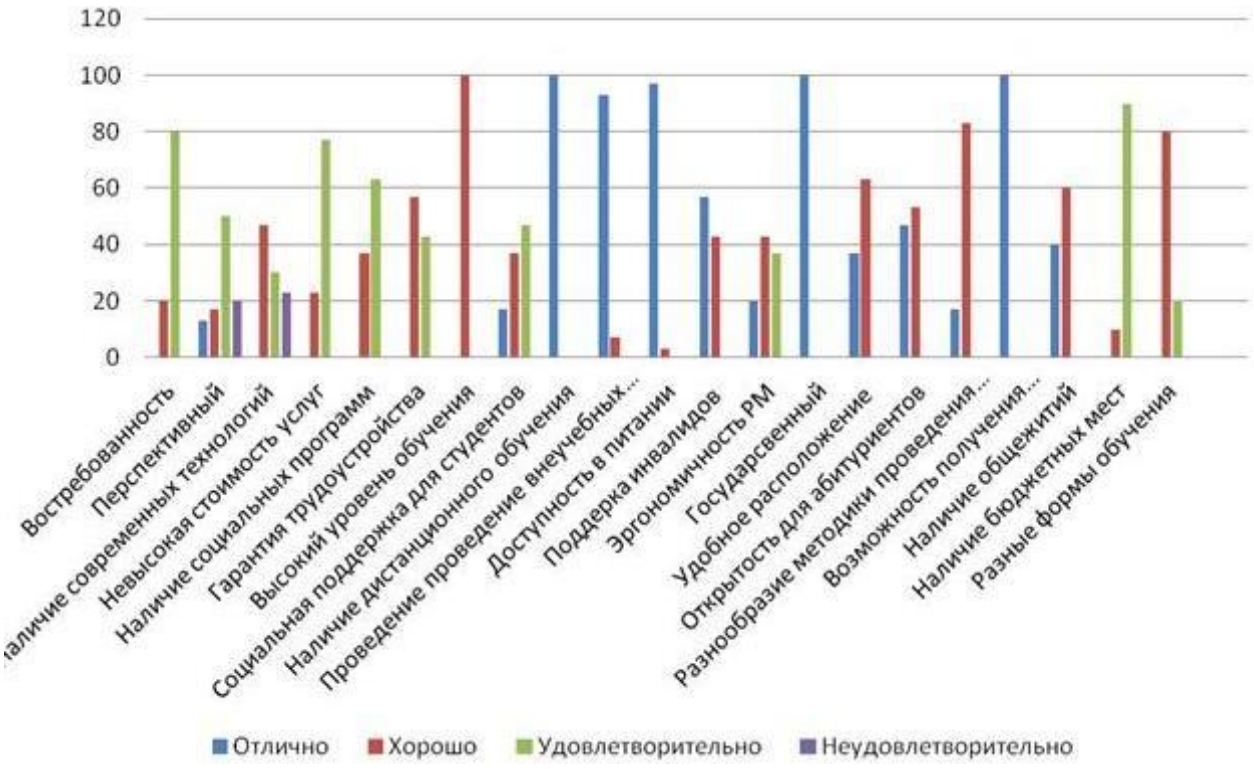


Рисунок 1 - Результаты прямого интервью, обучающихся в СибГИУ на предмет имиджевой оценки вуза, %

По вопросу о перспективности учебного заведения, студенты разделились на 4 группы. Однако, объединив близкие ответы, например, «не считаю перспективным» и «сомневаюсь в перспективности» можно, укрупнено, выделить 2 группы, в которых 70% человек считают Университет бесперспективным (из них 23,3% иногородних), и около 30% (из них 10% приезжих) считают, что все-таки перспективы имеются, и верят в «светлое будущее». Такие показатели являются тревожным симптомом, требующим незамедлительного реагирования. Становится очевидным, что ощущение бесперспективности снижает востребованность выпускников школ в нем. Поэтому, можно с уверенностью сказать, что сильный имидж является стратегическим преимуществом учебного заведения.

Несколько оптимистичней результаты ответа на вопрос: «Считаете ли вы, что вуз использует современные технологии обучения?», на который около

50% (точнее 46,7%) опрошенных респондентов ответили утвердительно, 30% сомневаются в этом, и только 23,3% уверены, что в ВУЗе не используются разного рода современные технологии. В последнее время, в СибГИУ проводится большая работа по усилению имиджа вуза в регионе, рекламе направлений подготовки через массовые мероприятия, с участием школьников, таких как открытие клуба робототехники «Форма», фестиваль технического творчества СибГИУ «Geek Fest» и другие. Это позволяет сделать вывод, что усиление деятельности по формированию имиджа оказывает позитивное влияние на восприятие учебного процесса со стороны настоящих и будущих потребителей образовательных услуг.

Стоимость образовательной услуги является важным аспектом при выборе университета и направления подготовки. Это существенный элемент доступности высшего образования и отражения уровня спроса на направление подготовки или специальности. Среди опрошенных 76,7% студентов, считают, что стоимость обучения неоправданно завышена и 23,3% человек, в целом, согласны со стоимостью образовательных услуг, но все равно хотели бы платить немного меньше. Из маркетинговой теории продаж хорошо известно, что раскрученная торговая марка дает предприятию экономический эффект, в виде готовности покупателей заплатить повышенную цену за товар, расширения доли рынка, а в конечном счете, по причине лояльности потребителей, это приносит более высокую прибыль. Таким образом, репозиционирование вуза в регионе, выстраивание образа сильного учебного заведения позволит обеспечить ему важнейшее стратегическое экономическое преимущество.

Что касается социальной поддержки, то 46,7% студентов удовлетворены социальной поддержкой, 36,7% человек хорошо отзываются о социальной поддержке и 16,7% студентов считают социальную поддержку великолепной. По этому оценочному показателю необходимо пояснить, что большая часть социальной поддержки распространяется на обучающихся бюджетной формы обучения. Наше исследование не учитывало деление студентов на «бюджетных» и «коммерческих», поэтому в выводах по оценке отношения к вузу по этому критерию, ограничимся предположением о слабой информированности студентов – внебюджетников возможностями социальной поддержки и необходимости ее расширить для этой категории обучающихся в вузе.

Еще одним важнейшим имиджевым показателем для учебного заведения высшей школы является трудоустройство его выпускников. Этот показатель также учитывается в мониторинге эффективности деятельности вузов, проводимом Министерством образования и науки РФ [2]. Только 56,7% (из них 10,0% иногородних) среди опрошенных выразили уверенность, что смогут трудоустроится по специальности после окончания обучения, но 43,3% участников интервью (из них 16,7% иногородних), сомневаются, что имеют гарантии по трудоустройству. На наш взгляд, для вуза это не просто показатель, это серьезнейшее направление деятельности. Усиление работы по

увеличению количества трудоустроенных выпускников вуза по специальности, с одной стороны, создаст приток абитуриентов в вуз из целевой аудитории, желающей по окончании обучения получить работу по специальности, а, с другой стороны, улучшит внешние характеристики учебного заведения. Удовлетворенные трудоустройством по специальности выпускники повысят репутационные характеристики вуза в организациях, в которых они будут работать. В конечном счете, это создаст приток абитуриентов, повысит проходной балл ЕГЭ при поступлении в вуз, увеличит доход организации.

Далее представим более позитивную статистику. 96,7% студентов, считают, что питание для них полностью доступно и только 3,3% высказались, что питание хоть и доступно, но могло бы быть немного дешевле.

43,3% опрошенных из Новокузнецка на «хорошо» оценили поддержку инвалидов и 56,7% считают, что поддержка инвалидов реализована на «отлично».

60% анкетированных оценивают наличие общежитий на «хорошо», а 40% студентов оценили наличие и доступность общежитий на «отлично».

Только 6,7% опрошенных оценивают внеучебные мероприятия на «хорошо», остальные 93,3% студентов, считают, что внеучебные мероприятия в СибГИУ проводятся великолепно.

100% студентов осведомлены о наличии дистанционного обучения.

100% учащихся в восторге от возможности получения дополнительного образования в ВУЗе.

Анализ степени удовлетворенности студентов обучением в вузе выявил, что студенты СИБГИУ в целом довольны организацией занятий и внеучебных меропрятий, удобством рабочих мест, наличием различных программ социальной поддержки, возможностью пользоваться общежитием. Студентов также радует доступность питания и удобство расположения учебного заведения. Однако, имеются и существенные отрицательные моменты.

Ключевыми факторами имиджа вуза являются:

- востребованность в образовательных услугах именно этого вуза;
- перспективность развития вуза (по ожиданиям потребителей образовательных услуг);
- внедрение современных образовательных технологий (информированность об этом широкой общественности);
- усиление осведомленности обучающихся о работающих программах социальной поддержки и, по возможности, расширение таких программ для коммерческой категории обучающихся;
- содействие в трудоустройстве;
- доступность образования по цене.

Поэтому приведем, адаптированные к образовательным учреждениям, пять источников роста имиджа вуза и повышения его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг:

1) соответствие ожиданиям потребителей образовательных услуг (востребованные направления подготовки, современные технологии обучения, социальная поддержка и т.д.)

2) создание представления потребителя образовательных услуг о вузе, с учетом особенностей целевой аудитории (для желающих обучаться по программам среднего профессионального образования, бакалавриата, магистратуры, аспирантуры и т.д.);

3) формирование уверенности потребителей услуг обучения в перспективности образовательного учреждения;

4) демонстрация внешних характеристик «товара» (знаний и умений выпускников, их востребованности на рынке труда);

5) обеспечение узнаваемого имени и хорошей репутации учебного заведения.

Таким образом, имидж образовательного учреждения – это результат взаимодействия большого количества факторов, часть из которых организация может контролировать, а на ту часть, которая контролю не поддается, может и должна оказывать влияние.

Список использованных источников

1. Банникова Е.Ю., Бобко Т.В. SWOT- анализ СибГИУ //Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения: труды XIX Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых/ Сиб. гос. индустр. ун-т; под общ. ред. М.В. Темлянцева. – Новокузнецк: Изд.центр СибГИУ, 2015. - Вып. 19.- Ч.III. Гуманитарные и экономические науки. С. 249-254.

2. Бобко Т. В., Петрова Т.В. Анализ факторов, влияющих на достижение пороговых показателей мониторинга эффективности вузов //Вестник Сибирского государственного индустриального университета.2016.№17. С. 72-78

3. Дубовик Ю. В. Анализ внешних факторов и условий конкурентоспособности вуза на примере Сибирского государственного индустриального университета / Ю. В. Дубовик, Ю. Е. Романенко // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке : сборник научных статей. – Новокузнецк, 2017. – Ч. 1. - С. 7-16.

УДК 005.962.1

Проблемы формирования кадрового резерва в муниципальных образованиях малых городов России

Батищева А.С. [1], Бобко Т.В. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы формирования и реализации кадрового резерва государственных и муниципальных служащих. Особое внимание уделено исследованию кадровой политики в муниципальных образованиях малых городов на примере администрации Мысковского городского округа (Кемеровская область). Проанализированы кадровый состав служащих по возрасту, стажу, уровню образования, рассчитаны показатели движения кадров, выявлены проблемы формирования кадрового резерва, сформированы практические рекомендации, которые будут способствовать повышению эффективности формирования и использования кадрового резерва в муниципальных образованиях малых городов России.

Ключевые слова: муниципальные образования, кадровый резерв, движение персонала, государственное и муниципальное управление, органы государственной власти, развитие персонала, совершенствование деятельности и профессионализма.

В настоящее время формирование кадрового резерва является одной из актуальных проблем в деятельности различных государственных организаций и муниципальных учреждений Российской Федерации, особенно в области кадровой политики.

Под кадровым резервом в общем смысле понимают специально сформированную, преимущественно на основе конкурса, группу высококвалифицированных и перспективных специалистов, обладающих необходимыми профессионально - деловыми качествами, имеющих положительную рекомендацию, прошедших необходимую подготовку и подготовленных для замещения имеющихся должностей. [2, с. 21].

Значимость работы с кадровым резервом определяет Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2015 г. №2775-р «О внесении изменений в распоряжение Правительства РФ от 22.04.2010 г. №636-р «О федеральной программе «Подготовка и переподготовка резерва управленческих кадров (2010-2018 годы)»» [1].

По данным Росстата численность работников государственных органов и органов местного самоуправления в России в 2013 году резко увеличилась с 1548062 до 2211899 человек, т.е. на 42,2%. Несмотря на то, что с 2014 года наблюдается небольшая тенденция снижения рассматриваемого показателя численности работников государственных органов и органов местного самоуправления, проблема заполнения возникающих должностей кадрами с соответствующей профессиональной подготовкой остается чрезвычайно актуальной [5]. Чтобы повысить эффективность деятельности органов государственной власти и местного самоуправления персонала необходимо

повышать требования к уровню профессиональной компетентности работников.

На сегодняшний день количество муниципальных образований в России составляет более 22 тыс. единиц. Анализ количественно-качественного состава муниципальных служащих показал, что только 68,5 % муниципальных кадров имеют высшее профессиональное образование, в том числе: педагогическое - 19,8 %; сельское хозяйство - 23,0 %; гуманитарное - 30,0 % (из них: - государственное и муниципальное управление - 0,8%, юриспруденция - 5,1%, экономика и управление - 18,3 %) [5]. Данные общероссийские показатели только подтверждают важность и актуальность проводимого исследования и свидетельствуют о необходимости выработки мероприятий по повышению соответствия образовательно -компетентностного уровня работников государственного и муниципального управления требованиям выполняемой работы, т.к. именно от степени профессионализма работников зависит эффективность деятельности муниципальных организаций в части сроков и качества принимаемых управленческих решений.

Углубление анализа состояния кадрового резерва до уровня муниципальных округов показало усугубление ситуации.

В контексте изучаемой проблемы была изучена кадровая политика администрации Мысковского городского округа.

Муниципальная организация «Администрация Мысковского городского округа» (в дальнейшем Администрация МГО) зарегистрирована в Кемеровской области в городе Мыски и основным видом её деятельности является осуществление работы органов местного самоуправления районов, городов, внутригородских районов [4]. Численность персонала на конец 2017 года составляла 68 человек [3].

Анализ персонала по должностям за период 2015 -2017 г.г. отображен на рисунке 1.

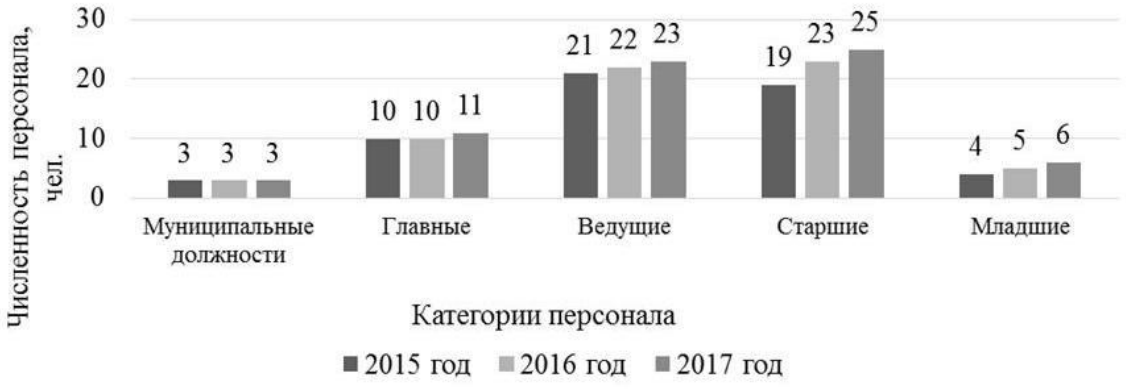


Рисунок 1 – Изменение категорий персонала администрации МГО

На основании представленной на рисунке информации, можно сделать вывод о том, что, как минимум, 30 должностей (главные и ведущие специалисты) должны быть обеспечены кадровым резервом.

В таблице 1 отражена динамика численности персонала администрации Мысковского городского округа за 2015-2017 г.г. [3].

Таблица 1 - Динамика численности персонала администрации Мысковского городского округа, в 2015-2017 гг.

Показатели	**Значение**		
	2015г.	**2016г.**	**2017г.**
Среднесписочная численность персонала	63	70	72
Число принятых	29	15	22
Число уволенных:	20	10	18
В том числе:			
по собственному желанию	14	9	17
за прогул и нарушение трудовой и производственной дисциплины	1	0	0
прочие причины	5	1	1
Количество работников, находящихся в отпусках по беременности и родам и в отпусках по уходу за ребенком до 3-х лет	6	7	4
Кол-во работников проработавших весь год	57	63	68
Показатели движения трудовых ресурсов			
Коэффициент оборота по приему	0,460	0,214	0,305
Коэффициент оборота по выбытию	0,317	0,142	0,250
Коэффициент текучести кадров	0,238	0,128	0,236

Анализ данных, представленных на рисунке 1 и в таблице 1, позволяет сделать вывод, что динамика изменения численности муниципальных служащих в целом отражает общероссийскую тенденцию. Показатели движения трудовых ресурсов нестабильны, а это говорит об отсутствии кадровой политики в области удержания кадров. Настоящее положение может свидетельствовать о недостаточной работе муниципальных образований в части формирования кадрового резерва из внутренних источников. Отсутствие перспектив карьерного роста снижает мотивацию и заинтересованность в повышении эффективности деятельности, что в свою очередь приводит к ухудшению организационной культуры.

Для небольших предприятий, в том числе муниципальных образований, пристальное внимание к движению кадров требуется при повышении коэффициента текучести персонала более 12%. В администрации МГО коэффициент текучести в 2017 г. составил около 24 %, что говорит о своевременности изучения проблемы и необходимости незамедлительной разработки системы мероприятий по повышению стабильности трудового коллектива.

Как отмечалось выше, эффективность деятельности в большей степени определяется уровнем профессиональной подготовки кадрового состава. Поэтому важным показателем является образовательный уровень сотрудников организации и динамика его повышения, которые представлены в таблице 2 [3].

Таблица 2 - Динамика уровня профессионального образования работников Администрации Мысковского городского округа в 2014-2017 гг.

Уровень образования	**Численность по годам, чел.**			
	2014	**2015**	**2016**	**2017**
высшее	47	48	50	52
среднее специальное	5	5	6	6
2 и более высших образования	3	3	3	5
среднее общее образование	4	1	4	5
итого, в том числе из них	59	57	63	68
образование по специальности	9	10	10	11

По результатам анализа таблицы 2 можно сделать вывод:

- 77% сотрудников администрации имеют высшее образование, из них 16% по специальности «Государственное и муниципальное управление».

- 7% работников имеют 2 и более высших образования 2 человека до 38 лет и 3 человека в возрасте от 30 до 40 лет.

- 9% работников имеют среднее специальное образование.

- 7% работников имеют среднее общее образование, но, следует отметить, что в их число входят уборщицы, охранники и шофер, то есть все сотрудники, имеющие среднетехническое образование представляют собой неспециализированный персонал.

Эти данные также отражают общероссийскую статистику, согласно которой 68,5% государственных и муниципальных служащих имеют высшее профессиональное образование.

Важным для анализа показателем, определяющим саму возможность формирования кадрового резерва, является распределение работников по возрасту, представленное в таблице 3 [3].

Таблица 3 – Распределение работников, по возрасту

Возрастные категории	**Численность работников, по годам, чел.**		
	2015	**2016**	**2017**
до 30 лет	12	10	14
30 – 39 лет	25	27	28
40 – 49 лет	14	19	19
50 – 59 лет	5	6	6
60 – 65 лет	1	1	1

Данные таблицы демонстрируют «устаревание» кадрового состава с точки зрения формирования кадрового резерва. В состав кадрового резерва включаются молодые люди в возрасте до 30 лет, а это от 22 до 26% всего кадрового состава Администрации в зависимости от рассматриваемого календарного года.

Таким образом, сопоставление значений показателей таблиц 2 и 3 позволяет констанстировать, что, если образовательный уровень работающих в Администрации МГО, позволяет сформировать кадровый резерв для требуемого количества должностей, то возрастной состав накладывает некоторые ограничения.

Формируя кадровый резерв, органы местного самоуправления должны быть уверены, что выученный специалист приложит, приобретенные в процессе подготовки на замещение должности, профессиональные компетенции на повышение эффективности деятельности администрации муниципального образования, а не покинет организацию в поисках более выгодного применения своих новых знаний и умений.

Важным показателем, отражающим уровень лояльности персонала к организации считается количество отработанных в ней лет. Распределение работников, замещавших муниципальные должности и должности муниципальной службы, по стажу муниципальной службы приведено в таблице 4 [3].

Таблица 4 – Распределение работников, по стажу муниципальной службы

Категории стажа	**Численность работников, по годам, чел.**					
	2015		**2016**		**2017**	
	чел.	**%**	**чел.**	**%**	**чел.**	**%**
до 1 года	7	12,3	6	9,5	5	7,4
от 1 года до 5 лет	25	43,9	27	42,9	30	44,1
от 5 лет до 10 лет	15	26,3	18	28,6	19	27,9
от 10 лет до 15 лет	4	7	5	7,9	5	7,4
от 15 лет до 25 лет	6	10,5	7	11,1	9	13,2
Итого	57	100%	63	100%	68	100%

Говорить о приверженности организации можно, основываясь на количестве работающих в организации более 5 лет. Как видно из таблицы 4 большую часть персонала (от 52% до 56% численности персонала) составляют сотрудники, чей стаж насчитывает от 1 года до 5 лет. Это говорит о невысокой приверженности работников организации.

Нельзя не обратить внимание на тот факт, что должностные оклады муниципальных служащих, а также служащих органов местного самоуправления устанавливаются в зависимости от численности населения в городах, районах, посёлках, сельсоветах. Дополнительные выплаты условно делятся на обязательные и стимулирующие. К обязательным выплатам отнесены: надбавка за выслугу лет и надбавка за квалификационный разряд. Естественно, что если у муниципального служащего нет необходимой выслуги лет, или ему не присвоен квалификационный разряд, то он не получает и соответствующие надбавки. К стимулирующим выплатам относятся надбавка за особые условия службы и премии по результатам работы. Помимо денежного содержания муниципальный служащий имеет право на материальную помощь в размере двух должностных окладов в год, а также на единовременное денежное вознаграждение в связи с юбилеями или выслугой

лет на муниципальной службе. Тем не менее средние заработные платы муниципальных служащих, как правило значительно меньше среднеотраслевых по региону, поэтому формирование кадрового резерва должно изначально предусматривать мотивирующие факторы, способствующие удержанию работников в организации.

Формирование резерва кадров для замещения муниципальных должностей муниципальной службы является стратегической целью государственной кадровой политики и осуществляется в соответствии с принципами, рассмотренными в таблице 5 [6].

Таблица 5 - Принципы формирования кадрового резерва

Принципы	**Содержание**
1. Актуальность резерва	Потребность в замещении муниципальных должностей должна быть реальной
2. Соответствие кандидата муниципальной должности и типу резерва	Требования к квалификации кандидата при работе в определенной муниципальной должности
3. Перспективность и потенциал кандидата	Ориентация на профессиональный рост, требования к образованию, возрастной ценз, стаж работы на должностях муниципальной службы и динамичность карьеры в целом, лидерские качества, креативность мышления, организаторские способности, состояние здоровья
4. Планомерность	Наличие перспективного и текущего плана подготовки резерва кадров

Проанализировав состояние ***кадровой политики в части формирования кадрового резерва*** в муниципальной организации, её ***численность персонала, структуру и систему управления, были выявлены следующие проблемы:***

1) в организации наблюдается высокий уровень текучести кадров;

2) низкий процент сотрудников, возрастная категория которых попадает под возможность включения в кадровый резерв;

3) невысокий процент сотрудников с профильным образованием по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление»;

4) слабая лояльность сотрудников к организации.

Проблема текучести кадров, считается главной угрозой стабильности кадрового состава любой организации и возможности качественного развития ее персонала. В бюджетных организациях, где заработная плата сотрудников много ниже, чем зарплата по отраслям промышленности, представленным в муниципальных образованиях, а интенсивность труда ничуть не ниже, удержать молодые квалифицированные кадры крайне сложно. Только усиленная работа в части мотивации на перспективу, к которой относится формирование кадрового резерва и реальные мероприятия по развитию персонала смогут частично изменить ситуацию к лучшему - достижению некритичного значения показателя текучести кадров (ниже 12%). Проведенное

анкетирование выявило, что к факторам, в наибольшей степени стимулирующим эффективность служебной деятельности муниципальных служащих, относится возможность карьерного роста и материальное поощрение, поэтому в качестве действенного мотиватора вполне может служить разработанная и внедренная на основе сформированного кадрового резерва система служебно – профессионального продвижения. На стадии формирования кадрового резерва Администрации МГО необходимо:

- спроектировать модель кадрового резерва;
- создать профиль компетенций по должностям;
- провести оценочные процедуры;
- построить мотивационную модель, направленную на снижение текучести кадров на удержание перспективных сотрудников на работе в муниципальных образованиях;
- разработать планы профессионального развития «резервистов», включая организацию стажировок, прохождение профессиональной подготовки и переподготовки.

Это позволит, во-первых, минимизировать временные, финансовые и другие затраты на поиск новых эффективно работающих сотрудников, а, во-вторых, обеспечить подготовку сотрудников к переходу на новую должность и к выполнению новых трудовых функций.

Рассчитанный экономический эффект при достижении представленных значений (снижение текучести кадров до 7-10%) составит более полумиллиона рублей в год.

Список использованных источников

1. О внесении изменений в распоряжение Правительства РФ от 22.04.2010 г. №636-р [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства РФ от 30.12.2015 г. № 2775-р. Режим доступа: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=192052# 0 (дата обращения 17.01.2018)

2. Мельников Р.И., Надуткина И.Э. Кадровый резерв на муниципальной службе: проектный подход к формированию // Научные ведомости. - Серия Философия. Социология. Право. - 2014. № 22 (193). Выпуск 30. С.19 – 23

3. Структура распределения сотрудников по возрасту, по образованию, по стажу, по категориям в администрации Мысковского городского округа за 2015-2017 гг.

4. Официальный сайт Администрации Мысковского городского округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.myskiadmin.ru

5. Росстат //Официальная статистика / Государство, общественные организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/state/#

6. Принципы формирования кадрового резерва //Кадровик. Кадровое делопроизводство. – 2009. №10. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://hr-portal.ru/article/principy-formirovaniya-kadrovogo-rezerva (дата обращения 20 февраля 2018г.)

УДК 005.32:331.101.3

Проблемы нематериального стимулирования в системе мотивации государственных служащих

Батищева А.С. [1]

Научный руководитель: к.э.н., Борисова Т.Н. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы нематериального стимулирования в системе мотивации государственных служащих на примере администрации Мысковского городского округа (Кемеровская область). Проанализирован количественный и качественный состав кадрового резерва, разработан перечень рекомендаций, позволяющий улучшить деятельность работников с помощью системы нематериального стимулирования.

Ключевые слова: управление персоналом, нематериальное стимулирование, структура персонала, администрация Мысковского городского округа, совершенствование деятельности работников.

Для российских бюджетных организаций проблема нематериального стимулирования персонала стоит особо остро, поскольку практически всегда приходится действовать в условиях ограниченных материальных ресурсов. Следовательно, имеет место актуальность вопроса изучения нематериальных стимулов, используемых бюджетными государственными организациями в современных социально-экономических условиях.

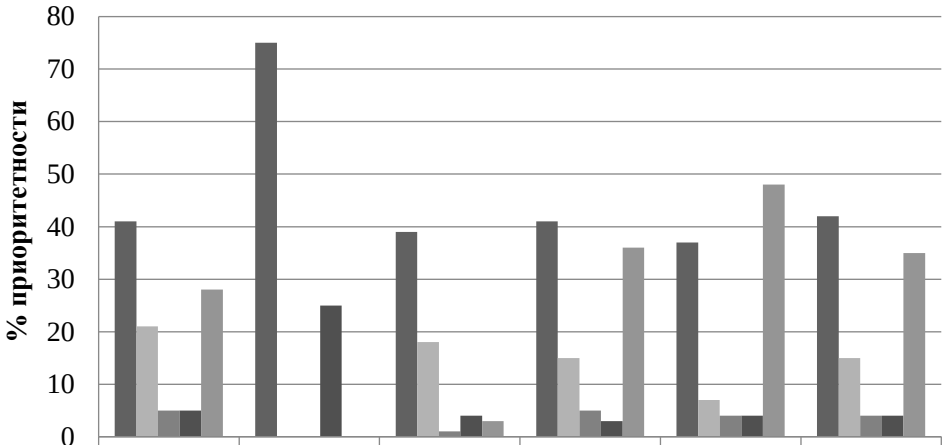
Нематериальное стимулирование значительно повышает производительность труда сотрудника, так как через него работник понимает свою важность и значимость в организации и старается трудиться добросовестнее.

Исследование компании HeadHunter [2], проведенное в 2017 году с целью выяснения, какие нематериальные стимулы могут заставить работников отказаться от повышения материального обеспечения (во всех возможных формах), показывает важность нематериальных стимулов для персонала организации, даже в соотношении с повышением материальной составляющей их работы. Полученные в данном исследовании результаты объясняются тем фактом, что для человека важно не только удовлетворение его материальных потребностей, но и профессиональная и личная реализация, признание коллег по работе и т.п.

Можно выделить следующие современные способы нематериального стимулирования персонала в отечественных и зарубежных организациях:

– обеспечение персонала комфортной работой («Google»);
– корпоративная культура («LandsEnd»);
– организация гибкого графика работы сотрудника (ПАО «Сбербанк» , российское отделение «Microsoft»);
– обучение за счет компании («Google»: «Ernst&Young», «Deloitte», «KPMG» и «PricewaterhouseCoopers»; ПАО «Сбербанк»);
– система «кафетерия» – сотрудники организации выбирают для себя различные формы стимулов («Unilever»);
– выдача поощряемым работникам дисконтных карт на приобретение товаров в своем же магазине («Л'Этуаль», «Gloria Jeans», «Reebok», «Ile de Beauté», «Adidas»);
– поездки за счет компании («Вимм-Билль-Данн»);
– «вознаграждения-признательности» компании («WaltDisneyCo», «SouthwestAirlines»).

Рисунок 1 – Современные методы нематериального стимулирования



	Госслужащие	Рабочие	Специалисты	Менеджеры	Топ-менеджеры	Все категории сотрудников
Продвижение по карьерной лестнице	41	75	39	41	37	42
Обучение за счет компании	21	0	18	15	7	15
Расширение границ ответственности	5	0	1	5	4	4
Четкая постановка задач	5	25	4	3	4	4
Другое	28	0	3	36	48	35

Рисунок 2 - Приоритетность нематериальных стимулов среди различных категорий сотрудников

Также было проведено исследование в форме анкетирования сотрудников организаций бюджетной сферы. Целью исследования было: определить степень воздействия нематериальных методов стимулирования, по мнению самих работников. Работникам предлагалось определить каждый метод в одну из

групп: «действует незначительно», «действует существенно», «действует очень существенно». Результаты исследования, следующие:

- 42 % опрашиваемых респондентов определили моральное стимулирование (похвала, отзывы) в графу действует очень существенно, 42 % определили в графу - действует существенно, только на 16 % моральный фактор действует незначительно;

- участие сотрудников в принятии важных для компании решениях является очень существенным методом стимулирования только для 17 % респондентов, для 42 % является существенным, а для остальных41 % - незначительным;

- отношения в коллективе для 42 % являются очень существенным фактором, а для остальных 58 % - существенным;

- лишь 8 % опрашиваемых считают, что конкурсы и соревнования внутри компании влияют очень существенно на трудовую активность, 17 % считают, что существенно, а большинство сотрудников (75 %) считают метод незначительным.

Таким образом, моральное стимулирование и отношения в коллективе воздействуют на трудовую активность сотрудников в наибольшей степени, а участие сотрудников в принятии важных для компании решениях и конкурсы внутри компании в наименьшей. Можно сделать вывод, что в организациях целесообразно применять такие способы нематериального стимулирования как похвала со стороны руководства; создание условий для того, чтобы коллеги и клиенты могли оставлять отзывы; организация совместных мероприятий и отдыха для сотрудников для сплочения коллектива.

Для более конкретного анализа необходимости использования нематериального стимулирования в организациях бюджетной сферы, рассмотрим влияние материального и нематериального стимулирования на деятельность государственных организаций на примере Администрации Мысковского городского округа.

Муниципальная организация «Администрация Мысковского городского округа» зарегистрирована в Кемеровской области в городе Мыски и основным видом её деятельности является осуществление работы органов местного самоуправления районов, городов, внутригородских районов [4]. Численность персонала на конец 2017 года составляет 68 человек [3]. Проанализировав состояние кадрового резерва в муниципальной организации, её *численность персонала, структуру и систему управления, было выявлено, что в организации высокая текучесть кадров, данные представлены в таблице 1*[3].

Таблица 1 - Динамика численности персонала администрации Мысковского городского округа, в 2015-2017 гг.

Показатели	Значение		
	2015г.	2016г.	2017г.
Среднесписочная численность персонала	63	70	72
Число принятых	29	15	22
Число уволенных:	20	10	18

Продолжение таблицы 1

Показатели	Значение		
	2015г.	2016г.	2017г.
Количество работников, находящихся в отпусках по беременности и родам и в отпусках по уходу за ребенком до 3-х лет	6	7	4
Кол-во работников проработавших весь год	57	63	68

Исходя из таблицы 2, можно заключить, что показатели движения нестабильны, не имеют выраженной тенденции, что говорит об отсутствии кадровой политики в области удержания кадров. Это может свидетельствовать о слабой работе мотивационной системы, т.к. к большей части ушедшего персонала относятся сотрудники до 30 лет, которые не смогли адаптироваться в организации и найти для себя мотив для продолжения деятельности.

Таблица 2 – Анализ движения трудовых ресурсов

Наименование показателей	Значение показателей по годам			Отклонения	
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Коэффициент оборота по приему	0,460	0,214	0,305	- 0,246	0,091
Коэффициент оборота по выбытию	0,317	0,142	0,250	- 0,175	0,108
Коэффициент текучести кадров	0,238	0,128	0,236	- 0,110	0,108

По мнению Центра компетенций «Кадры и образование» [5], для небольших предприятий пристального внимания коэффициент текучести персонала требует при повышении более 12%. В администрации коэффициент текучести в 2017 г. составил 24 %, что говорит о своевременности изучения проблемы и необходимости незамедлительной разработки системы мероприятий по повышению стабильности трудового коллектива.

В подтверждение перечисленных проблем в системе стимулирования, в организации был проведен анализ карты мотивации сотрудников компании. Данная методика разработана ООО «Инновационный Кадровый Центр». Для этого сотрудникам необходимо было заполнить тест – опросник сотрудников «Мотивирующее руководство», оценить в баллах его значимость, распределив 11 баллов между четырьмя предложенными в каждом пункте вариантами завершения предложения. Для оценки каждого из вариантов (а, б, в, г) в рамках приведенных утверждений используются все 11 баллов. По данным ответов теста заполняется ключ, где показан средний балл ответов опросника, на основании которого строится карта мотивации сотрудников. Карта мотивации строится на основании набранных баллов, которые присваиваются относительно мотиваторов. По данным ответов теста заполняется ключ, где показан средний балл ответов опросника, на основании которого строится карта

мотивации сотрудников. Результаты изображены в виде гистограммы на рисунке 3.

Анализ показал: основными мотиваторами в работе сотрудников являются: материальный стимул (44 балла), структурированность работы (35 баллов), условия работы (32 балла), признание руководства (31 балл), одинаковыми по силе значимости являются: полезность работы и самосовершенствование (29 баллов). Остальные мотиваторы имеют меньшее расчетное значение. Самый низкий балл показывает креативность (21 балл).

К тому же, как видно из рисунка 3, для работников не на последнем месте находятся признание коллег, взаимоотношения и социальные контакты. Формирование организационной культуры на сегодняшний день считается одним из главнейших компонентов системы стимулирования персонала. Поэтому для совершенствования системы стимулирования труда администрации Мысковского городского округа, помимо улучшения системы оплаты труда, необходимо провести работу по формированию и развитию организационной культуры.

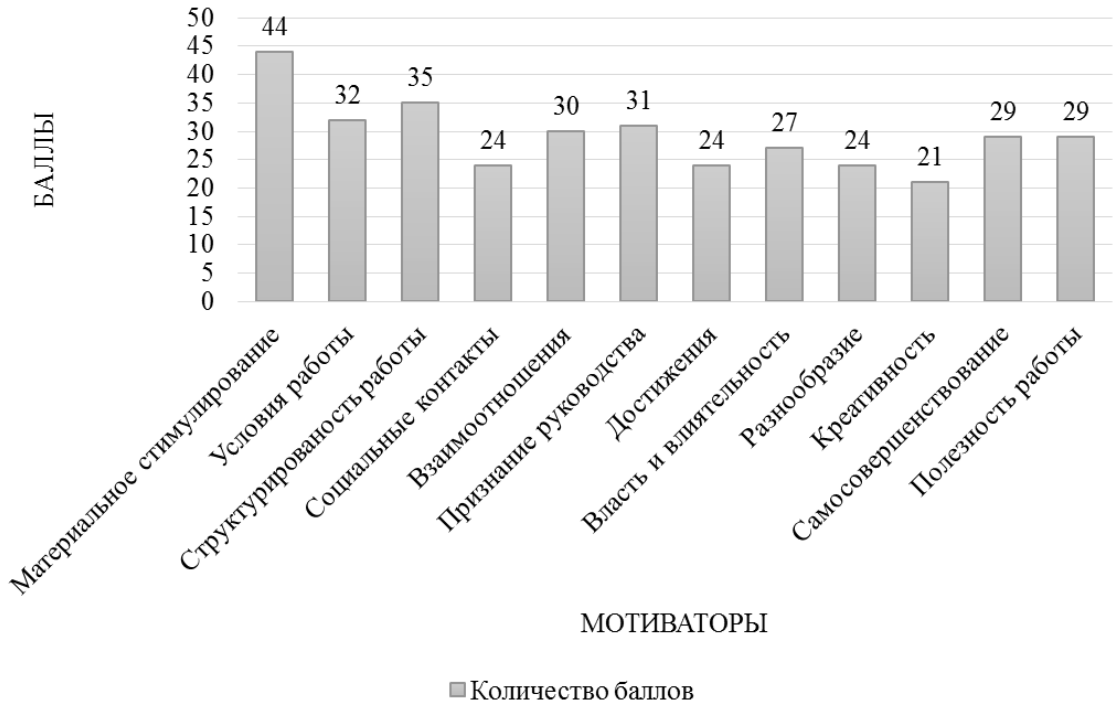


Рисунок 3 – Карта мотиватора сотрудников Администрации МГО

Таким образом, в результате исследования было выделено несколько особенностей в системе мотивации персонала, а именно:

1. *Неразвитость системы неденежного стимулирования*. В целом стоит сказать, что система нематериального поощрения трудовой мотивации отсутствует как таковая. Присутствуют лишь отдельные элементы (например, грамоты и устная благодарность). Ни о каких других мотивирующих факторов говорить не приходится. Также, следует отметить, что многие отмечают ненужность мотивации, за исключением материальной, обуславливая это тем,

что качество работы госслужащего не будет зависеть от нематериальных стимулов, в частности грамот, благодарностей. Отсюда целесообразно прийти к выводу, что в мотивировании сотрудников приоритет отдан, прежде всего, материальной части труда – премии, надбавки, стимулирующие. Система нематериальной мотивации развита крайне слабо, но некоторые сотрудники, понимая, что надбавки к заработной плате у работников в бюджетной сфере маловероятны, хотели бы усовершенствования нематериальной системы оплаты труда.

2. *Удовлетворение настоящим положением дел*. Если говорить все же о нематериальной мотивации, опуская материальный, денежный мотив, то ее отсутствие нисколько не смущает персонал организации. Они принимают отсутствие такой системы как должное. Работники, имеющие стаж около 20 лет, имеют на руках не больше двух грамот.

3. *Отсутствие льготы*. Для работников администрации Мысковского городского округа отсутствуют какие-либо льготы и привилегии в получении медицинских услуг, а об учреждениях города и говорить не приходится.

4. *Отношения и коллектив*. Большинство персонала ограничиваются только отношениями на работе, не вынося общение за рамки. В целом, коллектив расположен к дальнейшему сплочению методами нематериальной мотивации и этот момент так же нельзя оставлять без внимания. Благоприятный психологический климат в любых организациях является важным мотивирующим фактором.

5. *Профессионально-квалификационный рост*.

Уровень профессионального образования за последние четыре года варьируется в разных значениях, т.к. несмотря на увеличение числа работников, повысивших свою квалификацию, высокая текучесть кадров сказывается на общей динамике профессионального развития персонала администрации. Из общего количества муниципальных служащих администрации в 2017 году только 17% имеет высшие образование по специальности «Государственное и муниципальное управление», что говорит о слабой профессиональной подготовке кадров.

Теоретическая значимость исследования заключается в выявлении наличия и эффективности системы нематериальной трудовой мотивации работников Администрации Мысковского городского округа, наличия представлений об информированности работников и ее необходимости такой системы.

Практическая значимость результатов данного исследования заключается в том, что они могут быть использованы для усовершенствования системы трудовой нематериальной мотивации, как в рассматриваемом учреждении, так и в других организациях государственной службы.

Следовательно, мероприятия по разработке системы нематериального стимулирования должны быть направлены на усиленную работу в части мотивации на перспективу, к которой относится формирование кадрового резерва и реальные мероприятия по развитию персонала смогут частично

изменить ситуацию к лучшему.

Во-первых, для достижения некритичного значения показателя текучести кадров (ниже 12%) Администрации МГО необходимо снизить показатель текучести на 20% (т.е. до 7%). Это позволит минимизировать временные, финансовые и другие затраты на поиск новых эффективно работающих сотрудников, и обеспечить подготовку сотрудников к переходу на новую должность и к выполнению новых трудовых функций. Рассчитанный экономический эффект при достижении представленных значений составит более полумиллиона рублей в год.

Во-вторых, важную роль в изменении ситуации в лучшую сторону может играть развитие в организации чувства единства и корпоративного духа. Необходимо направлять усилия на развитие дружеских отношений и диалог между людьми. Создавать формальные и неформальные ситуации, обеспечивающие служащим достаточный контакт друг с другом и понимание взаимных интересов. С этой целью можно использовать широкий спектр средств: управление по принципу «обхода сотрудников», работа руководителей в открытых кабинетах рядом с их подчиненными, регулярные собрания, совещания с участием служащих различных уровней. Обязательно признавать личный вклад сотрудников. Создавать организационные процедуры для признания и вознаграждения деятельности лучших служащих. Стремление к признанию со стороны других людей является мощным мотивом человеческого поведения и деятельности.

В-третьих, в ходе опроса были выявлены желательные льготы для сотрудников Администрации, такие, как:

- работникам, не имеющих нарушений трудовой дисциплины, предоставляется право выбора времени отпуска;
- размещение фотографий лучших работников на доске почета;
- предоставление абонементов в фитнесс-центр, бассейн;
- предоставление общественного транспорта (автобуса) для работников, живущих далеко от места работы.

В-четвертых, обучение и рост квалификации персонала призваны не только давать сотрудникам необходимые знания, но и совершенствовать у них высококвалифицированные способности. Подготовка считается важным способом пропаганды и укрепления желательного отношения к деятельности, к организации и разъяснения того, какое поведение организация ждет от своих сотрудников, какое поведение будет поощряться, поддерживаться, приветствоваться.

Эффективная система нематериального стимулирования персонала организации на сегодняшний день является немаловажным фактором стабильности организации, одной из основ ее развития в будущем. Ее создание и совершенствование – одна из основных задач руководства организации. Существует множество различных подходов к построению эффективной системы нематериального стимулирования сотрудников компании и нет одного

универсального, все они определяются спецификой и возможностями организации и ее сотрудников.

Список использованных источников

1. Назарова Е.В. Особенности и перспективы методов современного стимулирования персонала в России // Экономика и менеджмент. – 2016. №6 - [Электронный ресурс]. Точка доступа: http://ekonomika.snauka.ru/2016/06/11739 (дата обращения: 04.03.2018)
2. Нематериальные стимулы - что может быть лучше высокого оклада [Электронный ресурс] - Точка доступа: http://www.gd.ru/articles/3361-nematerialnye-stimuly (дата обращения: 04.03.2018)
3. Структура распределения сотрудников по возрасту, по образованию, по стажу, по категориям в администрации Мысковского городского округа за 2015-2017 гг.
4. Официальный сайт Администрации Мысковского городского округа [Электронный ресурс]. – Точка доступа: http://www.myskiadmin.ru (дата обращения: 04.03.2018)
5. АНО «Цифровая экономика» / Центр компетенций «Кадры и образование» // Нормы текучести кадров [Электронный ресурс]. – Точка доступа: https://data-economy.ru/education (дата обращения: 04.03.2018)

УДК 331.101.6

Управленческие инструменты повышения производительности труда в условиях снижения темпов экономического роста организаций нашей страны

Безикова Е.С. [1], Бобко К.И. [1]

Научный руководитель Ковалева Е.В. [2]

[1] ОАО Разрез «Березовский», г. Новокузнецк, Россия

[2] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Исследованы пути повышения производительности труда в условиях снижения темпов экономического роста организаций нашей страны, вызванных экономическим кризисом и рецессией 2013-2016г.г. Изучены возможности активизации управленческих инструментов воздействия на мотивацию сотрудников предприятий с целью повышения производительности труда. Рассмотрена причинно-следственная связь между производительностью труда, ощущением стабильности и текучестью персонала, свидетельствующая о необходимости разработки эффективных систем вознаграждения персонала. Показана смоделированная мотивационная модель, позволяющая повысить эффективность труда сотрудников.

Ключевые слова: производительность труда, управленческие инструменты, факторы роста, вовлечение персонала, вознаграждение, мотивация

Повышение производительности труда является сегодня одной из наиболее актуальных задач бизнеса. По данным различных исследований,

российские предприятия катастрофически отстают по этому показателю от европейских, японских и американских компаний. На рисунке 1 представлена динамика производительности труда в Российской Федерации по сравнению со станами ЕС и G7, которая показывает серьезное отставание нашей страны по этому признаку [1].

Как видно из рисунка 1, в 2005–2015 годах в нашей стране сохранялся значительно более низкий (больше чем в два раза) уровень производительности труда в экономике по сравнению с рассматриваемыми группами зарубежных стран, особенно стран с развитыми экономиками, такими как: Германия, Япония, Великобритания, Франция, Италия, Канада и США. В динамике этот разрыв в анализируемом периоде практически не сокращался.

Представленные Аналитическим центром при Правительстве РФ статистические данные позволяют сделать вывод о том, что уровень производительности труда в России, на протяжении 2005–2015 годов, рассчитываемый в долларах США в постоянных ценах 2005 года, отставал, например: от соответствующего среднего показателя в мире в 2015 году на 27%, от среднего по странам ЕС — на 81% и по группе стран G7 — на 41%.

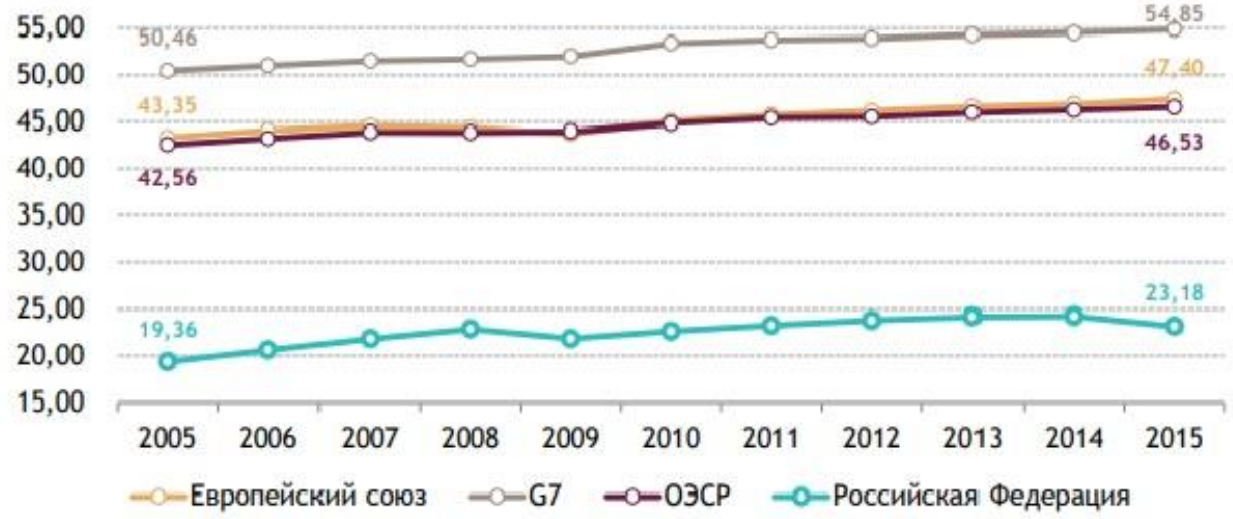


Рисунок 1 – Уровень и динамика производительности труда России в сравнении со странами ЕС, G7 и ОЭСР

В выступлении министра экономического развития и торговли Российской Федерации на заседании Совета при Президенте по стратегическому развитию и приоритетным проектам были выделены четыре ключевых проблемы низкой производительности труда [2]. Менее освещенными в экономической литературе являются две из них: 1) низкий уровень у предприятий управленческих и технологических компетенций, необходимых для качественного скачка в производительности; 2) высокие социальные риски массовых сокращений и не всегда работающие механизмы быстрого поиска новой работы и переобучения и повышения квалификации сотрудников.

Способы повышения производительности труда условно делятся на экономические и управленческие. Известно, что экономический инструментарий направлен на модернизацию производства, оптимизацию производственных процессов, снижение затрат труда (рабочего времени) на изготовление единицы продукции и (или) выпуска дополнительного количества произведенной продукции в единицу времени и т. п.

Управленческие инструменты нацелены, прежде всего, на повышение вовлеченности персонала, ориентацию сотрудников на эффективную и продуктивную работу. Если экономический инструментарий требует финансовых затрат, то использование управленческого института позволяет влиять на увеличение производительности труда, без вложения значительных финансовых ресурсов. В условиях рецессии 2013-2016, когда предприятия урезали бюджеты, а рост производительности труда сохранял свою актуальность, необходимо уделить особое внимание управленческим методикам воздействия на производительность труда предприятия. Такая проблема существует и в настоящее время (темпы экономического роста в 2017г оказались ниже запланированных). Эксперты считают, что экстенсивные факторы экономического развития отечественной экономики, связанные с вводом простаивающих или дополнительных мощностей в промышленности и привлечением дополнительной рабочей силы себя исчерпали [4]. Основой повышения производительности труда в дальнейшем должно стать эффективное использование трудовых ресурсов. Борьба за повышение производительности труда инициирует поднятие на более высокий уровень социально-трудовых отношений. Исследования по вопросам управления производительностью труда на предприятиях показывают, что основное внимание уделяется вопросам автоматизации производства. Способность бизнеса управлять человеческими ресурсами отстает от их способности управлять высокотехнологичными видами деятельности. Например, по имеющимся данным, повышение производительности труда в металлургической промышленности достигается на 60% за счет технологии и лишь на 15% - за счет рабочей силы [5].

В этих условиях, совершенно очевидно, что система управления трудом нуждается в серьезном совершенствовании.

Известно, что важнейшей функцией менеджмента по стимулированию процесса производительности труда является мотивация труда.

Одним из направлений зарубежных разработок в области управления производительностью труда является повышение заинтересованности работника в результатах своей работы. Этому может способствовать повышение уровня вовлеченности сотрудников в деятельность организации. Повышению сопричастности работников может содействовать только эффективно функционирующая система вознаграждений.

В последнее время, во многих организациях страны применяется двухкомпонентная модель мотивации, состоящая из двух основных групп

факторов: 1) работающих на удержание сотрудников и 2) воздействующих на их вовлечение в рабочий процесс.

К первой группе относятся комфортные условия труда (свет, вода, чистое помещение и проч.), безопасность рабочего места (это особенно важно на производственной площадке), величина заработной платы и проч. Эти факторы обеспечивают чувство стабильности и защищенности у сотрудников.

На вовлечение работают такие мотиваторы, как возможность профессионального и карьерного роста, приобретение новых знаний и навыков, получение признания и т. п. Они создают драйв, стремление к лучшему результату и повышению эффективности деятельности работающего персонала.

Данные группы факторов в разной степени влияют на сотрудников всех уровней. Как правило, от специалистов и руководителей мы в первую очередь ждем мотивации на достижение. На рядовых позициях персонал больше тяготеет к стабильности, которая является, по сути, залогом его комфортного существования на работе.

Акцент на факторах, создающих стабильность, повышает уверенность сотрудников в завтрашнем дне и снижает текучесть персонала. В компании с такими условиями труда люди остаются работать многие годы, в подобных организациях нет проблем с передачей знаний от опытных специалистов. Рабочим в принципе не свойственна ориентация на частые изменения, они готовы трудиться на предприятии в течение многих лет, если уверены в работодателе и чувствуют защищенность.

На практике, повышение производительности труда чаще всего связывается с увеличение объемов производства. Такие модели не всегда имеют четкое установление связи между вознаграждением и результатами деятельности сотрудников. Отсутствие денежной мотивации дополнительных усилий работников снижает ощущение стабильности у сотрудников, приводит к увеличению текучести кадров и влечет дефицит кадров в компании.

Поэтому, составляя программу повышения производительности труда, менеджмент организации должен учитывать весь спектр факторов, влияющих на ее уровень. Решением может стать построение эффективной системы вознаграждения, сохраняющей для сотрудников ощущение стабильности, с одной стороны, и стимулирующей их на более интенсивную работу – с другой.

Для поддержания стабильности персонала необходимо, чтобы зарплата соответствовала рынку, система ее начисления была справедливой, а выплаты регулярными.

В этой ситуации, моделируя систему вознаграждения для повышения производительности труда целесообразно применять систему вознаграждения, близкую к традиционной, и состоящую из: премий, бонусов, должностных привилегий, корпоративных социальных льгот, квалификационной составляющей в зарплате.

Для того чтобы схема стимулирования оказалась действенной, необходимо, чтобы она была улучшена по следующим критериям:

1) высокая прозрачность - сотрудникам должно быть известно, из чего складывается их доход. Работники должны знать, что в компании система бонусов за производительность труда;

2) возможность влияния на размер дохода сотрудников (возможности дополнительно поощрять эффективных сотрудников); Сотрудники должны понимать зависимость своего дохода от вложенных усилий;

3) соразмерность бонуса с ростом производительности труда. Размер переменного вознаграждения должен быть мотивирующим, слишком низкий процент вознаграждения за высокую эффективность работника может оказать обратный, демотивирующий эффект и дискредитировать всю систему оплаты.

Если система оплаты в компании выстроена прозрачно для сотрудников и нацелена на результат труда, она будет служить мощным мотивационным драйвером.

При существующей в компаниях проблеме с низкой эффективностью работы персонала и высокой стабильностью, обеспеченной условиями труда, внедряемая система оплаты должна:

- *мотивировать сотрудников на достижение большего результата;*

- *поддерживать ощущение стабильности у рабочего персонала, особенно на этапе внедрения новой системы.*

Это позволит, с одной стороны, избежать всплеска текучести и недовольства изменениями со стороны рабочих, с другой стороны – достичь поставленной цели: повысить производительность труда.

Предложенное решение выглядит следующим образом. Система денежной мотивации должна состоять из фиксированной и переменной частей. Необходимо принять решение регулярно производить повышение фиксированной части заработной платы (например, в начале каждого года).

Также предложено формировать бонусный фонд на основе параметров, представленных в таблице 1.

Таблица 1 - Параметры формирования бонусного фонда

Основание	Название	Описание
Для начисления бонуса	Производительность труда	Фактическая величина производительности труда по сравнению с плановой (изменение в процентах)
Для изменения бонуса (повышения или понижения)	Качество продукции	Процент брака от общего количества выпущенной продукции

Необходимо разработать шкалу, на основании которой управляющий может присвоить определенный балл подчиненному.

Таким образом, система дает возможность руководителям оказывать влияние на сотрудников, поощрять эффективных и депремировать менее эффективных работников.

Основные преимущества данной системы:

-прозрачность требований к сотрудникам – критерии оценки доносятся до трудящихся;

- соразмерность – бонусный фонд увеличивается за счет ежегодных повышений;

- возможность оказывать влияние на производительность труда.

Кроме того, система вознаграждений может привязываться к результатам работы отдельных подразделений, тем самым сохраняя принцип общей ответственности за результат.

В результате внедрения такой системы мотивации производительность труда рабочих вырастет, что приблизит производительность труда, в России к европейским показателям. Кроме того, несомненно, повысится общая удовлетворенность рабочих условиями работы в компании.

Любое значимое изменение в организации несет в себе риски. Внедрение новой системы вознаграждения – одно из самых болезненных и рискованных изменений.

Менеджменту необходимо уделять повышенное внимание к процессу внедрения, постоянно контролировать этапы проекта, наблюдать за ситуацией в коллективе. Кроме того, нужно отслеживать обратную связь и своевременно вносить корректировки в случае необходимости.

При внедрении необходимо предусмотреть следующие основные риски:

1) низкая вовлеченность руководителей, отсутствие поддержки изменений с их стороны. Так как именно топ-менеджеры являются «агентами изменений» внутри компании, для любых нововведений крайне важна их поддержка. Обеспечить вовлеченность и поддержку руководителей поможет их включение в проект еще на этапе разработки новой системы. Это создаст у управляющих чувство причастности к конечному продукту и обеспечит их лояльность при внедрении.

2) недостаточная внутренняя коммуникация. Для того чтобы система вознаграждения начала эффективно работать, необходимо максимально подробно донести новые «правила игры» до всего коллектива. Важно помнить, что в процессе коммуникации любая информация меняет свой вид и искажается. Поэтому очень важно не просто осведомить сотрудников, но и уделить время работе с их опасениями, возражениями, сопротивлением новому.

Для достижения желаемого результата необходимо использовать формальные и неформальные каналы коммуникации. Первые – это собрания коллектива, рассылки, доски информации, внутренний сайт. Вторые – корпоративные мероприятия, соревнования, совместный отдых и т.д.

Повышение производительности труда – задача не из легких. Отечественным компаниям предстоит пройти долгий путь от модернизации производства и внедрения эффективных систем корпоративного управления до изменения ментальности самих работников.

Грамотная и сбалансированная система вознаграждения, учитывающая все важные критерии и особенности мотивации персонала, является значимым фактором повышения производительности труда на российских рынках.

Список использованных источников

1. Социальный бюллетень, выпуск № 9, июнь 2017. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://ac.gov.ru/files/publication/a/13612.pdf (дата обращения 22 февраля 2018г).
2. Максим Орешкин: Повышение производительности труда — одна из ключевых тем в разрабатываемом плане ускорения экономического роста до 2025 года // Сайт Министерства экономического развития РФ. 22.03.2017. [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/minec/press/news/2017220301 (дата обращения 22 февраля 2018г).
3. Посталюк М.П., Андрианов Д.С., Посталюк Т.М. Управление инноватизацией институциональной системы как фактор устойчивого развития российской экономики // Проблемы современной экономики. №3(63), 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=6122 (дата обращения 22 февраля 2018г).
4. Лазарева И.И. Исследование факторов роста производительности труда в промышленности // Актуальные вопросы современного общества: матер. Междунар. науч.- практич. конф.: в 2 т. Курск, 2011.Т2. С.39-47.
5. Воронина Л.П. , Зайцева А.Г.Производительность труда в металлургическом производстве (на примере ЗАО Уралкорд) // Вопросы управления. № 3, 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2010/03/07/(дата обращения 22 февраля 2018г).

УДК 658.3.07

Проблемы формирования кадровой политики в условиях спада (на примере ОАО «Завод Универсал»)

Гера Д.М. [1], Зинович А.Е. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Рассматриваются вопросы управления кадровой политикой в условиях спада. Выделены проблемные сферы, которые долы представлять наибольший интерес для руководителя при формировании системы управления персоналом предприятия в кризисных ситуациях. Проведен анализ кадровой политики ОАО «Завод Универсал», даны рекомендации по ее улучшению.

Ключевые слова: кадровая политика, система управления персоналом, кадровый потенциал

Кадровая политика является неотъемлемой частью стратегии управления персоналом на современном предприятии. Будучи элементом долгосрочного плана развития кадровая политика являет собой ключевое направление в кадровой работе, которое определяется совокупностью принципиальных положений по формированию трудового коллектива, который наилучшим

образом способствовал бы совмещению целей и приоритетов организации и ее работников. [1]

Роль кадров является ключевой на любом этапе развития организации. Такая важность обусловлена тем, что именно персонал является наиболее эффективным инструментом при решении разнообразных бизнес-задач. Роль персонала является исключительной в условиях постоянного меняющейся окружающей среды [1]. Именно это является определяющим при исследовании подходов по реализации кадровой политики.

В области кадровой политики за последнее десятилетие произошли существенные изменения. Наиболее актуальной проблемой является дефицит квалифицированной рабочей силы, которая способна работать в постоянно меняющихся условиях. Говоря иначе, проблема качества персонала сегодня вышла на первое место. Конкуренцию выдерживает тот, у кого самый лучший кадровый потенциал. Осознавая это, большинство коммерческих организаций начинают делать ставки на человеческий фактор. При этом важную роль играет пересмотр кадровой политики в связи с концепцией жизненного цикла. Очевидным является, что на разных этапах развития принципиальные подходы к управлению персоналом конкретной организации должны корректироваться. И если на этапах роста и стабилизации у организации существует много ресурсов по активизации кадрового потенциала, то в условиях спада возникает противоречие между целями по экономии ресурсов и стимулированию активности персонала.

Рисунок 1 – Ключевые причины кадровых проблем

Период спада характеризуется уменьшением объема производства продукции, сокращением всех расходом до минимального уровня, неплатежеспособностью и, как следствие, возможным банкротством. Этот процесс также сопровождается повышенной социально-психологической

напряженностью в коллективе, что требует принятия определенных мер. Первоочередной задачей в этом случае становится определенная трансформация кадровой политики, предполагающая диагностику кадрового потенциала организации, выявление лишних звеньев, переподготовку сотрудников с наименьшими финансовыми затратами.

Отсутствие системы оценки потребностей сотрудников является одной из ключевых причин низкого качества управления кадровым потенциалом.

В целом можно выделить четыре ключевые группы причин неоптимальной кадровой политики коммерческого предприятия, которые определяются проблемами в следующих сферах. [1, 2]

Рассмотрим опыт формирования кадровой политики на примере открытого акционерного общества «Завод Универсал» (ОАО «Завод Универсал») [3] – одного из крупнейших предприятий, специализирующееся на выпуске санитарно-технических изделий. На сегодняшний день завод выпускает десять различных моделей чугунных эмалированных ванн.

Спрос на некоторые товары или услуги в настоящее время снизился, т.к. люди предпочитают чугунным изделиям продукцию из более нового материала, поэтому вышеперечисленные проблемы формирования кадровой политики будут рассмотрены на его примере.

Как говорилось ранее, ни одно предприятие не может существовать без персонала, поэтому формирование кадровой политики играет очень важную роль в процессе управления трудовыми ресурсами.

При нормальных условиях кадровая политика направлена на достижение целей организации. В условиях спада положение предприятия нестабильно, т.к. возникает угроза его выживанию, а также надвигаются серьёзные перемены, результат которых может быть неблагоприятным или же положительным. В данной ситуации кадровая политика меняется по причине возникновения таких проблем, как вынужденная ликвидация некоторых программ социального развития, ограниченность материальных средств, сокращение численности персонала и т.д. [4].

Довольно часто перемены вызывают негативную реакцию со стороны работников. Следовательно, велика вероятность повышения социально-психологической напряжённости, которая замедляет реализацию нововведений. Неблагоприятная эмоциональная атмосфера в коллективе связана с совокупностью демотивирующих факторов и может повлечь за собой возникновение конфликтных ситуаций. ОАО «Завод Универсал» проводит социологические и психологические исследования, направленные на совершенствование организации труда, предупреждение текучести кадров и выявления угнетённого морального состояния персонала, причиной которого часто является страх вследствие предположения о возможном закрытии предприятия. Попытки стимулировать персонал осуществляются путём начислений премий за выполнение плана. Стоит отметить, что на предприятии применяется сдельная оплата труда (оплата по фактическим результатам труда) с минимальным окладом.

В условиях спада основная задача ОАО «Завод Универсал» заключается в спасении организации и обретении стабильности на длительную перспективу. При формировании кадровой политики учитывается необходимость мер по сокращению затрат. С целью решения данной проблемы формируется кадровый резерв для выдвижения на инженерно-технические руководяще должности.

Довольно эффективно повышение квалификации уже имеющихся сотрудников для решения новых задач и продвижение их по службе, т.к. они давно работают на предприятии и знают его специфику, следовательно, нет нужды в длительном периоде адаптации. Продвижение происходит как по горизонтальной, так и по вертикальной линии. Обучение персонала входит в обязанности инновационного отдела, а так же специального центра. Предпринятые меры дают возможность не только сократить затраты на привлечение нового персонала и денежные выплаты сотрудникам, попавшим под сокращение, но и мотивировать работников с помощью перспективы карьерного роста. Он, в свою очередь, реализуется путем аттестации и оценки персонала.

Как уже упоминалось ранее, «используются» разносторонне развитые работники без дополнительного найма новичков. Если все же ведется набор новых сотрудников, то предпочтение отдается людям рискованным и нацеленным на дальние перспективы. Сотрудники должны быть гибкими в условиях изменений, ориентироваться на большие цели и дальние перспективы.

Подбор работников производится путем разработки стратегий передачи информации в СМИ и службы занятости населения, а также в учебные заведения

Ещё одной проблемой формирования кадровой политики в сложившихся условиях может стать избыточная численность, возникающая вследствие дублирования работ. В таких ситуациях, когда сокращение сотрудников неизбежно, оценка и аттестация работников позволяют исключить «слабые звенья».

Такой подход создает условия для удержания ключевых специалистов, состав которых представлен не низкоквалифицированными работниками, а той части персонала, которая относится к средней и младшей возрастным группами включающей высококвалифицированными специалистами, достаточно активными и востребованными на рынке труда. Кадровая политика в условиях спада направлена на диагностику кадрового потенциала организации, выявление лишних звеньев и переподготовку сотрудников с наименьшими финансовыми затратами.

Кадровая политика является важнейшей составной частью управления организации. Её рекомендуется разрабатывать, согласно особенностями корпоративной культуры, что с большей вероятностью положительно скажется на успешности её проведения. В систему кадровой политики следует включить гибкость, чтобы корректировать её в случае возникновения потребности в совершенствовании структуры кадров, их развитии [5].

Итак, рассмотрев самую главную проблему ОАО «Завод Универсал» в ходе реализации ее кадровой политики, следует сделать вывод, что такие крупные компании должны выстраивать план решения проблем по планированию кадров в соответствии со своим настоящим положением, но прогнозирую будущее. Если совершать вышеперечисленные действия не в системе, то эффекта не получится. Одна область предприятия будет развиваться, а другая может стоять на месте, что приведет к неравномерному развитию компаний, а это уже повлечет за собой и потерю клиентов, и сокращение объемов производства.

Таким образом, чтобы быстро, а самое главное, эффективно решать проблемы реализации кадровой политики на коммерческих предприятиях, нужно придерживаться определенной концепции учета кадрового потенциала. Если все необходимое происходит, то ошибки при наборе персонала становятся менее значительными.

Список использованных источников

1. Герасюта Е.В. Проблемы реализации кадровой политики на коммерческом предприятии // Психология, социология и педагогика. 2015. № 3 [Электронный ресурс]. URL: http://psychology.snauka.ru/2015/03/4551 (дата обращения: 11.01.2018)

2. Мазученко В. Н. Основные принципы кадрового планирования // Российский бухгалтер : электрон. журн. 2008. 27 нояб. – URL: http://rosbuh.ru/print/?type=article&id=2262 (дата обращения: 20.03.2018)

3. Официальный сайт ОАО «Завод Универсал» – URL: http://zavoduniversal.ru/

4. Клеймёнова Лариса Валерьевна. Проблемы формирования кадровой политики в условиях кризиса // Известия БГУ. – 2009. – №5. – С. 113-116.

5. Кондратьева Елена Александровна. Содержание, задачи и методики формирования кадровой политики предприятия // Социально-экономические явления и процессы. - 2014. - №7. - С.38-44.

УДК 005.4

Методы управления женским коллективом руководителем-женщиной (на примере МБНОУ «Лицей №11»)

Голыбина Н.С. [1], Казанцева Г.Г. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассмотрена особенностью управления женщиной-руководителем, а также наиболее эффективные методы взаимодействия с женским коллективом, на примере, МБНОУ «Лицей №11».

Ключевые слова: школа, женский коллектив, женщина-руководитель, методы управления.

В современном обществе существуют организации, среди сотрудников которых преобладают представители того или иного пола. Наиболее распространенно преобладание женского коллектива в образовательных учреждениях, таких как школа. Женский коллектив в школах подразумевает и преобладание в ее управленческой структуру, так же женщин-руководителей. Практика показывает, что существует специфика руководства коллективами, где есть только мужчины, или только женщины. В связи с этим в менеджменте остро встает вопрос об изучении особенностей управления женским или мужским коллективом с учетом способностей и специфики руководством им женщиной-руководителем. Знание основных закономерностей женской психологии и управления женским коллективом позволит руководителям и специалистам в области менеджмента эффективно осуществлять управленческий процесс [1].

Персонал является стратегическим ресурсом и корпоративной ценностью компании. Потенциал персонала практически неограничен и благодатной задачей руководства любой организации является его постоянное раскрытие и развитие. На сегодняшний момент в управлении персоналом МБНОУ «ЛИЦЕЙ №11» сложился ряд трудностей: конфликтность среди персонала, высокая конкурентность за индивидуальные показатели эффективности труда, низкая сплоченность, в результате профессиональное выгорания учителей, отсутствие действующих стимулов повышению качественного труда и т.д.

Для решения данных проблем рассмотрим некоторые подходы в формирование карьеры женщин и ее руководящих позиций в организации. Во первых, число женщин руководителей в производстве и крупном бизнесе продолжает оставаться на довольно низком уровне. Это связано с тем, что данный бизнес предполагает мужскую манеру поведения и образ жизни. Однако, исследование, проведенное автором в городе Улан-Удэ (2011-2012 гг.) выявило, что для женщин не характерен жесткий авторитарный стиль управления, их стиль руководства является скорее демократичным. Так 61% респондентов часто советуются с подчиненными при принятии важных решений, хотя это и не распространяется на весь коллектив. Более половины женщин-руководителей имеют доверенных лиц и свой круг подчиненных. Прекрасно знают миссию своей организации и умеют ее представлять 73% женщин-руководителей как государственных и общественных организаций, так и бизнес-структур. Благополучный климат доверия и поддержки в своем коллективе создают 76% руководителей-женщин [3].

В коллективе, состоящем только из женщин, не каждой комфортно работать, а руководить женским коллективом сложнее в разы. Ведь руководителю помимо профессиональных задач приходится ежедневно сталкиваться с такими явлениями, как смена настроения, излишняя эмоциональность, личные проблемы. Встречаются абсолютно противоположные мнения, касающиеся работы в женском коллективе. Одни утверждают, что это источник сплетен и интриг, в то время как другие

обращают внимание на атмосферу доброты, заботы и взаимопомощи, царящую среди работающих вместе женщин. Причем положительную оценку женским коллективам в основном дают мужчины.

Выделяют несколько особенностей женской психологии:

– интуиция. Р. Кименг отмечал: «женская догадка обладает большей точностью, чем мужская уверенность»;

– темперамент. Женской природе больше соответствует сангвинический и меланхолический темпераменты. Для женщин характерны подвижность, бурное проявление чувств, быстрая перемена настроения. Женщина бывает, агрессивна, как правило, только если она несчастна;

– эмоциональность;

– нервная система и приспособляемость Нервная система женщин менее устойчива. Поэтому женщина быстро переходит от одного эмоционального состояния к другому;

– физические параметры (Женщины превосходят мужчин в ловкости, скорости восприятия, реакции, скорости речи, чувствительности осязания.);

– манера поведения в обществе;

– мышление;

Практика показывает, что женщины достигают успехов в работе не в результате копирования мужского стиля управления, а благодаря использованию своих способностей [2]:

1. Высокий образовательный потенциал женщин. Во всех уровнях образования численность женщин лидируют в нашей стране.

2. Женская интуиция позволяет с меньшими трудозатратами и большей легкостью выбрать из множества решений более благоприятное, оценить качество коммуникаций и потенциал каждого партнера до начала работы.

3. Использование обратной связи и эмпатии при ведении переговоров.

4. Женщины быстрее приспосабливаются к изменившимся условий внутренней и внешней среды организации.

5. Демократичность, готовность к сотрудничеству и коллективному принятию решений при умелом распределении обязанностей между подчиненными.

6. Трудолюбие женщин, способность доводить начатое дело до конца и брать на себя ответственность. Также женщины-руководители прекрасно подмечают и учитывают любые мелочи в работе.

7. Руководители-женщины лучше ориентированы на пользователей продукции своего предприятия, на новые услуги, в которых нуждается рынок.

Из перечисленных способностей женщины-руководителя видно, что возможно найти эффективное сочетание методов управления коллективом с учетом особенностей женской психологии и решить имеющие трудности с эффективностью деятельностью персонала МБНОУ «ЛИЦЕЙ №11».

В теории управления выделяют три метода воздействовать на коллектив и отдельных работников можно тремя методами управления персоналом: административные, экономические и социально-психологические.

1) Административные - базируются на власти, дисциплине.

2) Экономические - базируются на использовании экономических законов: экономическое стимулирование; финансирование; мотивация трудовой деятельности; оплата труда и т.д.

3) Социально-психологические - социально - психологический анализ; социально-психологическое планирование; создание творческой атмосферы; участие работников в управлении; социальная и моральная мотивация и стимулирование и т.д.

Используя, знания об особенностях женской психологии в управлении, предложим три наиболее подходящие метода управления в управлении женщиной-руководителем женским коллективом:

1) метод квартальных отчетов. Сотрудник сам устанавливает цели, учится правильно распоряжаться временем.

2) структурированное планирование. Каждый отдел ставит перед собой определенную цель, которая дополняет цели других отделов на благо развитию организации. Чтобы организовать работу в отделах, применяют «командный менеджмент».

3) метод творческих совещаний. Специалисты и руководители высказывают свои предположения, как улучшить систему управления персоналом, что порождает множество креативных идей.

Для эффективного управления персоналом необходимо применять все методы и стили управления комплексно. Кроме того, не забывать о том, что нужно четко соблюдать правила этика при общении с сотрудниками. Правильная система управления, мотивации, наказания и поощрения поможет создать процветающую компанию. Сам руководитель не сможет ничего достичь, если его сотрудники не будут подходить к работе творчески и с инициативой. Руководителю главное уметь заинтересовать, замотивировать и поддержать сотрудников

Таким образом, использование данных методов в управлении снизит конфликтность в коллективах, повысит их сплочённость и дружелюбие, взаимопомощь. Следовательно, климат в коллективе отразиться и на взаимоотношении с учениками и повысит результаты образовательной деятельности, как у учеников, так и учителей.

Список использованных источников

1. Настинова Ц. С. Управление персоналом в современных условиях // Молодой ученый. - 2016. - №8. - С. 632-634. - URL https://moluch.ru/archive/112/28510/ (Дата обращения: 24.12.2017)

2. Официальный сайт МБНОУ «Лицей № 11». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://lizey11.ucoz.ru/ (Дата обращения: 24.12.2017)

3. Статья: Профессиональная карьера как путь личностного развития женщин. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/professionalnaya-kariera-kak-put-lichnostnogo-razvitiya-zhenschiny

УДК 378.1:316.3

Выявление и развитие одаренной студенческой молодежи (на примере РУКМЦПСТВ «Карьера» «Сибирского государственного индустриального университета» г. Новокузнецк)

Горлова К.В. [1], к.э.н., Казанцева Г.Г. [1], Рыбалкина Л.Г. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы необходимости выявления, раскрытия потенциала и развития одарённой молодежи с целью успешного трудоустройства этой категории по окончании вуза. Предложены возможные и приоритетные направления работы с одаренной молодежью на базе РУКМЦПСТВ «Карьера» «Сибирского государственного индустриального университета».

Ключевые слова: вуз, одарённая молодежь, способности, выявление, развитие, трудоустройство.

На современном этапе развития инновационной экономики страны и территорий опережающего развития в регионе, при учете интересов отдельных предприятий, необходимо проводить работу (выявление, развитие и содействие в трудоустройстве) с категорией одарённой молодёжи. В том числе, высока ценность одарённых студентов, которые способны реализовывать уже в университете приоритетные направления научно-исследовательской деятельности. Каждое предприятие, нацеленное на интенсивный рост, высокую прибыльность и конкурентоспособность заинтересовано в таких кадрах, так как производство и наука тесно связаны между собой. А одарённую молодежь отличает открытость к новым идеям, инновациям, глобальное мышление, и таким образом создаётся конкурентное преимущество с помощью внедрения инноваций и постоянного улучшения качества. Поэтому важным фактором профессионального становления одарённых студентов является содействие трудоустройству на рабочие места, где можно более полно реализовать свои способности и получать достойное вознаграждение, во избежание подавления выдающихся способностей и «утечки мозгов» из страны.

Данное направление развития молодежи является одним из приоритетных в Государственной молодёжной политике. В рамках него реализуют проекты, способствующие эффективному профессиональному самоопределению и развитию потенциала молодежи. Выделяют следующие федеральные проекты:

- «Российская молодежная информационная сеть «Новый взгляд» [1]. Цель проекта: информировать студенческую молодежь страны о возможностях организации своей карьеры и формировать образ успешного россиянина;

- «Карьера». Цель проекта: формировать навыки построения карьеры и эффективного продвижения одарённых молодых людей на рынок труда;

- «Успех в твоих руках». Цель проекта: выявлять и продвигать талантливую молодежь и продукты ее инновационной деятельности;

- «Лидеры России» - даёт возможность попадания в высший кадровый резерв страны. Конкурс для руководителей нового поколения, которые будут определять будущее России.

На региональном и муниципальном уровнях развитие такой категории как одарённая молодежь должно обеспечиваться на всех ступенях образования, начиная со школы, а работа именно с одарёнными студентами в учреждениях высшего образования переходит в направление работы внутривузовских центров по содействию профессиональному становлению и трудоустройству выпускников.

Рассмотрим в чем заключается значимость такой категории как одаренная студенческая молодежь, особенности работы по её развитию и трудоустройству. Для этого важно понимать то, что эта категория обладает особенными чертами, в том числе и как социально-демографическая категория.

Под студенческой молодёжью понимаются учащиеся высших учебных заведений в возрасте до 30 лет, которые по окончании своего обучения являются источником пополнения квалифицированных кадров. Для них характерна заинтересованность научно-исследовательской работой, творческое отношение к процессу обучения, стремление к поиску нового, а также высокая требовательность к себе, к организованности и эффективности учебного процесса.

Для наилучшего понимания всех аспектов работы с одаренной молодежью опишем понятие одарённости. Одаренность - это совокупность факторов, обусловливающих особо успешную деятельность в определенной области и выделяющих человека из окружения. Обычно она проявляется в наличии у человека возможности что-то улучшать, совершенствовать [2].

Одним из факторов одарённости являются способности. Способности рассматриваются как совокупность качеств человека, необходимых для выполнения того или иного вида деятельности, позволяющих добиться успеха [3]. В основе одинаковых достижений могут лежать разные способности, так и один вид способностей может служить условием успеха в разных сферах деятельности.

В системе общих способностей выделяются познавательные (интеллектуальные) способности:

1. Конвергентные способности: скорость переработки информации, поиск и нахождение единственно правильного решения, способность к выявлению закономерностей; комбинировать в разных сочетаниях элементы проблемной ситуации.

2. Дивергентные способности: способность порождать множество оригинальных идей.

3. Обучаемость: способность к усвоению знаний и способов деятельности [3].

Существуют также специальные способности трех видов:

- интерсоциальные – ориентированы на организацию взаимодействия людей, управление ими (важны для руководителей, а также других работников, имеющих расширенные внешние контакты);

- конструктивные - направлены на создание конкретных объектов в тех или иных сферах деятельности, их реализация не требует активных контактов с окружающими;

- аналитические - предполагают склонность к поиску причин происходящих событий, осмыслению их последствий, формулировке выводов и общих рекомендаций [3].

Важнейшее место в системе работы с одарённой молодежью, а в первую очередь её выявления отведено вузам, в том числе центрам содействия профессиональному становлению и трудоустройству выпускников. Крупный региональный центр по содействию профессиональному становлению и трудоустройству выпускников, работающий также над управлением карьерой одаренных студентов - РУКМЦПСТВ «Карьера» «Сибирского государственного индустриального университета». Цель работы центра - реализация государственной молодёжной политики в области профориентации, осуществления помощи в профессиональном самоопределении молодёжи, содействия трудоустройству и профессиональному становлению выпускников учреждений профессионального образования Кемеровской области, адаптации на рынке труда и развития профессиональной карьеры [4]. Таким образом, в Сибирском государственном индустриальном университете создана комплексная технология содействия профессиональному становлению, планированию карьеры и трудоустройству выпускников.

На стадии профессионального становления в период обучения в университете предусмотрена стипендия студентам, имеющим особые достижения. В данном исследовании к одарённой студенческой молодежи отнесены те студенты, которые получают стипендии за особые достижения. Согласно этим данным, таких студентов обучается на настоящий момент в количестве 49 человек (таблица 1).

Таблица 1 – Количестве одарённых студентов выпускников на 2018 год

Государственная академическая стипендия студентам имеющим особые достижения	
Категория достижения	Количество человек
Институт горного дела и геосистем	
Учебная	2
Научно-исследовательская	4
Институт экономики и менеджмента	
Общественная	1
Учебная	1
Научно-исследовательская	1
Учебная	1

Продолжение таблицы 1

Институт металлургии и материаловедения	
Научно-исследовательская	7
Общественная	2
Спортивная	1
Институт машиностроения и транспорта	
Общественная	2
Научно-исследовательская	2
Спортивная	2
Учебная	3
Институт информационных технологий и автоматизированных систем	
Общественная	6
Научно-исследовательская	7
Культурно-творческая	1
Учебная	1
Архитектурно-строительный институт	
Общественная	1
Институт фундаментального образования	
Культурно-творческая	1
Учебная	3
Итого	49

Рассмотрим структуру студентов с повышенной стипендией по категориям достижений (рисунок 1).

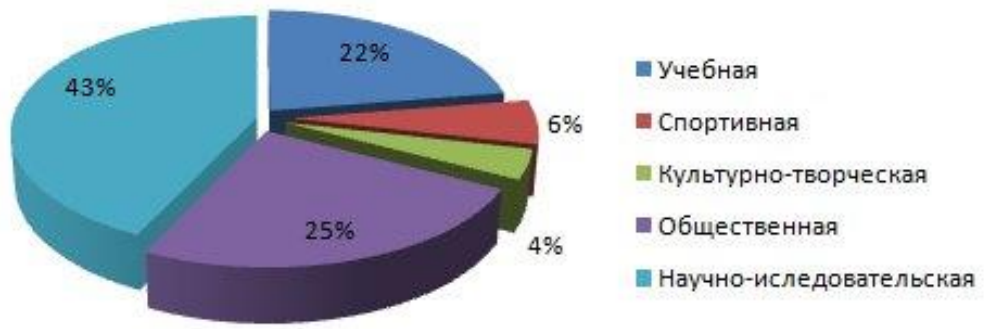


Рисунок 1 –Распределение количества одаренных студентов по категориям

По данным рисунка можно сделать вывод о том, что из представленных категорий достижений первенствующей является категория научно-исследовательской работы (43%).

Студенты, имеющие достижения именно в этом направлении представляют наибольший интерес для работы центра «Карьера».

Так же для выявления и содействия развитию одаренной молодежи в СибГИУ действует клуб робототехники, студенческий клуб «Перспектива карьеры».

На стадии профессионального становления важно обеспечить эффективность процесса повышения качества подготовки элитных специалистов. Для этого необходимо проводить мероприятия, направленные на развитие способностей студентов в вузе:

1. Развивать систему интеллектуальных и творческих состязаний как эффективного инструмента поиска и выявления одаренной молодежи. Система интеллектуальных и творческих состязаний повышает интерес обучающихся к интеллектуальной и творческой деятельности и создает стимулы к получению знаний сверх обязательной программы. Среди основных направлений развития и совершенствования способностей одаренной молодежи выделяем следующие:

- совершенствование системы олимпиад обучающихся;
- расширение тематики интеллектуальных и творческих состязаний, организация олимпиад и конкурсов по основным направлениям науки;
- создание системы стимулов для участия в олимпиадах и конкурсах;
- развитие системы региональных интеллектуальных состязаний среди студентов с целью повышения качества профессионального образования и привлечения лучших студентов в научные учреждения государственных научных центров.

2. Необходимо принимать меры, которые позволят обеспечивать становление, продвижение и таким образом управлять карьерой одаренных выпускников, а именно:

- развитие системы вовлечения одаренных обучающихся в научно - исследовательскую проектную деятельность через создание и развитие студенческих научных клубов, научно-учебных лабораторий, проектных групп, включения обучающихся в деятельность научных лабораторий;
- вовлечения талантливых обучающихся в инновационную деятельность через развитие молодежных инновационных центров, оказание помощи в создании и продвижение стартап-проектов [4] при поддержке бизнес – инкубатора, технопарков;
- управление профессиональной карьерой одаренной молодежи через развитие системы привлечения одаренных студентов к отраслевым проектам и программам, а также в дальнейшем предоставление дополнительных возможностей для профессионального роста, реализация мероприятий по закреплению элитных специалистов в компаниях и предприятиях.

При содействии трудоустройству одаренных выпускников в развивающиеся инновационные предприятия необходимо придерживаться следующих мероприятий, которые используются в деятельности центра «Карьера»:

- консультации, взаимодействия с работодателями такими средствами, как: организация таких мероприятий как «Ярмарка вакансий», «День карьеры», а также встречи с представителями компаний, именно для студентов, имеющих особые достижения в других форматах, где также можно задавать интересующие вопросы и предоставить своё резюме и портфолио документов;

- установление связей с работодателями через организацию учебных и производственных практик, выполнение ВКР по заказам работодателей;

- проведение опросов выпускников для выявления их потребностей, склонностей, проблем с трудоустройством (в декабре 2017 года – январе 2018 года опрошено 236 студентов выпускных курсов, остальные будут опрошены до выхода на рынок труда);

- организация выставок разработок студентов с приглашением представителей успешных компаний;

- проведение «круглых столов», конференций, где будут обсуждаться проблемы и особенности формирования личностно-профессиональных качеств и компетенций одаренных выпускников (в октябре – декабре 2017 года центром проведено 2 круглых стола со специалистами служб содействия трудоустройству выпускников г. Новокузнецка и Кемеровской области);

- мониторинг вакансий учебно-вспомогательного персонала на кафедрах и других подразделениях университета, содействие трудоустройству студентов на эти вакансии;

- реклама талантливых выпускников и их достижений в СМИ, оказание целенаправленной помощи в сборе характеристик, рекомендательных писем авторитетных ученых, менеджеров (РУКМЦПСТВ «Карьера» издает межвузовский информационный бюллетень, в котором публикуются резюме лучших студентов и выпускников СибГИУ).

По результатам мониторинга трудоустройства одаренных выпускников Сибирского государственного университета в 2017 году можно отметить следующее:

- из 40 выпускников, проявивших выдающиеся способности, 19 продолжили обучение в магистратуре;

- трудоустроились в ведущие отечественные высокотехнологичные компании 7 человек, а именно: в АО «Евразруда» - 1 чел., в АО «ЕВРАЗ ЗСМК» - 1 чел., в ООО «ЗапсибПром Инжиниринг» - 1 чел., в ООО «ЭкоПрофи» - 1 чел., в ООО «СибГеоТоп» - 2 чел., в ООО «РУСИнжиниринг» - 1 чел [5].

Таким образом, данные результаты профессионального становления одарённых выпускников не соответствуют их возможному потенциалу развития. Поэтому необходимо детально разработать и внедрить предложенные мероприятия для реализации комплексной технологии содействия профессиональному становлению, планированию карьеры и трудоустройству одарённых выпускников.

Список использованных источников

1. Самохвалов Н. А. Цели, задачи и приоритеты государственной молодежной политики Российской Федерации на среднесрочную и долгосрочную перспективы [Электронный ресурс]: журнал: вестник ЗабГУ.№4 - 2017. - Режим доступа : http://cyberleninka.ru/article/n/tseli-zadachi-i-prioritety-

gosudarstvennoy-molodezhnoy-politiki-rossiyskoy-federatsii-na-srednesrochnuyu-i-dolgosrochnuyu-perspektivy (дата обращения: 2.02.2018);

2. Ясюкова Л. А. Особенности социализации одаренной молодежи [Электронный ресурс]:журнал: вестник СПбГУ. – 2015. - Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsializatsii-odarennoy-molodezhi (дата обращения: 2.02.2018);

3. Гильманшина С. И. Формы работы с одаренной молодежью в системе университетского образования [Электронный ресурс]:монография - 2015. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/formy-raboty-s-odarennoy-molodezhyu (дата обращения: 5.02.2018);

4. Казанцева Г.Г., Петрова Т.Н., Гудин В.Н. Создание студентами стартап-проектов и их продвижение в молодежной среде / Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сб. науч. статей. Ч.1/ Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк, 2017. – С. 50-54

5. Сайт РУКМЦПСТВ «Карьера». Выпускнику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://job.sibsiu.ru/index.php (дата обращения: 6.02.2018).

УДК 658.3.07

Карьерная политика организации в условиях интенсивной конкуренции (на примере ООО «Держава Групп»)

Ершова А.Ю. [1], Жахалова А.А. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Проведено исследование содержания карьерной политики в современных условиях. Рассмотрены практические аспекты управления карьерной политикой современного развивающегося предприятия. Проанализировано влияние карьерной политики на конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: кадровая политика, управление персоналом, карьера, карьерная политика.

В современных условиях одним из факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия на активно меняющихся рынках, является эффективность использования потенциала персонала. Особенно остро данная необходимость ощущается в условиях дефицита рабочей силы. Но именно качество рабочей силы обусловливает способность достигнуть организацией своих стратегических целей [1].

Управление карьерой персонала позволяет решить две ключевые задачи:

1) долгосрочное планирование потребности в персонале и обеспечение последовательности в управлении путем формирования кадрового резерва;

2) создание стимулов для активности персонала, формирование ориентиров для личностного и профессионального развития.

Для повышения устойчивости персонала важным направлением деятельности является разработка и реализация мероприятий по управлению

карьерой высококвалифицированных кадров. Данная система мер проявляется через карьерную политику.

Под карьерной политикой организации понимается совокупность методов, форм и принципов механизмов организации, которые вырабатывают цели и задачи данной организации, что позволяет создавать и развивать у работников устойчивую систему убеждений, взглядов и принципов, формируя при этом ряд положительных и необходимых ему качеств [1]. Одной из ключевых задач карьерной политики является создание ситуации, при которой происходит отождествление работником себя с организацией, ее ценностями и установками, и, таким образом, побуждение его к изменению соей позиции в организационной структуре путем осознанного и непрерывного личностного и профессионального развития в одном направлении с развитием организации.

Таким образом, базовым условием разработки и внедрения карьерной политики в организации является высокий уровень осознанности и готовности работника к систематическим изменениям на основе профессионального роста в соответствии потребностями организации и тенденциями на рынке труда. Карьерная политика призвана воплощать принципы карьеры в норму трудовой жизни для всех и каждого в организации [1].

Для анализа подходов к управлению карьерой была рассмотрена соответствующая деятельность компании ООО «Держава Групп» на примере менеджеров.

ООО «Держава Групп» представляет собой динамично развивающуюся компанию, которая занимается производством и реализацией алкогольной продукции. Так как данная сфера является популярной и востребованной, компания участвует в интенсивной конкурентной борьбе за рынок.

В рамках разработки и реализации карьерной политики происходит решение определенных задач.

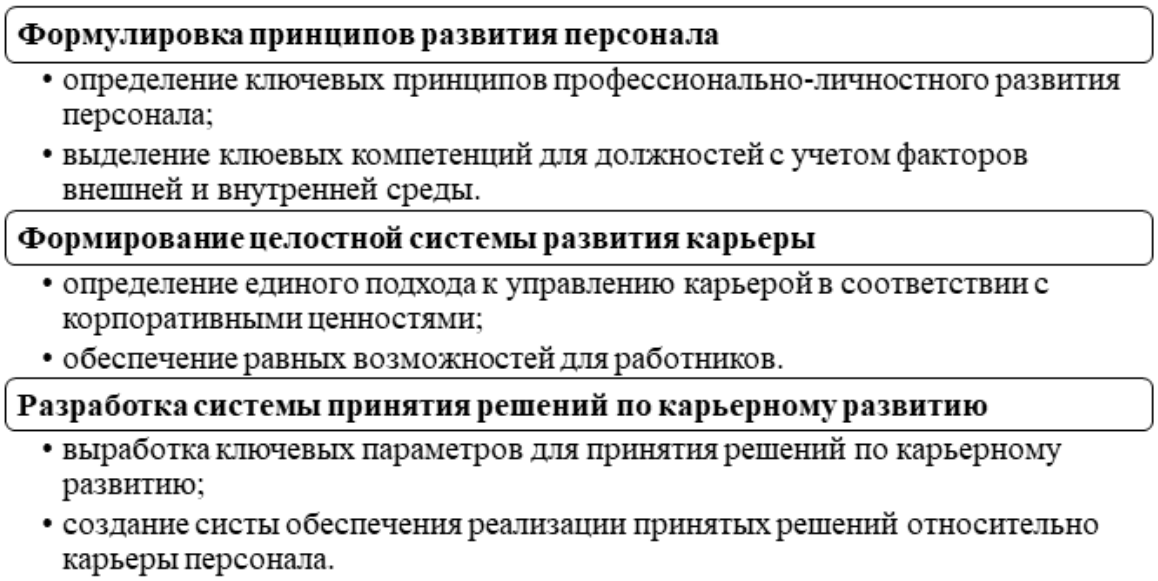


Рисунок 1 – Система задач в рамках реализации карьерной политики

Тип карьерной политики прямо определяется типом кадровой политики предприятия, которая может быть пассивной, реактивной, активной, превентивной, рациональной или авантюристической.

Карьерная политика ООО «Держава Групп» является активной.

Характеристика активной карьерной политики		
Система прогнозирования и разработка средств воздействия на создание условий для формирования готовности работников к развитию	Регулярный мониторинг организационной и профессиональной карьеры	Разработка целевых карьерных программы, их исполнение и корректировка с учетом факторов внешней и внутренней среды

Рисунок 2 – Элементы активной карьерной политики

Цель планирования карьеры и карьерного развития менеджеров:

– продвижение своих сотрудников вместо найма управленцев извне;

– введение карьерного поощрения и карьерной мотивации руководителей.

Управление карьерой и карьерным ростом менеджеров среднего и низшего звена должно решать следующие задачи:

– определять критерии и портрет подходящего руководителя;

– развивать у кандидатов навыки руководства и проводить обучение карьерному росту;

– способствовать появлению в коллективе неформального лидера;

– предоставлять руководителям любых рангов равные возможности для карьерного роста;

– способствовать развитию руководителей как команды;

– объединять организацию в единый социальный механизм.

В ООО «Держава Групп» формирование карьерной политики менеджеров низшего и среднего звена проходит в несколько этапов.

Этап 1. Целеполагание, выстраивание кадровой политики, которая соответствует целям и задачам компании и позволяет сформулировать адекватные организационной культуре требования к кандидатам.

Все руководящие позиции в компании должны быть детально проанализированы по следующим пунктам:

– результаты работы руководителя на конкретной позиции;

– характер его деятельности, функции и обязанности;

– составление портрета потенциального работника, подходящего для этой должности, определение критериев оценки и выстраивание порядка замещения.

Назначение на новую должность и карьерный рост в целом предполагают введение новой системы стимулов для сотрудника, которая улучшит его положение по следующим направлениям:

– увеличение зарплаты;

– улучшение условий работы (новый офис, мощный компьютер, личный помощник и т. д.);

– большая власть, авторитет, уровень ответственности;

– возможность командовать.

Подход к созданию портрета потенциального менеджера строится на учете ряда его качеств:

– профессионализма;

– знаний, квалификации, практического опыта;

– готовности расти на данной работе и осваивать новое;

– отношения к окружающим и отношения окружающих к нему;

– умения работать в команде; педагогических навыков;

– стратегии оценки чужих результатов и реагирования на критику в свой адрес;

– самооценки и самоуважения;

– готовности идти на компромиссы и жертвовать чем-то ради должности;

– умения не выбиваться из иерархии руководства и подчинения.

Создание портрета потенциального руководителя завершает этап целеполагания.

Этап 2. Формирование кадрового резерва.

Ежегодно следует подбирать для каждой руководящей позиции запас в 1-2 кандидата на гипотетическое замещение. Потенциально подходящих работников могут искать и предлагать:

– линейный менеджер (непосредственный руководитель);

– служба по персоналу; высшее начальство;

– кандидат может сам заявить о себе.

К основным способам поиска и отбора кандидатов относятся: использование разных источников информации;

– сбор данных о результатах работы кандидата на прошлых должностях;

– сбор личных мнений руководителей;

– результаты оценок и тестирований;

– оценка в подразделениях;

– обсуждение в ходе дискуссий и неформального общения;

– учет самооценки кандидата.

Этап 3. Обучение

Для эффективной подготовки кандидатов необходимо, во-первых, пользоваться системой консультаций и обучения «О новых возможностях учреждения», которая перечисляет необходимые для карьерного роста качества и дает кандидатам рекомендации по их самостоятельному достижению. Во-вторых, крайне важно повышать информированность сотрудников компании о вакантных должностях и отборе на них. Это даст возможность карьерного роста активным и инициативным менеджерам, которые смогут сами выдвигать себя на повышение. Подготовка и обучение персонала: 3 этапа нестандартной мотивации

Этап 4. Оценка потенциальных сотрудников.

Нормативы оценки кандидатов:

– тестирование профессиональных навыков;

– анализ положения в компании; оценка кандидатом самого себя.

Проведенный анализ показывает, что карьерная политика, будучи элементом кадровой политики предприятия, представляет собой целостную стратегию, объединяющую в себе систему мер по управлению карьерой, в соответствии с которой создаются максимально благоприятные условия для профессиональной и организационной карьеры работников в компании. Целью такой системы является сохранение и развитие интеллектуального потенциала организации. Роль и статус карьерной политики в современной организации в значительной степени обуславливаются позицией руководства относительно управления персоналом в целом. Таким образом, единство карьерной политики стратегии управления предприятием способно оказать положительное влияние на конкурентоспособность всей организации в целом.

Список использованных источников

1. Сотникова Светлана Ивановна Концептуальный взгляд на карьерную политику организации: из опыта карьерного консультирования // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2014. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnyy-vzglyad-na-kariernuyu-politiku-organizatsii-iz-opyta-kariernogo-konsultirovaniya (дата обращения: 02.04.2018).

2. Беляцкий Н.П. Методическое обеспечение карьерной политики предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 3. С. 108–114.

3. Маевская А.В. Карьерная политика предприятия – его резерв // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 128–129. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2014. № 4 76

4. Минева О.К. Управление карьерой в системе менеджмента организации // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2011. № 1. С.116–124.

5. Сотникова С.И. Бенчмаркинг персонала: опыт, проблемы, перспективы // Кадровик. 2009. № 3. С. 4–11.

6. Сотникова С.И. Управленческое развитие банковского персонала в инновационной экономике // Кадровик. 2013. № 9. С. 104–112.

7. Сотникова С.И. Приоритеты и тенденции карьерного роста наемного персонала в организации // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2007. № 2. С. 11–14.

8. Официальный сайт ООО «Держава Групп» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.derzhava.com/

УДК 005.962.13

Внедрение мероприятий по устранению синдрома профессионального выгорания работников на рабочем месте (на примере МБУ КЦСОН «Кузнецкого района» г. Новокузнецк)

Есаревская Е.С. [1]

Научный руководитель: к.э.н. Казанцева Г.Г. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассмотрены вопросы выявления и решения существующей проблеме профессионального выгорания работников на рабочем месте на примере МБУ КЦСОН «Кузнецкого района». С помощью анкетирования работников организации выявлен синдром профессионального выгорания. В работе предложены мероприятия по его устранению.

Ключевые слова: синдром, эмоциональное выгорание, профессиональное выгорание, рабочая среда, профилактика.

В современном динамично меняющимся мире активно развиваются проблемы снижения производительности труда, неудовлетворенностью своей работой, повышенной текучести кадров и другие последствия от активно развивающегося синдрома профессионального выгорания в организациях всех организационно-правовых форм и сфер деятельности. В настоящее время даже среди государственных и муниципальных бюджетных учреждения, в категорию которых попадает анализируемая организация МБУ КЦСОН «Кузнецкого района» г. Новокузнецка загруженность работников и снижение их трудовой защищенности соответствует уровню коммерческих высококонкурентных организаций. Вследствие чего развивается синдром профессионального выгорания работников (синдром выгорания) и снижается заинтересованность в производительном и качественном труде.

Синдром выгорания относится к числу феноменов личностной деформации и представляет собой многомерный конструкт, набор негативных психологических переживаний, которые связаны с продолжительными и интенсивными межличностными взаимодействиями, отличающихся высокой эмоциональной насыщенностью. Это ответная реакция на продолжительные стрессы [1]. Научное обоснование синдрому профессионального выгорания дали Н.Е. Водопьянова и Е.С. Старченкова, синдром – непосредственное проявление всевозрастающих проблем, связанных с самочувствием работников, эффективностью их труда и стабильностью деловой жизни организации [2].

Признаки синдрома выгорания во многом напоминают симптомы психологического расстройства личности. Развитие «профессионального выгорания» характеризуется следующими стадиями:

1. Растерянность;
2. Раздражение;
3. Двойная роль;

4. Разочарование;
5. Потеря готовности к сотрудничеству;
6. Падение духа в работе.

Одним из способов предотвращения синдрома профессионального выгорания является не бездумное использование незнакомых психотехник, а простое знание особенностей развития самого синдрома (таблица 1) с последующей работой над развитием собственной личности (самостоятельно или совместно со специалистами) [3].

Таблица 1 – Фазы в развитии эмоционального выгорания

Фазы синдрома	Признаки развития синдрома
Предупреждающая фаза	Чрезмерное участие: чрезмерная активность; отказ от потребностей, не связанных с работой; Истощение: чувство усталости; бессонница.
Снижение уровня собственного участия	По отношению к сотрудникам, клиентам. по отношению к остальным окружающим, по отношению к профессиональной деятельности.
Эмоциональные реакции	Депрессия, агрессия.
Фаза деструктивного поведения	Сфера интеллекта, мотивационная сфера, эмоционально-социальная сфера.

Специфика деятельности МБУ КЦСОН Кузнецкого района состоит в предоставлении услуг гражданам, нуждающимся в социальном обслуживании в связи с полной или частичной утратой способностей. Постоянная тесная работа с социально сложными слоями населением приводит к тому, что работники обессилены к концу рабочего дня, так как достаточно сильно загружены проблемами людей, а это в свою очередь приводит – к развитию синдрома профессионального выгорания. Для того что бы объективно оценить наличие и стадию развития профессионального выгорания сотрудников МБУ КЦСОН Кузнецкого района г. Новокузнецк было проведено их анкетирование.

В организации на данный момент времени числится 80 работников, анкетирование прошло 20 работников (25%). Был задан ряд вопросов и представлены варианты ответов приведённые в таблице 2.

Таблица 2 – Перечень вопросов и вариантов ответа включенные в анкету для оценки профессионального выгорания МБУ КЦСОН Кузнецкого района г. Новокузнецк

Вопрос / Ответ	Нет	Иногда	Часто	Да
Чувствуете ли вы себя эмоционально опустошенным к концу рабочего дня?	5%	10%	15%	70%
Плохо ли засыпаете из-за переживаний связанных с работой?	15%	20%	50%	15%
Эмоциональная нагрузка на работе слишком велика для меня?	40%	-	-	60%

Продолжение таблицы 2

Вопрос / Ответ	Нет	Иногда	Часто	Да
Срываетесь ли вы после работы на близких?	25%	25%	40%	10%
Чувствуете ли, что ваши нервы натянуты до предела?	5%	10%	15%	70%
Сложно ли снять эмоциональное напряжение после работы?	10%	7%	23%	60%
Влияет ли работа на ваше здоровье	30%	-	-	70%
Остаются ли у вас силы после работы?	65%	20%	10%	5%
Чувствуете ли вы себя перезагруженным проблемами других людей?	10%	5%	15%	70%

При ответе на первый вопрос «Чувствуете ли вы себя эмоционально опустошенным к концу рабочего дня?» - большинство опрошенных (70%) ответили – да, среди них женщины в возрасте 35-45(55%).

При ответе на вопрос анкеты «Плохо ли засыпаете из-за переживаний связанных с работой?» - респонденты ответили, что это происходит «часто» - (50%), ответившие на данный вопрос, это женщины 45-55 лет, «иногда» ответило – 20%, из них женщины в возрасте 35-40 лет.

На следующий вопрос - «Эмоциональная нагрузка на работе слишком велика для меня?» респонденты распределились следующим образом – 60% ответило - да, из них женщины в возрасте 35-55 лет, 40% ответило – нет, из них 7% - мужчины, 33% -женщины в возрасте 55-60 лет.

«Срываетесь ли вы после работы на близких» - 40% «часто» срывается, из них 38% - женщины в возрасте 35-35 лет, 2%- мужчины.

Большинство ответивших на вопрос - «Чувствуете ли, что ваши нервы натянуты до предела?», ответило «да» (70%) и только 5% ответило – «нет».

Следующим образом респонденты распределились по поводу другого вопроса «Сложно ли снять эмоциональное напряжение после работы?» - женщины в возрасте 35-35 лет(60%) ответили – «да», «часто» (23%).

На вопрос «Влияет ли работа на ваше здоровье», респонденты разделились на два мнения – «да, влияет» - 70%, «нет, не влияет» - 30%, в их число входят мужчины, выполняющие работу «социального такси».

«Остаются ли у вас силы после работы», на данный вопрос- 65% ответило «нет», из них большинство женщин, занимающих должность социального работника, 20% -« иногда» и лишь у 5% силы остаются.

Заключительным вопросом был – «Чувствуете ли вы себя перезагруженными проблемами других людей?», большинство опрошенных (70%) ответили – да, из них социальные работники в возрасте 35-55 лет.

Проанализировав ответы, можно понять, что большая часть подвержены профессиональному выгоранию и необходимо избежание или сокращение

процента людей, «заболевающих» профессиональным заболеванием необходимо проводить профилактические меры.

Профилактика профессионального выгорания должна быть направлена на оптимизацию психофизиологического состояния работников, активизацию их личностных ресурсов, формирование адекватной самооценки и критериев собственной профессиональной эффективности, повышение уровня личного контроля за события в профессиональной жизни и собственное здоровье, выработку адаптивного поведения в сложных рабочих ситуациях, а также на нормализацию эмоционального фона и снижение выраженности депрессии.

Наибольшему вниманию в составе профилактических мероприятий должно отводиться психологическому просвещению работников и ранней диагностике их стрессовых реакций, начальных стадий дисбаланса между личностными ресурсами и требованиями профессии [5].

Для работников МБУ КЦСОН «Кузнецкого района» г. Новокузнецк предлагается реализовать следующий комплекс методов для снятия синдрома профессионального выгорания:

1. Создание комнат для психологической разгрузки персонала. В оборудованной сенсорной комнате проводятся специальные занятия, где используются такие формы работы, как музыкотерапия, аутотренинг и релаксация. Сенсорная комната, это окружающая среда, образованная особым способом, в которой находится множество различного рода стимуляторов, воздействующие на органы зрения, слуха, обоняния, осязания и вестибулярные рецепторы. В зависимости от задачи, в комнате формируются группы от 3-10 человек, по времени сеансы длятся от 15-40 минут.

2. Тренинговые занятия с целью преодоления «синдрома профессионального выгорания» и лекционные курсы для персонала. Предлагается проводить тренинги основываясь на интегративном подходе, то есть объединении личностно–ориентированного и организационно-ориентированного направлений по преодолению выгорания. Так как средовые стресс-факторы легче снизить, чем личностные факторы выгорания.

В результате внедрения данных мероприятий снизится: количество опустошенных, не высыпающихся, эмоционально нагруженных. Перезагруженных работников, а следовательно синдром профессионального выгорания. Таким образом, работники будут с большей отдачей трудиться на своих рабочих метах, с желанием взаимодействовать с клиентами. Ожидается снижение жалоб населения на низкое качество обслуживания обратившихся граждан и повышение привлекательности данной профессии как для работников, так же и среди населения.

Список использованных источников

1. Гостева Л.З. Профессиональное выгорание персонала, занятого в области социальной работы / Л.З. Гостева, Ю.В. Бадалян // Теория и практика общественного развития – 2013. (№11) – С. 133

2. Водопьянова Н. Аспекты выгорания / Н.Водопьянова, Е. Старченкова // Синдром выгорания – 2014. – С.19-25
3. Умова С.И. Способы борьбы с профессиональным выгоранием / С.И. Умова, Липченко Н.В. // Институты и механизмы инновационного развития: Мировой опыт и российская практика – 2011. – С.269-271
4. Профессиональное выгорания [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://modernlib.ru/books/professionalnoe_vigoranie_menedzherov/read_1/ (Дата обращения 12.02.2018)
5. Горбунова Г.П. Профилактика профессионального выгорания/Г.П. Горбунова, Г.П.Тетенова, Н.В. Вьюшкова // Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности – 2015. – С.246-250
6. Гафарова Н.В. Социально-психологический тренинг, направленный на преодоление профессионального выгорания // Н.В. Гафарова//Вестник Южно-Уральского государственного университета – 2015. – С.43-48

УДК 658.3.07

Формирование эффективной кадровой политики в условиях организационной стратегии роста (на примере ООО «Магнит»)

Игнатян Н.С. [1], Розенфельд В.А. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Проведено исследование содержания карьерной политики в современных условиях. Рассмотрены практические аспекты управления карьерной политикой современного развивающегося предприятия. Проанализировано влияние карьерной политики на конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: кадровая политика, управление персоналом, карьера, карьерная политика.

Активная интеграция современных предприятий в международные отношения и интенсификация конкурентной борьбы обусловливает необходимость постановки и решения стратегических задач российскими компаниями. [1]

Так, предварительным этапом до начала организации коммерческой деятельности, должен быть проведен анализ внутренних ресурсов, внешней среды, и учтены все факторы, способные отрицательно либо положительно повлиять на деятельность организации. Результатом такой предварительной деятельности является выработка стратегии развитии компании. Процесс формирования стратегии развития представляет собой модель управленческих воздействий, состоящую из структурно взаимосвязанных процедур, выполняющих отдельные функции стратегического менеджмента с целью создания стратегии развития предприятия.

В научных источниках по стратегическому менеджменту приведено следующее определение организационной стратегии: организационная

стратегия – это модель размещения ресурсов, которая позволяет организации улучшить результаты ее деятельности. [2]

При этом результат стратегического планирования должен отражать текущее положение на конкурентных рынках и его тенденции. Это приводит к необходимости интеграции концепции жизненного цикла в практику стратегического планирования. Параллельно с этим процессом важным является разработка стратегических кадровых планов, которые определяют принципы взаимодействия с персоналом и активации его потенциала. Такой подход позволяет наиболее эффективно использовать кадровые ресурсы.

Наиболее полно возможности по использованию человеческого капитала проявляются в условиях стратегии роста, в рамках которой происходит постоянное сопоставление текущих целей и создание базы для будущего. На данном этапе политика организации и процедуры фиксируются письменно, т.к. они необходимы для более строгого контроля, и как основа дальнейшего развития организации.

Под кадровой политикой понимают систему теоретических взглядов, принципов, правил, норм, определяющих основное направление работы с персоналом, а также методы этой работы, позволяющие создать высокопроизводительный сплоченный коллектив. [3]

В условиях активного роста и освоения рынка гибкость менеджмента компании должна проявляться, в первую очередь, в изменении подходов к управлению персонала. Так, на активно растущих рынках возникают новые вызовы.

Рисунок 1 – Направления изменения подходов к управлению персоналом для растущих компаний

В основе создания кадровой политики лежит профессиональная стратегия. В совершенстве кадровая политика обязана формироваться в стадии проектирования компании, т.к. она считается важной составляющей стратегически направленной компании. Непосредственно кадровая политика

устанавливает философию и основы, реализуемые управлением в взаимоотношении человеческих ресурсов. Метод проектирования кадровой политики находится в зависимости от периода развития компании, по этой причине следует принимать во внимание некоторые ограничения. В некоторых случаях появляется потребность в перепроектировании практики кадровой деятельности. [4]

Кадровая политика считается важной составляющей частью управления компании [1]. Политика управления персоналом представляется систему правил и норм работы с ним, адаптируемых к специфике кадровых проблем компании, ее профессиональному потенциалу и направленностям его формирования.

В условиях реализации стратегии роста элементы кадровой политики имеют следующие особенности:

– набор осуществляется из числа наиболее подготовленных, способных, высококомпетентных специалистов;

– процедуры оценки более формализованы;

– возможности роста возрастают в связи с расширением сферы деятельности;

– повышение квалификации осуществляется по четкой программе, соответствующей целям развития фирмы.

Данная стратегия характерна для компаний, которые считают значимым внести изменения в проблему и структуру фирмы, с целью повышения своей конкурентоспособности. Реализация такой стратегии требует высокого уровня квалификации и лояльности персонала. Важной характеристикой персонала является способность приспособиться к переменам и приобретать отсутствующие знания с целью решения новых вопросов.

При этом следует учитывать особенности функций управления персоналом, главная задача которого заключается в необходимости заинтересовать высококомпетентных специалистов, в которых компания нуждается для реализации перемен.

Поощрение базируется на оценке результативности личной работы сотрудника, эффективности его деятельности в команде, рассмотрении группового поведения. Процедуры оценки, исполняемые при вознаграждении, наиболее формализованы, однако условие преданности компании считается весьма значимым в присутствие оценке работы единичного сотрудника.

Формирование компетенции персонала считается значимой задачей кадровой политики, так как в связи с расширением и переменой областей работы компании имеется настоящая вероятность профессионального продвижения работников. Действенными считаются все типы карьерного роста, в том числе и вертикальное продвижение по служебной лестнице. [4]

Рассмотрим специфику реализацию кадровой политики на примере ООО «Магнит» – одной из крупнейших российских сетей продовольственных магазинов-дискаунтеров, которая включает 58 филиалов, более 3228 магазинов в более чем 1048 городах и населенных пунктах. Численность сотрудников

составляет порядка 130000 человек. В среднесрочной перспективе компания планирует удерживать большие темпы расширения сети: намечается открыть не меньше трехсот «торговых центров у дома» в дальнейшие 2-3 года. Таким образом можно сделать вывод, что компания придерживается стратегии роста.

Динамика структуры персонала ООО «Магнит» представлена на рис. 2.

Рисунок 2 – Структура персонала ООО «Магнит»

Из анализа структуры персонала по категориям видно, что наибольшую долю персонала составляют рабочие в объеме 70%.

Оставшуюся долю в объеме 30% составляют служащие. Необходимо отметить, что, наряду с изменением структуры персонала, происходит увеличение его численности, причем за счет рабочих.

Главные тенденции кадровой политики компании можно выразить следующим способом:

– формирование оптимальной численности работающих;

– регулярное повышение квалификации специалистов;

– обновление и омоложение персонала.

Негативным аспектом является текучесть кадров на предприятии. на предприятии. Но данное обстоятельство свидетельствует о том, что, в условиях активного развития должен быть организован процесс удержания сотрудников и повышения его квалификации. Отсутствие такой системы ведет к снижению производительности труда. [3]

В целом можно сделать вывод, что ключевой ответственностью ООО «Магнит» является ориентация на социальную защищенность работников. При этом отсутствует система эффективного обучения и повышения квалификации. На этапе активного роста мало продумана система карьерного роста. Все это свидетельствует о среднем уровне эффективности кадровой политики предприятия.

Список использованных источников

1. Авдеева Екатерина Сергеевна Развитие промышленного предприятия и оценка влияющих на него факторов // Вестник СГТУ. 2010. №1.

URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-promyshlennogo-predpriyatiya-i-otsenka-vliyayuschih-na-nego-faktorov (дата обращения: 13.03.2018).

2. Андронова И.В. Стратегическое управление эффективным ресурсопотреблением // Российское предпринимательство. 2006. №9. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie-effektivnym-resursopotrebleniem (дата обращения: 13.03.2018).

3. Кондратьева Елена Александровна Содержание, задачи и методики формирования кадровой политики предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-zadachi-i-metodiki-formirovaniya-kadrovoy-politiki-predpriyatiya (дата обращения: 13.03.2018).

4. Евстратов А. Д. Государственное регулирование экономики: методы и цели // Молодой ученый. – 2017. – №15. – С. 383-385. – URL https://moluch.ru/archive/149/42311/ (дата обращения: 13.03.2018)

5. Щекин Г.В. Социальная теория и кадровая политика / под ред. Г.В. Щекина. – К.: МАУП, 2000. – 576 с.

УДК 334.027

Совершенствование системы материального стимулирования труда (на примере предприятия МКОУ «Детский дом-школа №95», «Дом детства»)

Савченко М.М. [1]

Научный руководитель: к.э.н. Казанцева Г.Г. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: статья посвящена вопросам системы материального стимулирования на примере образовательного учреждения МКОУ «Детский дом-школа №95», «Дом детства», раскрыты виды материального стимулирования, проанализированы проблемы системы материального стимулирования в России, на примере предприятия МКОУ «Детский дом-школа №95», «Дом детства» выявлены недостатки системы материального стимулирования и предложены пути их устранения.

Ключевые слова: Стимулирование, материальное стимулирование, материально – денежное стимулирование, материально – неденежное стимулирование, «выгорание» сотрудников.

Одной из основных задач деятельности организации является поиск эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизацию человеческого фактора. Введение на предприятии материального стимулирования работников способствует большей отдаче персонала в плане труда. Актуальность темы заключается в том, что в наше время наибольшее значение приобретают материальные стимулы труда. Люди преимущественно работают за зарплату, стремятся улучшить качество своего труда и увеличить его производительность ради получения премии. В России разработка систем стимулирования труда сотрудников проходит в сложных экономических

условиях. И в каждой организации желают разработать свою систему стимулирования персонала, которая учитывала бы специфику ее деятельности и особенности персонала. В этом процессе образовательные учреждения не являются исключением. В сфере образования России наблюдаются такие тенденции как: устаревшие модели управления учебным процессом, нехватка в системе образования современных кадров, в том числе управленческих, ведут к снижению качества образования в нашей стране. В связи с этими фактами особенно остро стоит вопрос о необходимость улучшения качества деятельности этих сфер, создание стимулов, повышающих результативность труда.

Стимулирование – это применение по отношению к человеку воздействий с целью проявления больших усилий, старания, целеустремленности в профессиональной деятельности [1]. Основным видом стимулирования является – материальное стимулирование, так как этот вид играет важную значимость в увеличении деятельности работника. Материальное стимулирование — это комплекс различных видов материальных поощрений, которые получает персонал за индивидуальный или групповой вклад в результаты деятельности организации посредством профессионального труда, творческой деятельности и требуемых правил поведения. Материальное поощрение может выступать в виде зарплаты, премий и продвижения по службе. Основная роль в системе материального стимулирования труда принадлежит заработной плате. Она является главным источником доходов для большинства трудящихся, это означает, что заработная плата и в перспективе будет наиболее мощным стимулом повышения результатов труда и производства в целом. Однако, современная система оплаты труда в РФ носит инертный характер [4], что не способствует выполнению заработной платы стимулирующей роли.

Материальное стимулирование имеет два основных вида, рассмотрим их подробнее. Материально – денежное стимулирование, этот вид использует денежные возмещения как стимул для выполнения трудовых обязанностей работника. Сюда можно отнести: оплата по тарифным расценкам и окладам, премии и т.д. Предметом потребности здесь являются деньги. Материально - неденежное стимулирование чаще всего основано на использовании тех благ, которые являются дефицитными или не могут быть получены за деньги (жилище, автомобиль, гараж, стоянка, земельные участки, дача, путевки и т.д.) [2].

В практике большая часть организаций используют льготы для стимулирования трудовой деятельности персонала. На рисунке 1 представлено процентное соотношение состава льгот, применяемых в российских организациях.

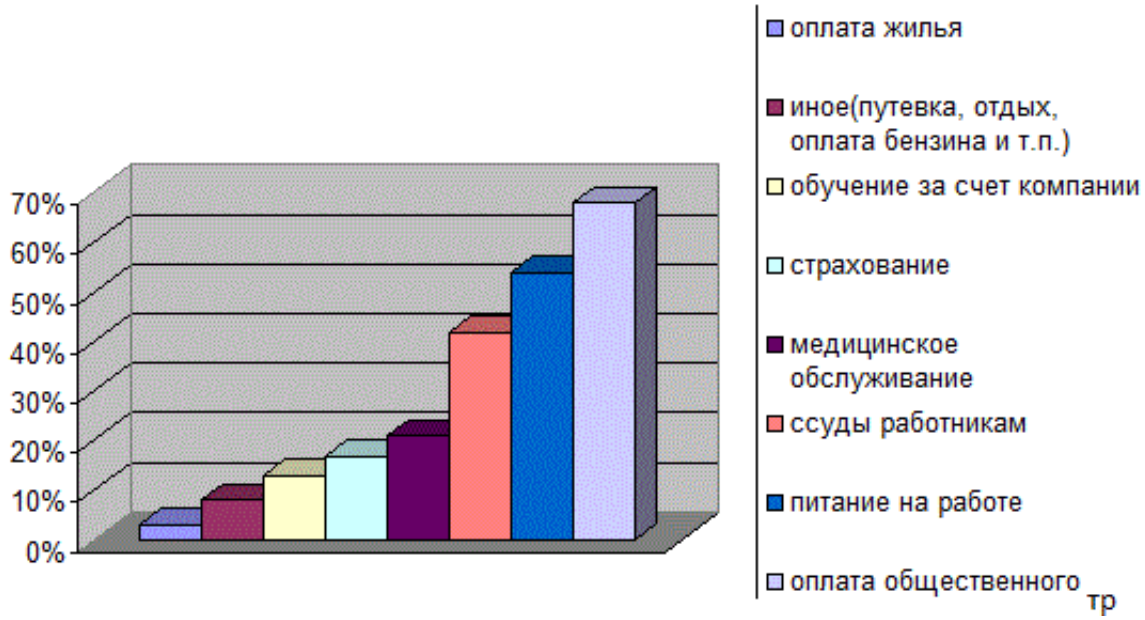


Рисунок 1 - Процентное соотношение состава льгот, применяемых в российских организациях

Исходя из рисунка 1 можно сделать вывод, что большинство компаний используют в основном льготы на жилье, на втором месте – материально – неденежные стимулы такие как: путевки, отдых в санаториях, оплата бензина, оплата тренспорта до места работы и обратно и т.д., на третьем месте – обучение, переобучение, повышение квалификации за счет организации. Нужно отметить, что материально – денежное и материально – неденежное стимулирование связывают с результатом трудовой деятельности и активности сотрудника.

В России система стимулирования в большинстве случаев продолжает сохранять уравнительность в оплате труда и в то же время отмечается высокая дифференциация в оплате труда в зависимости от категории работников. Уравнительность проявляется в том, что размер заработной платы работников одной квалификационной категории может быть одинаков независимо от трудового вклада [5]. Тем же самым образом осуществлялось и премирование. Характерной чертой систем стимулирования в России является тот случай, что в производственно-хозяйственной деятельности организаций государства преимущественно использовалась одна модель – «кнута и пряника», которая не утратила свои силы даже на современном рынке. Следующая особенность, которая заключается в том, что трудовая деятельность оценивалась необъективно, что впоследствии приводило к равнодушию работников [3].

На примере организации МКОУ «Детский дом-школа № 95», «Дом детства» выявлены недостатки в системе стимулирования труда сотрудников по таким категориям, как: административно-управленческий персонал, педагогические работники, вспомогательный персонал, обслуживающий персонал организации. Поэтому рассмотрим систему материального стимулирования в организации МКОУ «Детский дом-школа № 95», «Дом

детства». В организации действует повременно – премиальная система оплаты труда. Основной частью дохода работника образовательной организации является заработная плата, которая по своей структуре неоднородна. Постоянная часть оплаты труда – это совокупность элементов заработной платы, которые слабо связаны с результатами труда работника за конкретный период времени, то есть это независимая от объема работы и стабильная во времени часть оплаты труда. В нее входят: основная часть оплаты труда в виде оклада или месячной тарифной ставки; регулярные дополнительные выплаты, к которым относятся надбавки и доплаты.

Ограниченные стимулирующие возможности системы образования усугубляются особенностями педагогических коллективов. Так, в Российской Федерации, к отягощающим факторам правомерно отнести следующие: большинство педагогов – это женщины; более 50 % педагогов имеют высокий уровень ситуативной напряженности и постоянную напряженность [5]. Все это приводит к негативным последствиям: нервным срывам, минимизации дружеских контактов, появлению чувства «усталости от профессии», другими словами «выгорание сотрудников» [6]. Рассмотрим, какие проблемы существуют в материальном стимулировании сотрудников образовательной и дошкольной сферы.

Первая проблема лежит в русле сложностей распределения единовременных премий. В дошкольных образовательных учреждениях они применяются редко, носят разовый характер. Они являются показателем заслуг сотрудника, а также показателем отношения к нему образовательного учреждения. К числу таких выплат, в частности, относятся: премии к юбилейным датам и (или) дням рождения педагогических работников; премии за выполнение общественно значимых дел (выпуск книги, методического пособия; победа в конкурсе, соревновании и т.д.); премии за выполнение работы, не входящей в круг основных должностных обязанностей педагогического работника и др.

Второй проблемой в организации МКОУ «Детский дом-школа № 95», «Дом детства» является малый процент молодых, энергичных, активных и целеустремленных людей, устраивающихся в организацию. В учреждении большое количество сотрудников, достигших пенсионного возраста, в связи с этим требуется стимулирование и «удержание» молодых кадров для передачи опыта, знаний и навыков от высококвалифицированных специалистов. Для решения этой проблемы необходимо назначить выплаты молодым сотрудникам в данном учреждении. Назначение стимулирующей выплаты молодым специалистам должно производиться на основании заявления работника и приказа директора. Выплата должна производиться ежемесячно в течение года с даты трудоустройства до момента повышения квалификационной категории специалиста. Тем самым, мотивирую молодых работников на повышение разряда, и как следствие, повышение уровня заработной платы. Предлагаемый размер выплат должен быть установлен коллегиально, решением всего коллектива на собрании.

Третьей проблемой в организации является то, что у педагогического и обслуживающего персонала низкий уровень заработной платы. Фонд оплаты труда весьма ограничен, доходов организация МКОУ «Детский дом-школа № 95», «Дом детства» не имеет, требуется дополнительные денежные средства для стимулирования сотрудников. Для решения этой проблемы будет являться привлечение спонсорства.

В заключении можно сделать вывод о том, что существующие проблемы в системе материального стимулирования, в том числе в образовательных учреждения необходимо и возможно решить за счет сочетания различных форм стимулирования. Очевидно, что чем больше количество предоставляемых льгот и бонусов, тем выше заинтересованность работников в работе в организации. Система стимулирования в организации МКОУ «Детский дом-школа № 95», «Дом детства» требует оптимизации процедур стимулирующих выплат с ориентацией на результаты деятельности образовательного учреждения и конкретных сотрудников, а некоторые стимулирующие выплаты не предназначены для реальной практики, начисление этих выплат мало аргументировано и не продуманно. Улучшение системы материального стимулирования предложенными способами поможет снять напряжение, сократить «выгорание» работников, поспособствует повышению эффективности и результативности труда сотрудников. Каждый руководитель образовательного учреждения, в первую очередь, сегодня заинтересован в высоком профессионализме своих педагогов и поэтому готов совершенствовать механизмы управления. Главное условие модернизации системы образования – повышение профессионально уровня педагогов, который будет соответствовать запросам современной жизни. Поэтому на фоне повышенного внимания к этой проблеме особую актуальность приобретает вопрос о грамотном стимулировании педагогов.

Список использованных источников

1. Бухалков М.И. Управление персоналом на предприятии // Управление компанией. 2017. № 7. С. 48–50.

2. Грибин Ю. Г., Снурницын В. И., Щанников А. Н. Разработка методики стимулирования развития производства – М.: ЦНИЭИуголь, 2015. – 19 с.

3. Егоршин, А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебное пособие / А.П. Егоршин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 378 с.

4. Лобанова, Т.Н. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. учебник и практикум для академического бакалавриата / Т.Н. Лобанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 482 с.

5. Соломанидина, Т.О. Мотивация трудовой деятельности персонала. 2-е изд., перераб. и доп. Учеб. пособие. / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. - М.: ЮНИТИ, 2014. - 312 с.

6. Соломанидина, Т.О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник и практикум. 3-е изд., пер. и доп. / Т.О. Соломанидина, В.Г. Соломанидин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 323 с.

УДК

Построение системы мотивации на основе сбалансированной системы показателей

Хохлова М. А.[1], к.э.н. Матасова О.И.[1], к.э.н. Мельникова И.Ю.[1]

[1] ФГБОУ ВПО Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского государственного университета, г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: в статье рассмотрена мотивационная сбалансированность; взаимосвязь системы вознаграждения со сбалансированной системой показателей. Проанализированы теоретические аспекты сбалансированной системы показателей, её технология и основные элементы. Предложены мероприятия внедрения BSC с целью повышения эффективности персонала и создания взаимосвязи между усилиями и заработной платой работников.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей, система мотивации, BSC, KPI, система вознаграждения, премирование работников.

В современной практике мотивации сотрудников уже давно используется система ключевых показателей эффективности (или KPI). В настоящее время на её основе создана система сбалансированных показателей, которая называется BSC (Balanced Scorecard). Система используется как элемент стратегического управления компанией.

Система создавалась как инструмент, позволяющий скоординировать действия всех подразделений для достижения стратегических целей компании с наименьшими затратами в максимально короткие сроки, пронизывая всю структуру компании, являясь элементом стратегического управления, интегрируя финансовые и нефинансовые показатели в единую систему по четырем перспективам (проекциям): «Финансы»; «Клиенты»; «Бизнес – процессы»; «Персонал» [3]. Количественные критерии в системе сбалансированных показателей (ССП) дают возможность не только измерить индивидуальную, групповую и общую работу в компании, но и соразмерно установить вознаграждение через ключевые показатели эффективности. Они же, в свою очередь, должны играть роль стимулов, мотивирующих работника четко поставленными задачами, определенностью конечного результата, объективными критериями оценки, соразмерными затратам на вознаграждение. Однако, с другой стороны, те же разработанные в структуре ССП ключевые показатели эффективности могут вызвать обратную реакцию – демотивировать сотрудников жесткостью устанавливаемых рамок индивидуальной работы [4].

Проекции BSC – это результат перевода стратегии компании в единое понятийное поле реальных задач и показателей для их достижения.

Объединение управления финансами (экономичностью) и управления по KPI (результативностью) в единую систему позволяет повысить эффективность деятельности предприятия.(рис.1)

Рисунок 1 – Схема взаимосвязи ССП и KPI

Многие руководители часто путают эти две системы, а некоторые и вовсе считают, что это одно и тоже. Обе системы показателей завязаны на идеи достижения целей организации, но компании, которые использует только систему KPI размывают свои главные цели, и каждый сотрудник трудится только во благо своих личных целей, связанных с заработной платой, пренебрегая целям компании. С использованием же системы KPI и BSC, у работников и руководителей есть четкие ориентиры работы по главным целям, т.е. на что стоит приложить максимум своих усилий, для их достижения и как следствие улучшение эффективности компании в целом [5].

Зоны ответственности менеджеров распределяются таким образом, что каждый отвечает за достижение одной из целей предприятия. Если цели сбалансированы, то менеджеры могут работать как единая сплоченная команда.

Российские компании, в основном, внедряют BSC в качестве инструмента управления, контроля, стратегического планирования, оценки эффективности, но мотивационное влияние системы сбалансированных показателей рассматривают крайне редко. Часто систему мотивации отделяют от управления организацией, как самостоятельный набор материальных и нематериальных стимулов, что нецелесообразно и противоречит концепции управления персоналом.

BSC направлена на согласование интересов работников на всех уровнях внутри организации, направляя внимание на один и тот же набор индикаторов, чтобы видеть закономерности и зависимость одних показателей от других при помощи стратегических карт [3].

Технология BSC включает в себя следующие элементы, формирующие основу системы мотивации: стратегические карты; карту ССП и KPI (карта

сбалансированных показателей, количественно измеряющих эффективность); перечень стратегических мероприятий; приборные панели (панели индикаторов для оценки и контроля деятельности). Например, такая приборная панель, как «Светофор».

Внутренняя мотивация возникает, когда и личные цели, и конкретные действия работника находятся в полном соответствии с показателями реализации стратегии компании.

Система мотивации, основанная на сбалансированной системе показателей, выполняет следующие функции: создание заинтересованности в качественном выполнении своей работы, внесение личного вклада в увеличении стратегических показателей компании; снижение текучести кадров; привлечение новых высококвалифицированных кадров; сокращение расходов на персонал [1]. Важно отметить, что нацеленность на достижение четко сформулированных ключевых показателей, сбалансированных с возможностями сотрудника, повышают его заинтересованность на достижение индивидуальных результатов с соизмеримым вознаграждением.

Самой трудоемкой задачей является определение показателей KPI во взаимосвязи с BSC. Показателей оптимально на каждую проекцию должно быть от 3 до 5, количественно измеримых и соразмерных возможностям сотрудника, связанных с другими проекциями. Оцениваться достижения сотрудников должны по индивидуальным листам оценки (рис.2).

Фамилия сотрудника: учетный номер: должность								
№	Цель	Вес	Степень достижения цели				Вес*степень достижения цели	Комментарий
			Цель не достигнута(0)	Цель достигнута частично(0,5-0,8)	Цель достигнута (0,8-1)	Цель перевыполнена (1-1,5)		
Стратегические цели и мероприятия (из проекций «финансы», «клиенты», «бизнес-процессы» системы ССП)								
Индивидуальные цели развития и мероприятия (из проекции «персонал»)								
Оперативные и прочие личные цели								
Сумма: Индивидуальная степень достижения целей:								

Рисунок 2 – Лист оценки сотрудника достижения показателей по ССП.

Многие руководители часто путают эти две системы, а некоторые и вовсе считают, что это одно и тоже. Обе системы показателей завязаны на идеи достижения целей организации, но компании, которые используют только систему KPI размывают свои главные цели, и каждый сотрудник трудится только во благо своих личных целей, связанных с заработной платой, пренебрегая целям компании. С использованием же системы KPI и BSC, у работников и руководителей есть четкие ориентиры работы по главным целям, т.е. на что стоит приложить максимум своих усилий, для их достижения и как следствие улучшение эффективности компании в целом.

Зоны ответственности должны распределяться так, чтобы каждый отвечал за достижение одной из стратегических целей компании – если цели сбалансированы, то работники могут работать как единая сплоченная команда.

Исходя из вышеизложенного, можно рекомендовать следующие мероприятия по внедрению сбалансированной системы показателей во взаимосвязи с системой мотивации:

1) проведение стратегических сессий;
2) проведение менеджерских сессий;
3) моделирование системы управления и мониторинга бизнес - показателей на базе ССП и KPI;
4) интеграция системы KPI в систему премирования;
5) привязка степени выполнения показателей к денежному вознаграждению, как правило, распределение прибыли между работниками компании по результатам достижения ключевых показателей за период (год, квартал). Помимо, возможно введение индивидуальных бонусов и премий по результатам достижения индивидуальных показателей;
6) разработка нормативной документации (положение о системе мотивации, разработка регламентов, создание форм контроля;
7) апробация и тестирование новой системы управления, внесение необходимых корректировок;

Таким образом, в рамках данной статьи был рассмотрен процесс внедрения сбалансированной системы показателей во взаимосвязи с системой мотивации и системой вознаграждения, с целью повышения эффективности персонала.

Список использованных источников

1. Вишняков О.Л., Грачев В.П. Мотивирование персонала в системе сбалансированных показателей // Управление персоналом. 2004. №19.
2. Вучкович – Стадник А.А. Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения. М.: Эксмо, 2008. – 192 с.
3. Каплан Р, Нортон Д. Стратегические карты. Трансформация нематериальны активов в материальные результаты / Пер. с англ. М.: Олимп – Бизнес, 2005. – 512 с.

4. Хорварт П. Сбалансированная система показателей как средство управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. 2000. №4.

5. Шматалюк А. Е. Настройка системы мотивирования с использованием Системы сбалансированных показателей // Мотивация и оплата труда. 2005. №1.

СЕКЦИЯ. ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

УДК 331.211:338.242

Ловушка дешевого труда

Сковер А.Р. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: автор рассматривает ситуацию, сложившуюся в политике доходов, конкретно динамику заработной платы на фоне обострения проблем занятости, расширения масштабов бедности. Анализируются причины низкой заработной платы. Автор указывает на опасность низкого уровня и несовпадения МРОТ и прожиточного минимума.

Ключевые слова: заработная плата, минимальный размер оплаты труда, неформальная экономика, прожиточный минимум.

Сегодняшний курс на безусловное выполнение государством взятых на себя социальных обязательств в условиях экономической и политической стагнации приведёт к снижению всяческих социальны гарантий. Всё сводится к попыткам иначе поделить уменьшающийся пирог. Надо бы создать условия, когда рост доходов (и зарплаты, и прибыли, и ренты и т.д.) ставится в зависимость от динамики производительности труда. Разрыв между доходами самых богатых и самых бедных продолжает неуклонно расти. Рецепт: давайте отберём неправедно нажитое у олигархов и поделим – не поможет. Следует менять отношения собственности, уменьшать вмешательство государства в экономику, создать нормальную судебную систему и т.д. Всё это надо делать, правильно расставив приоритеты.

Устойчивость развития достигается, когда сбалансированы экономические и социальные цели, именно тогда снижается вероятность и острота социальных рисков и вызовов, конфликтов в обществе. Все это очень даже может быть, если иметь в виду неравенство не только по доходам, но и по расходам. Прежде всего, речь идет о бесчеловечной коммерциализации четырех важнейших для развития человека сфер: образование, здравоохранение, наука и культура. На сегодняшний день, более половины наших соотечественников тратят львиную долю доходов на продовольствие, ЖКХ и лекарства. Тут не до походов в театр, не до профилактики собственного здоровья.

При всем уважении к российской власти, последовательно проводящей политику не снижения социальных расходов, следует признать, что это есть политика “консервации” проблем в социальной сфере. В стране резко усиливается неравенство, основные государственные гарантии (минимальный размер оплаты труда, прожиточный минимум и др.) потеряли свой первоначальный смысл, не выступают инструментами социально-экономической политики. Только сейчас (в феврале 2018 года наши законодатели утвердили во втором чтении закон о равенстве МРОТ прожиточному минимуму. цифры впечатляют – 11 163 рубля.). Явное топтание

на месте, когда желаемое выдается за действительное, породило опасную тенденцию - очевидное расхождение в оценке ситуации в стране государственными институтами и гражданами. Казалось бы, постоянно распространяемая информация о стоимости потребительской корзины, прожиточном минимуме, динамике заработной платы убедительно доказывают правильность выбранного пути развития. На самом деле мы видим, что и цены растут быстрее, и корзинка становится легче. Большое значение имеет выбор показателей. Например, есть средняя, медианная и модульная заработная пата, если первая перевалила за 35 тыс. рублей, модульная (получаемая большинством наемных работников) – 16 тыс. рублей. Расхождение официальной и обывательской оценок – это серьёзно. Заниженная инфляция – обоснование достаточности средней заработной платы, размеров индексации.

Переход к рыночной экономике и последующие за этим события (экономический спад, способностью имеющих власть групп влиять на политику в интересах своего личного обогащения и др.) оказали отрицательное влияние на социальное благосостояние - выросла безработица, снизились доходы, повысился уровень бедности. Последнее является одним из важнейших изменений, произошедших в распределении доходов. Официально признав существование проблемы бедности, но не выработав эффективных мер по снижению её остроты (как начали “заливать” проблему бедности деньгами во времена благоприятной конъюнктуры цен на мировых рынках энергоносителей, так до сих пор занимаемся тем же), по нашему мнению, мы близки к тому, что проблема бедности может стать более важной, чем рост неравенства доходов. По данным Счетной палаты, в 2017 году за чертой бедности оказались 20/3 млн. россиян, на треть больше чем в 2012 году. Во всех нормально развивающихся странах наличие работы, не всегда являются гарантом процветания, высокого дохода, но от нищеты спасает. В России же даже работая можно пребывать в бедности. Начиняя с 90-х годов в отсутствие инвесторов, современной техники и технологии конкурентоспособность можно было только за счет обеспечивать за счет дешевой рабочей силы. И до сих пор в России низкие заработные платы, как единственная возможность удешевления производства. Компании до сих пор не склонны вкладываться в человеческий капитал. А это прямо сказывается на уровне жизни, на мотивации к познанию нового и т.д.

Посредством государственного регулирования заработной платы, цен и т.д., по сути дела, перераспределяются экономические возможности среди субъектов. При этом одни члены общества получают преимущества за счет других. Для России характерно ещё и то, что механизм распределительных процессов остаётся скрытым, а уж результаты никак не согласуются с изначально декларированными целями. В условиях усиления централизации государственной власти мотивация поведения людей определяется субъективным пониманием справедливости. В любой ситуации перераспределение необходимо оценивать как с позиции экономической результативности, так и с точки зрения этических требований. Очень часто,

положительные экономические результаты проводимых государством мероприятий в сознании людей выглядят этически неоправданными.

Неравенство в доходах неизбежный объективный процесс в любом обществе (закон возвышения потребностей результируется в поиске людьми источников и возможностей все больших доходов.). По сути дела, в обществе должны быть богатые, наряду со средним классом и всегда будут бедные (хотя бы потому что у человека должно быть право на решение работать или не работать, естественно не нанося при этом никому ущерба). Но, во-первых: бедный в Европе или США это не то же самое, что бедный в России, в связи с огромной разницей в ВВП и темпах экономического роста. Связано это с достигнутым в данной стране уровня жизни, пособия американского или немецкого безработного зачастую предел мечтаний работающего в России. А во-вторых: лояльное отношение граждан к представителям богатых слоев определяется эффективностью распоряжения этим богатством с точки зрения общества. Если их средства инвестируются в собственную экономику, создавая рабочие места, внося значимую лепту в создание ВВП. Если налоги позволяют иметь бездефицитный бюджет (к слову, надо как можно быстрее вводить прогрессивную систему налогообложения), то состояния богатых становится серьезным фактором экономического роста.

Инвестиции в человеческий капитал, кроме всего прочего, имеют целью то, что работники должны получать справедливое вознаграждение за труд и признание своего труда. В настоящее время, физиологические потребности, связанные с обеспечением выживания (они включают потребности в еде, воде, убежище, отдыхе и т.д., а формами их реализации могут быть оплата труда, премии, районные выплаты, пособия и т.п.) в значительной степени превалируют над потребностями в безопасности, социальными потребностями (потребности в причастности), потребностями в уважении и самовыражении. Опасения потерять работу многих заставляют работать на пределе своих физических возможностей, какие уж тут думы о безопасности и самовыражении.

Нарастающая нехватка финансовых ресурсов, отчетливо указывает на то, что рассчитывать на себя в ближайшем будущем придётся в гораздо большей степени, чем в недавнем прошлом (виной тому практически отсутствующий экономический рост, введение санкций, отлучение нас от зарубежных финансовых рынков). Уже не первый год проводится политика замораживания заработной платы (уместная во время кризиса), но ведь она была продиктована логикой многих наших реформ. Взять ту же реформу системы оплаты труда в бюджетной сфере, в результате которой оплата труда не индексируется, а механизм стимулирования не работает. Расписываемые преимущества новой системы диаметрально расходятся с нашими ощущениями, результат – крайнее неудовлетворение действиями того же государства. И в обозримом будущем ничего не изменится. Нереалистичность многих показателей позволяют проводить вполне реальные изменения в различных направлениях государственной политики. Например, изменения в налоговой системе

целесообразные, и возможные на фоне официальной статистики люди ощущают на собственной «шкуре» в виде снижающегося уровня жизни. Всё больше напрягаясь в условиях реального роста цен, реального изменения доходов, невольно задумываешься – уж не прямое ли это целеуказание на иносказательный смысл известного всем «Заплати налоги и спи спокойно!».

В действительности, инструмент установления уровня минимальной заработной платы превращен из источника обеспечения минимального дохода в механизм обнищания. А ведь наша страна, подписав Конвенцию 95 Международной Организации Труда об охране заработной платы, взяла на себя обязательство защищать работника от низкой заработной платы. Возникла ещё одна тупиковая ситуация - повышать МРОТ надо, но высокие ставки могут вытеснить в ряды безработных многих неконкурентоспособных на рынке труда, при неэффективных мерах социального страхования велики риски социальных конфликтов.

Сейчас доля заработной платы в себестоимости продукции, производимой в стране, составляет 20-25 процентов – в 2-3 раза меньше, чем в среднем в ЕЭС и США. Но при этом мы лишь немного уступаем США по доле оплаты труда в ВВП страны (В России – около 40 процентов, в США – около 56). Этому есть (как минимум) два объяснения. Первое – в структуре нашего производства очень много рабочих мест, которые при мизерной зарплате создают ничтожную добавленную стоимость. Второе – масса рабочих мест с высокой оплатой не имеют никакого отношение к созданию реального продукта именно поэтому рассуждения о высоких зарплатах - крайне нервная тема для россиян. Если учесть, что рост производительности труда в стране отстаёт от роста заработной платы, то с учётом вышесказанного труд у нас “дорогой”. Это не зарплаты у нас в стране такие высокие, просто мы трудимся неэффективно. У нас же охранники на каждом шагу. В России минимум 2 - 3 миллиона здоровых мужиков, которые работают, но практически ничего не производят в экономике. Окажись они на улице, среди рабочих возникла бы такая конкуренция за рабочие места, что зарплаты падали бы на протяжении нескольких лет.

С точки зрения формирования доходов в нашей стране следует затронуть проблему занятости. Развитие неформальной занятости, как правило, усиливает и без того чрезмерное неравенство доходов. Трудовые права работающих в этом секторе граждан никак не защищены законом. Занятые здесь оказываются в очень уязвимом и незащищенном положении, лишенные многих трудовых прав и всех социальных льгот. Как и любые теневые доходы, наличные средства, обращающиеся в этом секторе, могут питать коррупцию и преступность. В современной России неформальная экономика, наряду с отрицательными аспектами, играет роль своего рода амортизатора и стабилизатора, смягчая последствия реформирования экономики и способствуя выживанию российского общества в переходный период его развития. В условиях, когда в стране не наблюдается масштабной реструктуризации экономики в условиях значительного сокращения спроса на труд в формальном

секторе и при отсутствии эффективной системы социальной защиты – неформальная занятость является альтернативой безработице. Можно рассуждать о нерациональном отвлечении ресурсов, поскольку этот сектор малопроизводителен (в силу низкой капиталоемкости и преобладания примитивных технологий), и его развитие может сдерживать экономический рост, но в нашей стране, где большое количество работников, по разным причинам, низкопроизводительны и зачастую имеют наихудшие условия для возврата в формальную экономику – но это единственная для них возможность получения доходов. В непростое время реформ, неформальный сектор берёт на себя защиту от безработицы, предоставляет определенную социальную поддержку потенциальным безработным. При этом он позволяет потерявшим работу иметь заработок и получить шанс избежать скатывания в беспросветную нищету. А, кроме того, занятая там наименее производительная часть рабочей силы поддерживает платежеспособный спрос населения (в основном на отечественную продукцию, поскольку доходы невелики), способствуя тем самым экономическому росту.

Всё это имеет далеко идущие последствия – снижается мобильность трудовых ресурсов и, как следствие, тормозится реструктуризация российской экономики. На сегодняшний день в стране огромное количество чиновников, охранников и т.п., и этот спрос на непроизводительный труд достаточно устойчив.

Надо четко осознавать: наша экономика находится в ловушке дешевого труда. Пока он остается самым недорогим ресурсом, работодатель элементарно не заинтересован в обновлении производства, поскольку эксплуатация дешевого труда более выгодна, нежели затраты на модернизацию.

Список использованных источников

1. Аналитический еженедельник Коммерсант [Электронный ресурс]: Режим доступа - http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=9401

2. Низкая заработная плата – проблемы и противоречия. Михайлова Т.А., Сковер А.Р. Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2014. № 18. С. 21-25.

УДК 005.96 (571.17)

Особенности инвестиций в человеческий капитал и их отражение в кадровой политике предприятий Кемеровской области

Аксенова А.В. [1], Веревкина Д.В. [1], Савченко М.М. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассмотрены особенности и факторы эффективного управления человеческим кап1италом, а так1же целесообразность инвестиций в него в условия1х

современного производства, проанализирована эффективность инвестиционных вложений в человеческий капитал на предприятии «Южкузбассуголь».

Ключевые слова: Человеческий капитал, инвестиции, инвестиционный капитал, инвестор, капиталоотдача человеческого капитала.

В современной экономике растёт популярность теории человеческого капитала. Сегодня популярны расширительные трактовки человеческого капитала: в его состав включается широкая совокупность личностных качеств, мировоззренческих установок, ценностных ориентаций, которые могут оказывать косвенное влияние на результаты производительной деятельности. Некоторые авторы включают в состав человеческого капитала не только личностные свойства человека, но и социальный капитал, воплощённый в отношениях между людьми.

Актуальностью темы является необходимость инвестиций в человеческий капитал при обнаружении противоречия между имеющимся и востребованным в производстве человеческим потенциалом. При этом инвестиционный процесс является не только фактором формирования и развития, но и фактором реализации человеческого потенциала.

Для начала рассмотрим, что такое человеческий капитал. Человеческий капитал – это сформированная в результате инвестиций и накопленная человеком определённая совокупность здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в той или иной сфере, содействуют ее развитию и росту производительности труда и тем самым влияют на увеличение заработков (доходов) человека.

Инвестиции в любой из видов человеческого капитала носят исключительно долгосрочный характер. От эффективности функционирования этих сфер зависит политическая и социальная стабильность общества. Существуют такие инвестиции: здравоохранение (инвестиции в капитал здоровья); образование (инвестиции в интеллектуальный капитал); пенсионная система (инвестиции в трудовой капитал) [1].

Эффективность инвестиционных вложений в человеческий капитал может быть обеспечена только в том случае, когда разработана стратегия деятельности (развития) предприятия, которая предполагает количественную и качественную потребности в человеческом потенциале, а также требует выявить резерв человеческого потенциала.

Управление инвестициями предполагает выявление ключевых факторов эффективности инвестиционного процесса. Выявление условий реализации человеческого потенциала требует их инвентаризации и классификации работодателем и работником. Факторы, влияющие на капиталоотдачу человеческого капитала представлены в таблице 1, на примере УК «Южкузбассуголь» – объединённая угольная компания ведёт добычу каменного угля на нескольких шахтах Новокузнецкого района в Кузбассе (Шахта Абашевская, Есаульская, Ульяновская, Юбилейная). Входит в состав группы Евраз [2].

Таблица 1 – Факторы, влияющие на капиталоотдачу человеческого капитала УК «Южкузбассуголь»

Управляемые	Слабоуправляемые	Неуправляемые
Уровень образования	Интересы	Гендер
Занимаемая должность	Производительный статус	Цели и задачи носителя
Уровень оснащённости, безопасности РМ	Мотивация	Пол
Возможность принимать самостоятельные решения	Уровень культуры	Возраст
Длительность и качество инвестиций	Здоровье	Продолжительность жизни
	Продолжительность трудовой деятельность	Природные способности

Процессы инвентаризации и ранжирования человеческого капитала являются добровольно-инициативными со стороны работника УК «Южкузбассуголь» – в процессе тестирования. Ограничителем для инвестирования выступает и специфичность отдачи человеческого капитала. При равных инвестициях она может существенно различаться, и определятся личными качествами работника, его природными способностями. Отдача зависит от протяжённости трудовой деятельности, в том числе и длительности жизни носителя.

Факторами планирования инвестиционного процесса для работодателя могут служить: ступенчатость, этапность, длительность периода инвестирования в человеческий капитал, неопределённость результата [4].

Только 34,8% из числа опрошенных на 100% реализуют свои знания и умения в деятельности предприятий. Проведённые исследования отражают тот факт, что переподготовка работников осуществляется по инициативе управленческого уровня в 66,8% случаев, в то время как по личной инициативе это происходит только в 32,2% случаев. Выделение этапов инвестиций в человеческий капитал может проводиться по возрасту носителя человеческого капитала.

Цель инвестора предопределяет выявление направления инвестирования с учётом текущего уровня капиталоотдачи человеческого капитала работника, его потенциала. Основанием выбора направления для инвестора должен служить и результат проводимого обучения. Результат позволит в будущем снизить риск инвестиции, направив средства на обучение работников, обладающих необходимыми компетенциями. Неоднозначно решение проблемы о соучастии в инвестициях участников инвестиционного процесса (как и решение вопроса о распределении дохода), так как работник также является инвестором (тратит силы, время, способности на усвоение и хранение нового), следовательно, вопрос об эффективности инвестиций и уровне капиталоотдачи вновь затрагивает тему оппортунистического поведения работника [3].

Вопрос о распределении (доле) инвестиций по направлениям УК

«Южкузбассуголь» не определён чётко, что объясняется стремлением как носителя человеческого капитала, так и инвестора «вкладывать» капитал в те направления, где отдача для каждого из них выше. Так, каждый стремится к увеличению своего благосостояния. Выбор направлений участниками инвестиционного процесса не всегда совпадает. Взаимосвязь направлений инвестиций в ЧК и цели работодателя представлена на рисунке 1.

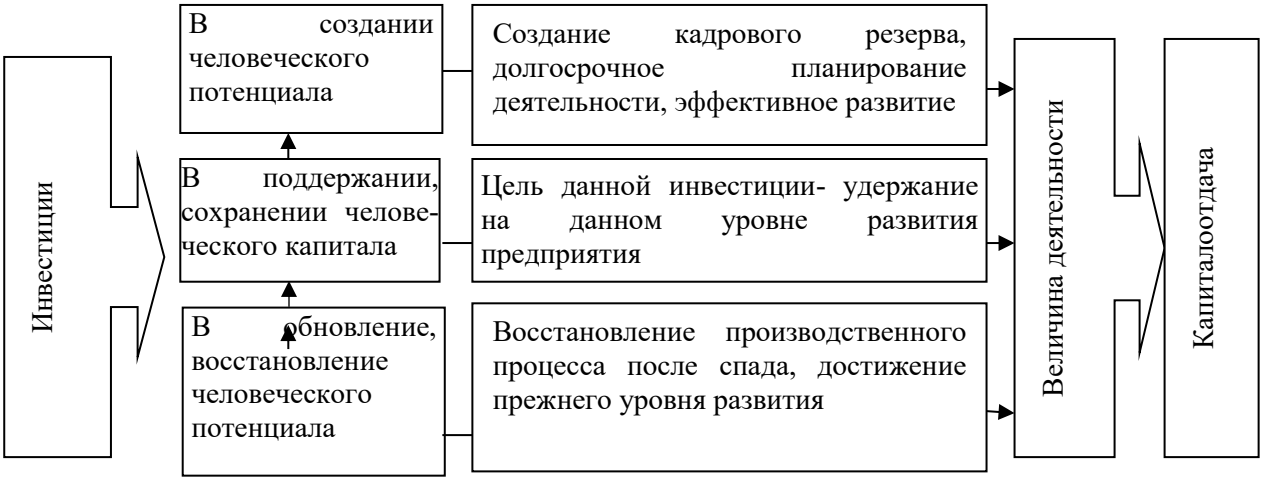


Рисунок 1 – Взаимосвязь направления инвестиций в человеческий капитал и целей инвестора-работодателя

Установлен период времени, в течение которого устаревает половина знаний (3-5 лет для рабочего), что подтверждает наличие морального износа человеческого капитала. При этом для опытных работников именно процесс забывания является наиболее сложной частью переобучения. Для рекомендаций, направленных на улучшение инвестиций в человеческий капитал на УК «Южкузбассуголь», нами предложен алгоритм инвестирования в человеческий капитал, он представлен на рисунке 2.

Таким образом, инвестиции в повышение качества человеческого капитала, как правило, требуют привлечения профессиональных консультантов (психологов, социологов, экспертов в области деятельности). Обязательно деятельное участие руководителей предприятия и его подразделения. Также необходимо отвлечь сотрудников от выполнения профессиональных обязанностей. Из этого следует, что инвестирование в повышение качества человеческого капитала дорого и его целесообразность должна быть заранее осмыслена и оценена.

Выводы. Целенаправленное формирование и развитие человеческих ресурсов обогащает механизм управления и тем самым позволяет успешно решать многие проблемы, связанные с повышением конкурентоспособности фирмы, использованием новых современных технологий, ростом эффективности и производительности производства.

Рисунок 2 – Алгоритм инвестирования в человеческий капитал УК «Южкузбассуголь»

Список использованных источников

1. Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги) // США: экономика, политика, идеология. – 2013. – № 11. – 110 с.

2. Официальный сайт УК «Южкузбассуголь». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://rus.evraz.com/enterprise/coal-and-coke/uku/

3. Прохоров М. Д. Проблема управления человеческим капиталом // «Вестник Европы». – 2015. – № 5. – 32 с.

4. Тугускина Т. Г. Факторы, влияющие на стоимость человеческого капитала // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2015. – № 3. – 85 с.

5. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб.пособие/Сиб.гос.индустр. ун-т;–Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ. – 360с.

УДК 338.2. 331.1 (075.8)

Оптимизация численности сотрудников унитарных предприятий (на примере ФГУП «Почта России»)

Чернокожева Е.В. [1], Чумаркова А.А. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация В данной статье рассмотрен процесс оптимизации персонала, а точнее его негативное последствие – текучесть кадров на примере ФГУП «Почта России». А также некоторые мероприятия по борьбе с возникшей проблемой

Ключевые слова: оптимизация, текучесть кадров, издержки, устаревание кадров, повышение квалификации.

В современных рыночных условия условиях экономики главной целью любого предприятия является устоять в условия жесткой конкуренции, а для того чтобы устоять нужны ресурсы. Из этого следует, чтобы остаться на плаву руководитель обязан всегда стремиться к увеличению объёма и качества товаров (услуг), и снижению издержек. И зачастую сокращение издержек связано с повышением профессионализма персонала.

Сейчас все чаще можно встретить такое слово как «оптимизация». У многих работник это слово вызывает недоверие, оно ассоциируется с увольнением. Расходы на персонал включают в себя не только фонд заработной платы и отчисления с ФОТ, но также: расходы на социальный пакет и льготы для работников, расходы на производственное обучение и переподготовку сотрудников, расходы на обеспечение техники безопасности, стоимость содержания рабочих мест, включая стоимость спецодежды, освещения, отопления, уборки рабочих мест и т.д.. И как же руководителю найти грань между интересами предприятия и интересами персонала. Этим и обусловлена актуальность выбранной темы.

Если рассмотреть сложившиеся проблемы «ФГУП «Почта России» можно предположить, что метод, используемый при оптимизации численности иначе как «жёстким» не назовешь. Очевидно, что руководство предприятия стимулирует увольнение сотрудников по собственному желанию за счёт совершенствования системы материального стимулирования (переход к повременной оплате труда) или несоответствия сотрудника занимаемой должности из-за низкой квалификации. В любом случае данный процесс порождает рост текучести кадров. Средняя величина текучести персонала на предприятии составляет около 30% при нормативной текучести в сфере услуг 5-10%. Да, безусловно, есть некоторые отрасли, на которых это допустимый уровень текучести, но «Почта России» к ним не относится (таблица 1). Существует несколько острых причин такой высокой текучести на предприятии. К ним можно отнести:

Проблема низких заработков. Плохие отношения с руководством.

Технико-технологическая база почты, морально и физически устарела.
Практически отсутствует возможность самореализации сотрудника.
Сокращение численности. Плохие условия труда.

Таблица 1 – Оценка уровня текучести кадров

Показатель	Значение показателя в динамике лет		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Количество принятых, чел	198 399	146 442	146 222
Количество уволенных, чел	198 676	146 468	146 152
Коэффициент текучести кадров	0,3	0,3	0,29

Хотелось бы подробнее рассмотреть каждую причину и начнём с проблемы низких заработков. Времена идут и начатая в 2013 году почтовая реформа набирает обороты. На публичных выступлениях руководители предприятия заявляют, что заработная плата с каждым годом растет, так на 2016 год средняя заработная плата работников выросла на 10% и составляет 20 000 рублей.

Кроме того, с 01.07.2016 года «Почта России» вводит новую систему премирования работников отделений почтовой связи, основанную на выполнении ключевых показателей эффективности. Максимальный размер ежемесячной премии при этом вырастет вдвое – он составит 30% от оклада, вместо 15% по текущей системе. Тем не менее, руководитель Счетной палаты сообщила о получении жалоб, что после перехода от одной системы оплаты труда к другой заработная плата рядовых сотрудников сократилась приблизительно на 20% и составляет в среднем 16 500 рублей

Ситуация с технико-технологической базой улучшилась за последние несколько лет. Введена новая программа, взявшая на себя немало функций выполняемых работником вручную, и с её помощью удалось сократить время обработки и регистрации информации, и ускорить время работы. Хотя во многих филиалах до сих пор используют старые компьютеры постоянно прерывающиеся в работе, старые сканеры штрихкодов не всегда читающие год и самое главное, во многих отделения отсутствует автоматическая линия, перемещающая тяжелые посылки из отделения в машину. И таскать тяжелые посылки (а иногда их вес 20 кг) приходиться работницам почтовых отделений.

Хотелось бы ещё отметить нюанс: сотрудники в основном на свои деньги приобретают необходимые для работы товары (ручки, бумагу, картриджи и многое другое). Из этой проблемы вытекает следующее: – на предприятии плохая организация и условия труда. Зачастую отделения почтовой связи находятся в старых зданиях, в которых нет ни отопления, ни нормального освещения, ни хорошего оборудования для рабочих мест сотрудников. В большинстве случаев про эргономику рабочего места попросту забывают.

Для анализа необходимо рассмотреть одну из самых острых проблем связанных с «Почтой России», а точнее с реформированием ее системы. Согласно почтовой реформе необходимо провести реструктуризацию неквалифицированного персонала. Сейчас на «Почте России» работают 310

тысяч человек. Ожидается, что в 2018 году численность персонала сократится на 19,5% до 295,8 тысяч. А через десять лет на предприятии будут работать 276,7 тысяч человек. За период реформы численность персонала сократится на 35 % .

Проблема сокращения численности порождает еще одну проблему – плохие взаимоотношения работников и руководителей. Проанализировав 117 отзывав на сайте поиска работы Trud.com, было выявлено, что практически в каждом третьем отзыве говорилось о проблеме непонимания и неуважения руководителями рядовых сотрудников организации. Давление со стороны руководства на персонал колоссальное.

Все указанные выше проблемы не особо «соблазняют» молодого и перспективного специалиста искать свое место на «Почте России», о чем говорить, если даже уже знающие, проверенные временем сотрудники либо уходят со своих мест, либо уже планируют это сделать. В любом случае для решения сложившихся проблем необходимо комплексные и незамедлительные мероприятия. Одной из главных причин проведения почтовой реформы является старение кадров и их низкая квалификация, возможно, стоит искать пути решения проблемы высокой текучести на предприятии в этом направлении. Например, внедрение программы социальной поддержки молодых специалистов и проведение регулярного обучения персонала.

Для того чтобы мероприятия имели положительный результат, обучение необходимо начать с высшего руководства. В основном сотрудники предприятия имеют среднее профессиональное образования (80% от общей численности) и подавляющее большинство сотрудников АУП имею большой стаж работы (от 7 лет и выше). С одной стороны это хорошо, ведь у них есть огромный практический опыт, а с другой – отсутствует возможность применения новых методов управления. Безусловно, персонал высшего руководства высококвалифицированный, что нельзя сказать о сотрудниках структурных подразделений.

Для решения этой проблемы можно использовать курсы повышения квалификации. В среднем по России стоимость полугодовых курсов составляет 30 000 рублей, в программу включены следующие вопросы:

1. Организация работы с персоналом.

2. Планирование персонала. Технология подбора и адаптации персонала.

3. Оценка и аттестация персонала. 4. Адаптация персонала.

5. Обучение персонала. 6. Основы тренинговой деятельности.

В 2016 году доля руководителей составляла 21% от общей численности (таблица 2). За исключением 5% – численности высшего руководства, количество руководителей среднего звена составляет 180 чел.

Таким образом, приблизительные затраты на обучения (по Новокузнецкому району) составляют:

$$Р = 180×107,6×[(279×21×8 +1\ 680)×0,41] = 30708×19\ 906 = 611283 \text{ тыс. руб.}$$

Таблица 2 – Структура персонала организации в 2016 г.

Среднесписочная численность персонала в динамике лет:	Численность персонала					
	Всего		В том числе по категориям			
			Руководители		Служащие	
	чел	%	чел.	%	чел.	%
	900	100	189	0,21	711	0,79

Для того чтобы определить срок окупаемости необходимо найти чистый дисконтируемый доход. Чистая прибыль «Почты России» по итогам 2016 года составила 1,734 млрд. руб., что на 10% больше, чем в 2015 году, говорится в презентации годовых результатов, передает корреспондент РБК.

ЧДД = 344 + 307+ 274 + 245 = 1 170 млн. руб.

Срок окупаемости затрат составляет:

$$Т_{ОК} = 3 + \frac{1\,734 - 1\,170}{1\,170} = 3{,}5 \text{ года}$$

Таким образом, разработанные мероприятия являются технически и экономически целесообразными и оправданы, это показано в расчетах, т.к. ЧДД положительное и срок окупаемости составляет 3,5 года, следовательно, инвестиционный проект будет эффективен и рекомендуется к применению.

Выводы. В области обучения персонала и повышении его квалификации целесообразно учесть расширение связи с профильными учебными заведениями и формирование собственной системы обучения. Разработка различных мотивирующих программ в рамках стратегической концепции непрерывного образования (в том числе с возможным дальнейшим получением профильного образования бакалавр и магистр) совместно с управлением по целям уровнем организации позволит усилить заинтересованность выпускников в многолетней и плодотворной работе на «Почте России».

Список использованных источников

1. Ежеквартальный отчёт Федерального государственного унитарного предприятия «Почта России» за IV квартал 2016
2. Потапова М.В. Конкурсное положение ФГУП «Почты России» на рынке почтовых услуг / М.В. Потапова, М.В. Лоскутова //Социально-экономические явления и процессы - 2014. - №4 (062). – С. 83- 86.
3. Положение об отделении почтовой связи почтамта №8 от 27.10.2014 .
4. Годовая консолидированная финансовая отчётность в соответствии с МСФО за 2016 год
5. Козлов А.И. Экономическая оценка человеческого капитала: концептуальный аспект //Труд и социальные отношения. – 2010 – № 2. – С. 47-55.
6. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие / Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ. –

360 с.

7. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.

УДК 007.56 (571.19)

Развитие человеческих ресурсов как основа развития организационного потенциала (на примере ПАО «Сбербанк»)

Барган Е.И. [1], Королёв С.В. [1], Матвиенко Е.С. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Abstract:The importance of role of a human resources for the development of the firm discusses in the article. The author conducts of research of human resource management policy of JSC «Sberbank and identifies the main trends in the competitive of the staff. Also the author makes the conclusion about the implementation of measures on human development.

Keywords: human resources, personnel, and human resources organization PJSC «Sberbank»

Любая организация для осуществления своей деятельности нуждается в большом количестве ресурсов: материальных, финансовых, информационных и др. Наиболее важным ресурсом является персонал предприятия. От опыта, квалификации, лояльности сотрудников во многом зависит эффективность осуществление фирмой ее основной деятельности. В связи с этим вопросы управления и развития человеческих ресурсов принимают первостепенное значение. В рамках данной работы был рассмотрен опыт развития человеческого потенциала на примере ПАО «Сбербанк», который является одним из ключевых элементов финансового сектора России и одним из ведущих глобальных финансовых институтов. Его основная деятельность происходит в высококонкурентной среде, поэтому обеспечение высокой профессиональной подготовки сотрудников, приобретение ими новых знаний входит в число приоритетных задач его кадровой политики. В процессе реализации мероприятий по повышению конкурентоспособности своих сотрудников на рынке труда. В деятельности ПАО «Сбербанк» отмечен ряд тенденций:

– развитие внутренних ресурсов для обучения (результативные специалисты наделяются определенными полномочиями по обучению сотрудников-коллег);

– создание новых форматов обучения (практические семинары «Диалог с экспертом», в рамках которых эксперты функциональных блоков делятся своей экспертизой и умениями по разным темам»;

– повышение финансовой грамотности персонала (проект «Мастерская аналитика», в рамках которого сотрудники учатся анализировать и

структурировать большие массивы информации и развивать системное мышление);

– обеспечение преемственности (программа «Технология менеджмента», направленная на формирование необходимых знаний и навыков у сотрудников, выполняющих роль преемника/заместителя руководителя в своей текущей деятельности).

В целом, развитие и управление человеческими ресурсами происходит в соответствии с годовым циклом управления (рисунок 1): На рисунке представлен единый годовой цикл постановки целей, оценки результативности и потенциала сотрудников, планирования карьеры и продвижения (HR-цикл). В начале года на основе Стратегии развития формируются цели высшего руководства на кварталы и на год, затем они каскадируются вниз по уровням управления и в территориальные банки.

Рис. 1. Годовой цикл управления персоналом в Сбербанке [4]

Развитие человеческого потенциала также подразумевает заботу о

физическом здоровье как отдельного сотрудника, так и всего персонала в целом. Данный аспект является также обязательным при рассмотрении вопросов охраны труда. Сбербанк уделяет внимание вопросом охраны труда на рабочем месте. Ключевыми мероприятиями в данной области являются аттестация рабочих мест, вводные инструктажи для новых сотрудников, обучение сотрудников и руководителей основам охраны труда, актуализация внутренних системных документов. Также регулярно проводятся выездные проверки состояния охраны труда в территориальных банках и организовываются тематические семинары для сотрудников подразделений. Благодаря данным мероприятиям в отчетном периоде удалось понизить коэффициент тяжести и показатель частоты травматизма (рисунок 2).

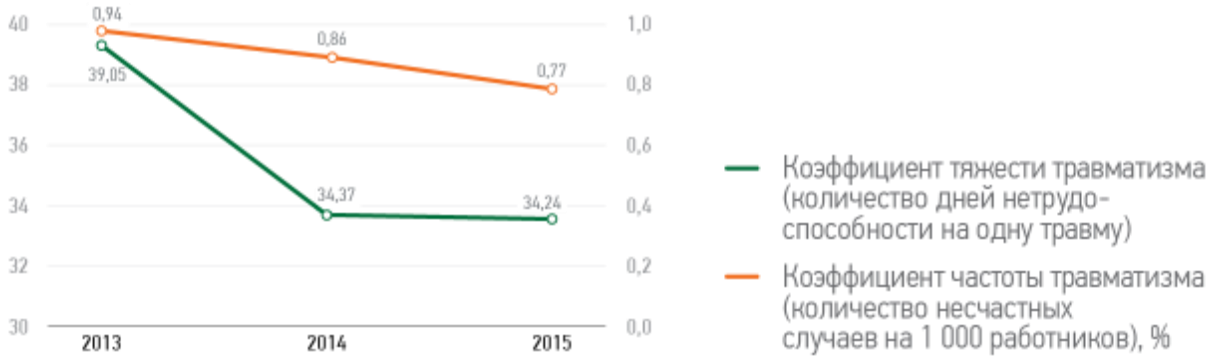


Рис. 2. Коэффициент тяжести и частоты травматизма
в Сбербанке за 2013–2015 гг.

В целом деятельность Сбербанка отличается низким уровнем производственного травматизма. Однако в отчетном периоде было зарегистрировано три смертельных случая при исполнении работниками служебных обязанностей — двое сотрудников Сбербанка погибли в дорожно-транспортном происшествии, а один инкассатор – в результате противоправных действий третьих лиц. В ПАО «Сбербанк» были осуществлены все требуемые российским законодательством процедуры по расследованию и регистрации несчастных случаев, а также проведены внеплановые инструктажи, в ходе которых сотрудникам были объяснены обстоятельства и причины несчастных случаев.

Важным аспектом является выстраивание линий взаимодействия между сотрудниками и руководящим составом. В Сбербанке действует открытая система внутрикорпоративных коммуникаций, в рамках которой руководство стремится учитывать мнение каждого сотрудника. В качестве ключевого канала взаимодействия между представителями высшего руководства и сотрудниками используется прямая линия с Председателем Правления Германом Грефом. В 2015 году для отбора тем на прямую линию был создан отдельный сайт.

Прямая линия Президента, Председателя Правления банка Германа Грефа с сотрудниками, состоявшаяся в декабре 2015 года, была удостоена серебряной премии IC Brilliance Awards в номинации Best Employee Engagement как

мероприятие, способствующее развитию корпоративной культуры и эффективному вовлечению сотрудников [4].

Выводы. Таким образом, мероприятия по развитию человеческих ресурсов являются важной составляющей при формировании эффективной системы внутри- и межорганизационных коммуникаций, а также для повышения результативности деятельности предприятия в целом. Сбербанк является наглядным примером заинтересованности руководящего состава в формировании конкурентоспособного трудового коллектива. С этой целью реализуется комплекс мероприятий, который определяется Стратегией развития и в целом способствует повышению заинтересованности и лояльности сотрудников.

Список использованных источников

1. Динамика основных показателей группы Сбербанк по МСФО за пять лет / ПАО «Сбербанк». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://2015.report-sberbank.ru/ru/finance/dynamics/ Дата обращения 13.02.2018 г.

2. Левчаев П. А. Особенности функционирования информационной экономики / Дайджест-финансы // Экономика и экономические науки. № 9. – 2009. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-informatsionnoy-ekonomiki

3. Папаева И., Терентьева Н. О. Организационная культура предприятия на примере гостевого дома / Студенческий научный форум. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.scienceforum.ru/2014/740/6308

4. Сбербанк / Годовой отчет 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://2015.report-sberbank.ru/ru/

5. Степанов Р. В. Анализ эффективности банковской системы России / Современная наука: актуальные проблемы теории и практики // Экономика и право. № 5. – 2015. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nauteh-journal.ru/index.php/ru/---ep15–05/1474-a

6. Шаповаленко В. Г. Корпоративная социальная ответственность как конкурентное преимущество бизнеса. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/?url=http %3A %2F %2FCyberLeninka.ru %2Farticle %2Fn %2Fkorporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-konkurentnoe-preimuschestvo-biznesa.pdf&name=korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-konkurentnoe-preimuschestvo-biznesa.pdf&lang=ru&c=585ac3696c31

7. Шабаева Л. Р. Развитие человеческих ресурсов как основа развития организационного потенциала (на примере ПАО «Сбербанк») // Молодой ученый. — 2016. — №30. — С. 289-293. — URL https://moluch.ru/archive/134/37605/ (дата обращения: 18.01.2018).

8. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие /Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ.2017 – 360 с.

9. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.

10. Быстров В.А. Экономическая оценка инвестиций в трудовую

деятельность: учеб. пособие. – Новокузнецк: СибГИУ, 2010. – 332 с.

11. Быстров В.А. Инвестиции в человеческий капитал. Сборник задач для практических занятий/ В.А. Быстров. Сиб. гос. индустр. ун-т;– Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ - 2017 - С 12 – 14.

УДК 658.346 (571.17)

Пути сокращения производственного травматизма и профессиональной заболеваемости на предприятиях Кемеровской области

Батищева А.С. [1], Пашура А.С. [1], Шишкина Е.С. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассматривается одна из важнейших проблем социально-экономического развития Кемеровской области – производственный травматизм, влекущий за собой профессиональную заболеваемость на производстве. Приведены статистические данные производственного травматизма за последние пять лет. На основе представленной информации предложены мероприятия по профилактике профессиональной заболеваемости для предприятий Кемеровской области.

Ключевые слова: производственный травматизм, нечастный случай, авария, условия труда, профессиональная заболеваемость, человеческий капитал, инвестиции.

Кемеровская область – один из крупнейших индустриальных регионов России. В силу сырьевой направленности экономики в Кемеровской области главными видами промышленного производства являются добыча угля, металлургическое производство и химическая промышленность. Представленные виды экономической деятельности относятся к категории наиболее травмоопасных и вредных производств [1].

Понятие «производственная травма» трудовой кодекс не содержит, в нем говорится о несчастном случае на производстве. С юридической точки зрения, «производственный травматизм» – численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с утратой трудоспособности на 1 рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1 тыс. работающих.

Условия труда, характерные для получения травм и классы производственной среды по травмобезопасности представлены на рисунке 1 [2].

В результате проведённых мер в Кемеровской области за последние 11 лет удалось достичь значительного, почти в 2,6 раза, снижения уровня травматизма на производстве и обеспечить системный подход к решению вопросов охраны труда.

Несмотря на положительные результаты, достигнутые в области охраны труда, производственный травматизм остается на высоком уровне. В Кемеровской области ежегодно более 3000 человек получают

производственные травмы и профессиональные заболевания. Уровень производственного травматизма в Кемеровской области превышает среднероссийский более чем в 2 раза [3].

Рисунок 1 – Характеристика условий труда по травмобезопасности

Статистические данные говорят о том, что в течение последних лет степень производственного травматизма в Кемеровской области, характеризуется следующими данными, представленными в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Уровень производственного травматизма в 2012–2016 годах (по данным Росстата, %)

Территория	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
В расчёте на 1 тыс. работающих					
Российская Федерация	2,7	2,5	2,1	2,2	1,9
Кемеровская область	5,4	4,9	4,0	4,87	4,85

Как уже и было сказано выше из представленных данных по Кемеровской области, больше всего производственный травматизм встречается на предприятиях угольной, химической и металлургической промышленности. Одним из примеров может служить нарушение нормативных показателей на предприятии ПАО «Южный Кузбасс». Согласно представленным материалам аттестации рабочего места в 2016 году на рабочих местах было выявлено большое количество нарушений в области вибрации и шума на производстве. Эти показатели превышали предельно допустимые уровни (ПДУ) и не соответствовали нормативным требованиям. Таким образом, условия труда на рабочем месте можно классифицировать как вредные – 1 степени, что может повлечь за собой возникновение профессиональных заболеваний. Большую долю составляют причины личного характера, в своей основе характеризующие

проблему так называемого «человеческого фактора» (таблица 2).

Таблица 2 –Классы условий труда по травмобезопасности

Классы условий труда по травмобезопасности			
1 класс Оптимальные условия 1. Оборудование и инструмент исправны (полностью соответствуют нормативным правовым актам); 2. Средства защиты установлены и исправны; 3. Средства обучения и инструктажа в наличии и составлены в соответствии с установленными требованиями.	2 класс Допустимые условия Повреждены и неисправны средства защиты, не снижающие их защитных функций (частичное загрязнение сигнальной окраски, ослабление отдельных крепёжных деталей и т.п.).	3 класс Вредные условия Уровни воздействия вредных производственных факторов превышают уровни, установленные гигиеническими нормативами условий труда, включая подклассы 3.1, 3.2, 3.3, 3.4.	4 класс Опасные условия 1. Отсутствуют или не выполняют защитные функции, предусмотренные конструкцией оборудования средства коллективной защиты, неисправен инструмент; 2. Отсутствуют средства обучения и инструктажа, либо имеющиеся средства составлены некачественно, без учёта установленных требований, нарушены условия их пересмотра.

Анализ причин и условий возникновения несчастных случаев на производстве с тяжёлыми последствиями в Кемеровской области в 2016 году выделил десять основных причин, которые представлены на рисунке 2.

Целесообразно рассмотреть значения показателей производственного травматизма и профессиональной заболеваемости за 2014–2017 гг., которые представлены в таблице 3 [1].

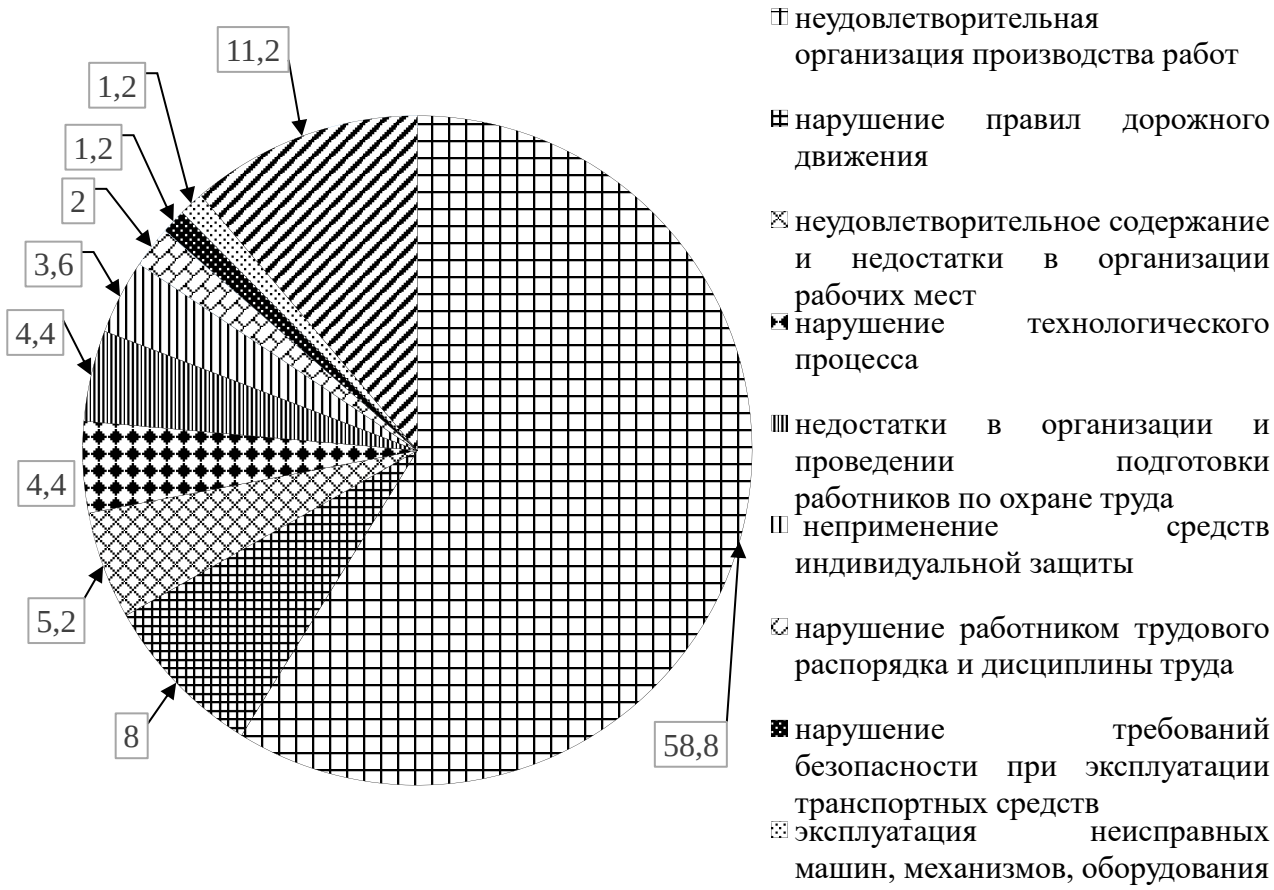


Рисунок 2 – Причины возникновения несчастных случаев на производстве с тяжёлыми последствиями, %

Таблица 3 – Показатели производственного травматизма и профессиональной заболеваемости за 2014 – 2017 гг.

Показатели	Годы			
	2014	2015	2016	2017
1) Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве со смертельным исходом, человек	90	89	87	84
2) Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более, человек	2280	2274	2270	2250
3) Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более и со смертельным исходом в расчёте на 1 тыс. работающих, процентных пунктов	3,0	2,9	2,8	2,8
4) Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве со смертельным исходом в расчёте на 1 тыс. работающих, процентных пунктов	0,141	0,139	0,138	0,136
5) Количество дней нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве в расчёте на 1 пострадавшего, дней	83,0	82,9	82,5	82,2
6) Численность работников с установленным предварительным диагнозом профессионального заболевания по результатам проведения обязательных периодических медицинских осмотров, человек	2160	2152	2155	2145

Продолжение таблицы 3

Показатели	Годы			
	2014	2015	2016	2017
7) Численность лиц с установленным в текущем году профессиональным заболеванием в расчёте на 10 тыс. работающих, процентных пунктов	14,0	13,6	13,1	11,0
8) Численность первично вышедших на инвалидность по трудовому увечью в расчёте на 10 тыс. работающих, % пунктов	4,9	4,82	4,85	4,80

Исходя из данных таблицы 3, можно заметить положительную динамику снижения приведённых показателей, однако за 4 года она оказалась незначительной и это ещё раз подтверждает тот факт, что, производственный травматизм с утратой трудоспособности и со смертельным исходом все ещё остаётся на высоком уровне.

В ходе изучения данной проблемы, в качестве основополагающих мероприятий по предотвращению травматизма и профессиональной заболеваемости целесообразно принять такие меры как:

- профессиональная переподготовка, повышение квалификации, обучение охране труда работников, в том числе по общим вопросам аттестации рабочих мест по условиям труда в «Кузбасском региональном институте развития профессионального образования» или в Учебном центре охраны труда и промышленной безопасности «СибГИУ» (стоимость обучения на одного человека 27 500 руб.);

- проведение аттестации рабочих мест по условиям труда на предприятиях угольной, химической и металлургической промышленности;

- разработка проекта, введение в действие и осуществление эксплуатации на базе ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Кемеровской области» регионального мониторинга, по гигиенической оценке, условий труда шахтёрских профессий, работников угольных разрезов и обогатительных фабрик;

- использование средств индивидуальной защиты (СИЗ), отвечающих последним требованиям XXI века;

- установление на производстве датчиков безопасности труда (пожарная безопасность, датчики газа);

- подготовка и издание ежегодного регионального обзора «О состоянии условий и охраны труда в Кемеровской области».

В целях реализации государственной политики в области охраны труда по сохранению жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, Коллегия Администрации Кемеровской области Постановлением № 534 от 29 декабря 2014 года внесла изменения в утверждённую долгосрочную целевую программу «Улучшение условий и охраны труда, профилактика профессиональной заболеваемости в Кемеровской области» на 2014-2018 годы».

Общий объём средств, выделенных на реализацию Программы на 2014 –

2018 годы, составляет 32 миллиона рублей. Финансирование Программы осуществляется в порядке, установленном Коллегией Администрации Кемеровской области [4]. На официальном сайте Кузбасского регионального Института Повышения Квалификации и Переподготовки Работников Образования [5], будет периодически размещаться информация о работе Центра Комплексной безопасности образовательного учреждения по реализации Долгосрочной целевой программы «Улучшение условий и охраны труда, профилактике профессиональной заболеваемости в Кемеровской области» на 2014 – 2018 годы.

Данная программа распространена только на государственные и муниципальные организации, поэтому целесообразно проанализировать эффективность их применения на частных предприятиях. Можно обратиться к вышеприведённому примеру ПАО «Южный Кузбасс». Как и любая организация, оно перераспределяет полученную чистую прибыль на работу с персоналом и на работу с местным сообществом. Затраты на охрану труда входят во внутренние социальные программы, которые являются частью работы с развитием персонала. Следовательно, можно рассчитать на какую сумму и срок окупятся мероприятия по предотвращению травматизма и профессиональной заболеваемости.

Для начала необходимо определить средние затраты на осуществление части мероприятий. Численность персонала предприятия составляет 8588 человек, из них 1372 рабочих места исследовали специалисты лаборатории «Южного Кузбасса», определив их к вредным условиям труда I степени. Именно в направлении их совершенствования необходимо применить наши мероприятия.

Проведение аттестации рабочего места по условиям труда в среднем составляет 750 руб., стоимость использования средств индивидуальной защиты (СИЗ) на одного рабочего в среднем 4500 рублей и установление на производстве датчиков безопасности труда составит в среднем 1 млн. рублей (200 датчиков).

Период окупаемости инвестиций является одним из главных факторов при оценке эффективности того или иного проекта. Он определяется с помощью формулы:

$$PP = K_0 / ПЧсг \quad (1)$$

где РР - срок окупаемости, выраженный в годах.

$К_0$ - сумма вложенных средств.

ПЧсг - чистая прибыль в среднем за год (за 2016 год – 7 813 977 руб.).

1) $К_0$ = (27 500 х 1 372) + (750 х 1 372) + (4 500 х 1 372) + (200 х 5 000) = 45 933 000 руб.

2) PP = 45 933 000 / 7 813 977 = 5 лет.

Какой-либо конкретной оценки эффективности и срока окупаемости в настоящее время нет. Эффективные высокобюджетные проекты могут иметь срок окупаемости, доходящий до пяти лет и более. В проведённых расчётах получен оптимальный срок для устранения производственного травматизма и

профессиональной заболеваемости на предприятии ПАО «Южный Кузбасс», значит, мероприятия принесут благоприятный эффект.

Выводы. Таким образом, реализация предложенных мероприятий потенциально способна снизить уровень производственного травматизма, в том числе смертельного, численность занятых во вредных и опасных условиях труда и уровень профессиональной заболеваемости работников не только в муниципальных и государственных организациях, но и на частных предприятиях.

Список использованных источников

1. Коллегия Администрации Кемеровской области, база данных за 2014 - 2017 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ako.ru/Official/kollegia.asp?n=3 (дата обращения: 23.11.2017).
2. Савенко П.П. Охрана труда Лаборатория книги [Электронный ресурс]: учебное пособие / П.П. Савенко. – Электрон. дан. – М.: Лаборатория книги, 2012. С. 27-30. – Режим доступа: http://www.knigafund.ru/books/191641 (дата обращения: 23.11.2017)
3. Шевченко Л.А. Анализ состояния производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в Кемеровской области // Л.А. Шевченко, А.В. Шматова, Г.К. Яппарова // Сборник трудов V Международной научно-практической конференции. Филиал ФГБОУ ВПО «Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева» в г. Прокопьевске. – 2016. С. 247 – 252.
4. Постановление от 29.12.2014 № 534 о внесении изменений в постановление коллегии администрации Кемеровской области 25.10.2013 № 467 «Об утверждении государственной программы Кемеровской области «Содействие занятости населения области Кузбасса» на 2014-2018 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/430595603 (дата обращения: 23.11.2017).
5. Образовательный сайт Кузбасского регионального ИПК и ПРО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ipk.kuz-edu.ru/index.php (дата обращения: 23.11.2017).
6. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие /Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ.2017 – 360 с.
7. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.
8. Быстров В.А. Экономическая оценка инвестиций в трудовую деятельность: учеб. пособие. – Новокузнецк: СибГИУ, 2010. – 332 с.
9. Быстров В.А. Инвестиции в человеческий капитал. Сборник задач для практических занятий/ В.А. Быстров. Сиб. гос. индустр. ун-т;– Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ - 2017 - С 12 – 14.

УДК 338.314

Современные подходы к оценке человеческого капитала

Денисова К.О.[1], Рябикина М.Н.[1], Нечаева К.А.[1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А.[1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассмотрены особенности и факторы эффективного управления человеческим кап1италом, а так1же целесообразность инвестиций в него в условия1х современного производства, проанализирована эффективность. инвестиционных. вложений в человеческий капитал на предприятии «Южкузбассуголь».

Ключевые слова: человеческий капитал, методы оценки, стоимость работника, виды человеческого капитала, гудвилл кадрового потенциала, инвестиции в человеческий капитал, источники инвестицийв в человеческий. капитал.

В современном мире условия, касающиеся человеческого капитала имеют конкурентный статус в сфере экономической деятельности.

Понятие «человеческий капитал» не имеет однозначной трактовки, он отражает приобретённые знания, навыки, мотивации, которые могут использоваться в течение определённого промежутка времени для получения дохода.

Вопросу оценки человеческого капитала посвящено много работ, большинство из которых написаны зарубежными авторами и не всегда могут быть адекватны и адаптированы к отечественной практике [3]. Современные методы оценки человеческого капитала широко используют косвенные способы оценки отдельных его составляющих (например, через показатели доступности услуг образования). На подобных оценках, в частности, основывается «индекс развития человеческого потенциала», служащий для измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала, применяемый ПРООН [4]:

$$\backslash HDI = \sqrt[3]{LEI \times EI \times II} \quad (1),$$

где LEI – индекс ожидаемой продолжительности жизни;

EI – индекс образования;

II – индекс дохода.

Среди широко известных методик оценки человеческого капитала также выделяют модель индивидуальной стоимости работника, основанную на понятиях условной и реализуемой стоимостей, которая была предложена учёными Мичиганского университета [4].

Данная методика рассчитывается с применением вероятностной величины,

что позволяет спрогнозировать индивидуальную стоимость работника лишь приблизительно. Согласно модели ценность работника определяется из ожидаемой условной стоимости и вероятности продолжения членства в

организации:

$$PC - YC \times P(O), \quad (2)$$

где PC – ожидаемая реализуемая стоимость;

YC – ожидаемая условная стоимость;

$P(O)$ – вероятность того, что работник останется работать в организации через некоторый промежуток времени.

По мнению И. Фишера, использование капитала означает получение процента как универсальной формы дохода. Дисконтируемая сумма будущих доходов и составляет величину применяемого капитала. Однако данный метод не включает инвестиции в человеческий капитал, оценку профессионального уровня, уровня образования персонала, затраты на научные разработки, здравоохранение и прочие затраты, вследствие чего модель является ограниченной.

Я. Фитценц рассматривал человеческий капитал во взаимосвязи с добавленной экономической стоимостью:

$$\text{Добавленная стоимость человеческого капитала} = \frac{(\text{Прибыль} - (\text{Расходы} - \text{Зарплата} + \text{льготы})}{\text{Эквивалент полной занятости,}}, \quad (3)$$

Для определения стоимости человеческого капитала Фитценцем была предложена матрица, состоящая из четырех квадрантов: приобретение, содержание, развитие и сохранение. Данный метод из-за специфичности некоторых показателей невозможен к применению в отечественной практике.

В отечественной практике также проводились исследования по оценке человеческого капитала. Довольно своеобразный подход к оценке человеческого капитала у М.М. Критского: «человеческий капитал исходно выступает как всеобщая конкретная форма жизнедеятельности, ассимилирующая предшествующие формы и осуществляющаяся как итог исторического движения человеческого общества к его современному состоянию» [3].

Человеческий капитал, являясь частью совокупного капитала, представляет собой накопленные затраты на общее образование, специальную подготовку, здравоохранение, перемещение рабочей силы. Виды «человеческого капитала» экономисты классифицируют по видам затрат, инвестиций в «человеческий капитал». И.В. Ильинский выделяет вследствие этого следующие составляющие: капитал образования, капитал здоровья и капитал культуры [1].

Таким образом, по его мнению, формула человеческого капитала принимает следующий вид:

$$\text{ЧК} = \text{К}_\text{З} + \text{К}_\text{К} + \text{К}_0, \quad (4)$$

где ЧК – человеческий капитал;

К_0 – капитал образования;

$К_З$ – капитал здоровья;
$К_К$ – капитал культуры.

В. Аллавердян предлагает методику, по которой оценочная стоимость аботника рассчитывается по формуле [3]:

$$S = ЗП \times Г_{КП} \quad (5),$$

где S – оценочная стоимость работника;
ЗП – предполагаемая / выплачиваемая заработная плата работнику;
$Г_{КП}$ – гудвилл кадрового потенциала работника.

Гудвилл кадрового потенциала рассчитывается по каждому работнику отдельно и отображает реальную, рыночную, индивидуальную стоимость работника как конкретного человека, умеющего выполнять конкретные функции. На основе работ В. Аллавердяна разработана методика оценки человеческого капитала с учетом инвестиций в человеческий капитал, которые приравниваются к капитальным вложениям. Однако существует определенная ограниченность в достоверности исходных данных, что делает оценку человеческого капитала затруднительной.

Таким образом, с учетом инвестиций оценочная стоимость работника рассчитывается следующим образом:

$$S = ЗП \times Г_{КП} + И \times t \quad (6),$$

где И — инвестиции;
t — период.

При этом Гудвилл кадрового потенциала рассчитывается как [4]:

Коэффициент профессиональной перспективности учитывает данные об образовании кандидата, его стаже и возрасте [3]:

$$K = ОУобр \times \left(1 + \frac{С}{4} + \frac{В}{18}\right) \quad (7),$$

где ОУобр – оценка уровня образования, составляющая;
0,15 – для лиц с незаконченным средним образованием;
0,60 – для лиц со средним образованием;
0,75 – для лиц со среднетехническим и незаконченным высшим образованием;
1,00 – для лиц с высшим образованием по специальности;
С – стаж работы по специальности (делится на 4, т.к. в 4 раза меньше влияет на результативность труда по сравнению с образованием);
В – возраст.

Данная оценка человеческого капитала является более основательной, однако, несмотря на большое количество методик оценки универсальной на данный момент нет. В вязи с этим необходима новая методика оценки человеческого капитала соединяющая все положительные стороны существующих методик оценки и отвечающая современной действительности.

В одних из ведущих российских компаниях, таких как «Сбербанк», была разработана концепция развития человеческого капитала в рамках общей стратегии организации с применением современных подходов [2]. Согласно

опубликованной стратегии компании «Сбербанк», инвестиции в человеческий капитал проводятся в большом объёме и рассматриваются как один из основных аспектов поддержания и роста конкурентоспособности компании [2]. На данный момент основным источником инвестиций в человеческий капитал является прибыль, а также часть затрат по переподготовке кадров включаются в себестоимость. Эти источники непосредственно зависят от внешних факторов.

Выводы. По нашему мнению, более надёжным источником инвестиций в человеческий капитал является амортизация человеческого капитала, так как она непосредственно не зависит от кредитно-денежной и налогово-бюджетной политики государства, а также от влияния других внешних факторов [1].

Список использованных источников

1. Сучков.. С. Д., Кокорева.. О. О... Практика.. формирования.. и.. развития.. человеческого.. капитала.. в.. российских.. компаниях.. на.. современном.. этапе.. //.. Молодой.. ученый... –.. 2016... –.. №12... –.. С... 1466-1467... –.. URL.. https://moluch.ru/archive/116/31399/ .. (дата.. обращения:.. 18.01.2018).

2. Стратегия.. развития.. Сбербанка.. на.. период.. 2014-2018. .. Официальныйсайт.. [Электронныйресурс] .. http://www.sberbank.com

3. Лебедева Ю.В. Инвестиции в человеческий капитал и экономический рост // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2. – С. 86-89.

4. Козлов А.И. Экономическая оценка человеческого капитала: концептуальный аспект // Труд и социальные отношения. – 2010. – № 2. – С. 47-55.

5. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие / Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ. – 360 с.

6. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.

УДК 338.2. 658.5 (075.8)

Повышение производительности труда за счёт инвестиций в обучение сотрудников на примере ПАО «ФСК ЕС»

Ермакова М.М. [1], Семынина А.И. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема вложения инвестиций в человеческий капитал, которые в дальнейшем помогут предприятиям увеличить производительность труда, повысить уровень конкурентоспособности на рынке труда и получить уверенность от своих

сотрудников. Представлены статистические данные для анализа за 4 год и на основе проведённого исследования предложены мероприятия по устранению проблемы.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиции в человеческий капитал, повышение, производительность труда, профессиональное образование.

В настоящее время инвестиции в человеческий капитал, как фактор повышения производительности труда выступают одной из самых значимых и актуальных проблем в экономике страны. Многие работодатели не хотят вкладывать иные суммы денежных средств, так как они считают, что этот аспект выступает для них как высокий риск вложения средств в развитие человеческих ресурсов с достаточно продолжительными сроками их окупаемости.

Исходя из этого в России издержки на обучение персонала составляют 0,3% в структуре общих затрат организации на рабочую силу, в то время как рекомендуемые на западе нормативы капиталовложений в профессиональную подготовку кадров составляют 1–5% совокупных затрат на персонал.

Термин «инвестиции» образован от латинского invest, что значит «вкладывать». В широком смысле этого слова инвестиции можно определить как долгосрочное вложение капитала с последующим его увеличением.

Существуют так называемые инвестиции в нематериальные активы, которые представляют собой вложения в развитие персонала, т.е. подготовка кадров, повышение квалификации работников, разработка товарных знаков и другие объекты интеллектуальной собственности [1].

Для многих фирм, которые заинтересованы в опережении своих конкурентов, одним из наиболее важных ресурсов является компетентный и ответственный персонал, «человеческий капитал».

Человеческий капитал - широкая совокупность личностных качеств, мировоззренческих установок, ценностных ориентаций, которые могут оказывать косвенное влияние на результаты производительной деятельности.

Западные эксперты выделяют следующие виды инвестирования в человеческий капитал:

1. Расходы на обучение - специальное и общее обучение, переподготовка кадров и обучение на рабочих местах, неформальное и формальное обучение.

2. Расходы на мобильность - средства на миграцию работников из областей с низкой оплатой труда в области с относительно высокой оплатой труда.

3. Расходы на здравоохранение - профилактика заболеваний, улучшение жилищных условий, создание безопасных условий труда на рабочих местах, медицинское обслуживание, правильное питание [2].

Профессиональное обучение – это процесс целенаправленного формирования у сотрудников специальных знаний, развитие требуемых навыков и умений, которые позволяют повышать производительность труда, максимально качественно выполнять функциональные обязанности, осваивать новые виды деятельности.

Основными особенностями инвестиций в профессиональное обучение персонала являются:

1 Направленность на развитие профессионализма, творческих способностей каждого отдельного работника, так и на воспроизводство интеллектуально – духовного потенциала общества в целом;

2 Единовременный характер, а окупаемость в течение нескольких производственных циклов, до тех пор, пока не понадобится очередная переподготовка кадров, в связи с изменившимися требованиями к процессу производства;

3 Длительность периода, в течение которого затраты на подготовку и переподготовку кадров переносятся на вновь выпускаемую продукцию, должна определяться периодом морального старения приобретённых профессиональных знаний;

4 Образовательный процесс предполагает овладение обучающимися постоянно обновляющейся системой знаний, что неизбежно обуславливает воспроизводство рабочей силы более высокого квалификационного уровня [3].

Многие современные компании с опаской относятся к инвестициям на обучение своих сотрудников. Так как рисками в данном случае являются: не ликвидность человеческого капитала, текучесть кадров, излишние издержки.

Рассмотрим профессиональное обучение на предприятии ПАО «ФСК ЕС» (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Динамика работников, прошедших обучение и переподготовку

Год	ССЧ	Число работников, прошедших обучение и переподготовку (чел.)	Доля работников, прошедших обучение и переподготовку в ССЧ	Темп роста доли работников, прошедших обучение и переподготовку (Кпп)
2013	25123	10130	0,4	-
2014	24362	12648	0,52	0,5
2015	23358	15093	0,65	0,6
2016	22150	14692	0,66	0,6

Исходя из таблицы 1, мы можем сделать вывод, что как число работников, так и доля работников, прошедших обучение и переподготовку в ССЧ с каждым годом увеличивается, причём достаточно существенно, это мы можем видеть на рисунке 1.

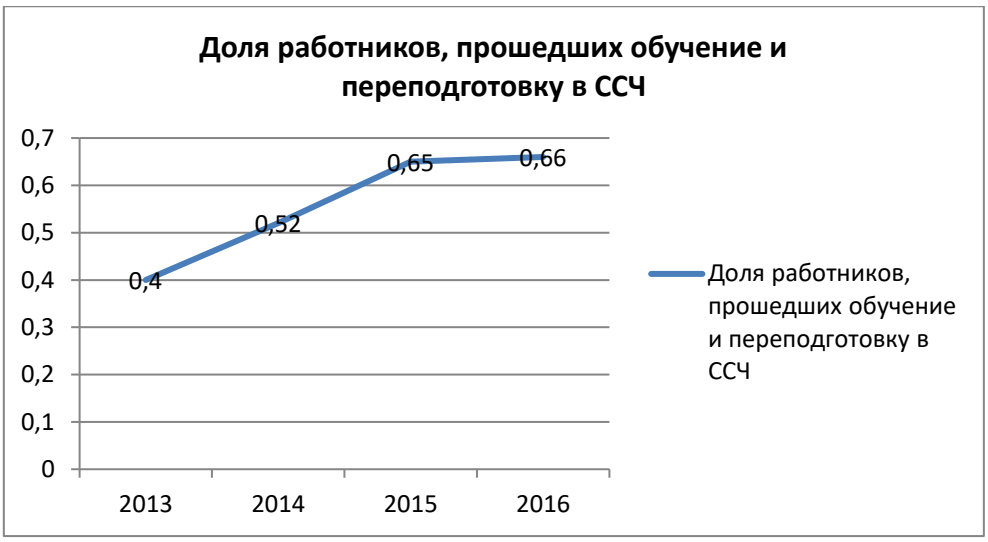


Рисунок 1 – Доля работников, прошедших обучение и переподготовку работников в ССЧ на предприятии за 2013–2016 гг.

Проблемой в данном случае является то, что, несмотря на положительную динамику показателей профессионального обучения на предприятии ПАО «ФСК ЕС», руководство все же опасается вкладывать крупные суммы в человеческий капитал для дальнейшего развития и усовершенствования этой системы, что позволит увеличить производительность труда (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Динамика расходов на профессиональное обучение сотрудников

Год	Число работников, прошедших обучение и переподготовку (чел.)	Затраты на обучение работников (млн. руб.)
2013	10130	142 582
2014	12648	138 301
2015	15093	151 789
2016	14692	149 465

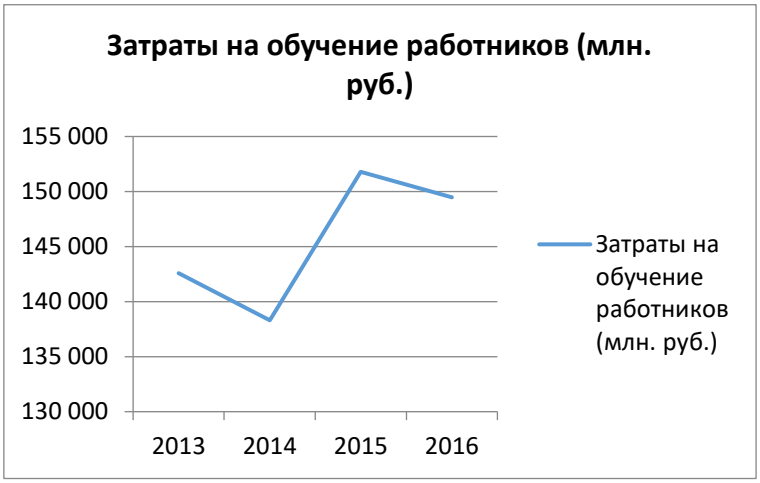


Рисунок 2 – Динамика расходов на профессиональное обучение сотрудников

Из таблицы 2 и рисунка 2 можно сделать вывод, что динамика показателя затрат на профессиональное обучение сотрудников имеет скачкообразный вид, что показывает нестабильность предприятия в данном вопросе. Наибольшее значение зафиксировано в 2015 году [4].

Проблема данного предприятия состоит в том, что работники не могут быть уверены в том, что в дальнейшем работодатель продолжит вкладывать в их обучение такие же суммы, а не уменьшит их в несколько раз. Инвестиции в человеческий капитал на данном предприятии не стабильны и не вызывают доверия ни со стороны работников, ни со стороны клиентов и партнеров.

Так же не будем забывать причину столь большой не охоты работодателя не вкладывать слишком большие денежные средства в свой персонал. Это, конечно же, опасения работодателя, что его сотрудник, который прошел обучение, может уволиться, ведь вложенные в него средства выступают как издержки предприятия.

Исходя из вышесказанного, мы можем предложить следующие мероприятия, по устранению данной проблемы:

1) Перед тем, как работодатель отправит своего сотрудника на обучения, они могут заключить официальный, юридически заверенный договор, в котором будет прописано, что переобученный сотрудник не может уволиться с данного предприятия в течение определённого срока, устанавливаемого работодателем. Он обязан определённое количество времени отработать на данном предприятии, дабы возместить все потери фирмы, связанные с его обучением;

2) Также можно оформить договор, по которому сотрудник обязуется воплотить фирме, в течение определённого срока сумму, потраченную на его обучение;

3) Усовершенствовать систему стимулирования труда работников, ведь если работника полностью устраивает, то предприятие и система, в которой он должен работать, то мысли поменять работу даже не возникнет;

4) Проводить с персоналом периодические беседы, направленные на поддержание чувства ответственности за себя, свою компанию. Каждый сотрудник должен чувствовать себя ответственным за свой коллектив и свою работу, каждому работнику должно быть приятно и комфортно работать в данном коллективе.

Выводы. Таким образом, благодаря предложенным нами мероприятиям, организация может, не боясь вкладывать средства в образование своих работников, зная, что впоследствии все вложенные инвестиции окупят себя за счет увеличения производительности труда работников, благодаря их новым знаниям, умениям и навыкам. А если случится так, что работник захочет сменить работу, то вложенные в него средства он должен будет либо отработать, либо вернуть в денежной форме предприятию.

Список использованных источников

1. 1 Игонина Л.Л. Инвестиции: Учеб.пособие / Л.Л. Игонина; Под ред.

В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2014. – 316 с.

2. 2 Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги) // США: экономика, политика, идеология. – 2013. – № 11. – 96 с.

3. 3 Кафидов, В. В. Стимулирование потребности предпринимателей в развитии человеческого капитала / В.В. Кафидов. - М.: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2013. – 131 с.

4. 4 Федеральная сетевая компания – официальный сайт. [электронный ресурс]. Точка доступа: http://www.fsk-ees.ru/ (дата обращения: 13.01. 2018).

5. 5 Купцова Т.В. Человеческий капитал – инвестиции или издержки / Т.В. Купцова // Системное управление – 2015. №1(26).

6. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие / Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ. – 360 с.

7. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.

УДК 338.314

Повышение производительности труда работников за счёт обучения, переподготовки и повышения квалификации (на примере ОАО «Завод Универсал», г. Новокузнецк)

Кислицын Д.Ю. [1], Копылов В.В. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В современных условиях экономики одним из основных преимуществ организации являются ее кадры. Фраза «кадры решают все» до сих пор не утратила свою актуальность, только сейчас все решают высококвалифицированные кадры, требующие постоянного развития и обучения. В настоящее время практически все организации стремятся осуществлять не просто традиционную подготовку и переподготовку сотрудников, а их обучение и развитие, отвечающие потребностям бизнеса. Актуальность этого вопроса также обусловлена тем, что эти самые квалифицированные кадры являются основой для конкурентной борьбы на мировой экономической арене.

Ключевые слова: обучение, повышение квалификации, курсы, учебные центры, кадры, затраты, численность работников

Само по себе обучение призвано сформировать наиболее подходящего работника для организации, адаптировать его к постоянно меняющимся условиям экономики, а также подготовить персонал к правильному и быстрому решению широкого круга задач с наиболее эффективны результатом для организации. Одним и многих преимуществ обучения является его возможность формировать у персонала систему ценностей и установок,

соответствующую сегодняшним реалиям и поддерживающую рыночную организационную стратегию.

Возрастание роли обучения в процессах повышения конкурентоспособности предприятия и организационного развития обусловлено следующими факторами.

1. Обучение персонала служит важнейшим средством достижения стратегических целей организации.

2. Одним из основных средств повышения ценности человеческих ресурсов является обучение персонала. Это обусловлено тем, что постоянно меняющиеся условия экономики диктуют руководителям некие правила поведения на рынке, одно из которых «не стоять на месте», а для этого организации требуются яркие и свежие таланты и идеи, способные обеспечить высокий уровень конкурентоспособности. Инвестиции в собственных персонал позволят воспитать в них высший уровень приверженности своему предприятию, а также готовность работать на организацию с полной отдачей сил.

3. Повысившие уровня профессиональной подготовки кадров позволяет им легче и быстрее решать более сложные задачи, настойчивее искать и чаще находить наилучшие ответы на возникающие вопросы, быстрее справляться с трудностями в работе.

4. Без своевременного обучения персонала проведение организационных изменений сильно затрудняется или становится невозможным. Рынок сегодня не знает жалости. Ему нет дела до высочайшего качества работы той или иной категории работников или высочайшей производительности отдельно взятого штамповочного или любого другого цеха. Рынок требует, чтобы вся компания работала эффективно. Рынок диктует необходимость своевременно и качественно удовлетворять постоянно изменяющиеся запросы потребителей.

Различаются несколько видов обучения: подготовка, повышение квалификации и переподготовка персонала.

Подготовка (обучение) персонала – последовательное и организованное приобретение теоретических знаний, практических умений и выпуск квалифицированных кадров для всех областей человеческой деятельности.

Повышение квалификации персонала – обучение кадров в целях усовершенствования знаний, умений, навыков и способов общения в связи с ростом требований к профессии или повышением в должности.

Переподготовка персонала – обучение кадров в целях освоения новых знаний, умений, навыков и способов общения в связи с овладением новой профессией или изменившимися требованиями к содержанию и результатам труда.

Таким образом, в условиях современных рыночных отношений обучения персонала есть не что иное, как наиболее действенный инструмент, способствующий обеспечению стабильности и конкурентоспособности предприятия.

А теперь хотелось бы рассмотреть мероприятия в области обучения персонала ОАО «Завод Универсал». Для того чтобы перейти к анализу производительности труда работников за счёт обучения, переподготовки и повышения квалификации, необходимо рассмотреть основные показатели по выбранной теме, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Технико-экономические показатели ОАО «Завод Универсал»

Показатели	Ед. измер.	2014 г	2015 г.	2016 г.	Отклонение	
					Абсолют	Относит
Среднесписочная численность персонала	чел.	1175	1208	1218	43	1,03
Годовой объем реализации: — ванны; — трубы; — конвектора.	 шт. тн. кВт	 158 631 6 234 276 647	 186 353 5 493 296 195	 192 679 4 902 205 755	 34 048 - 1 332 - 70 892	 1,21 0,78 0,47
Производительность труда на 1 рабочего	руб.	337 370	265 480	241 310	- 96 060	0,72
Полная себестоимость	млн. руб.	1 376, 2	1 571,1	1 648.7	272,5	1,2
Использование производственных мощностей	%	46,1	46,1	43,5	- 2,6	0,94

Из приведённых выше данных можно сделать вывод, что увеличившиеся на 46% (в сравнении с базисным периодом) затраты на обучения практически не имеют положительного результата, ведь производительность труда на 1 рабочего сократилась на 28%.

А теперь выясним, почему при увеличении затрат на обучение производительность падает. Во-первых, это может быть обусловлено тем, что предприятие для обучения своего персонала выбирает плохо квалифицированных «учителей». Во-вторых, используются малоэффективные обучающие программы. В третьих обучение чисто формально, так сказать для «галочки».

Хотелось бы также рассмотреть численность работников прошедших обучение (таблица 2).

Таблица 2 – Выборка по образованию

	2014	2015	2016	Отклонение	
				Абсолют	Относит
ССЧ	1175	1208	1218	43	1,03
Численность работников, прошедших обучение	245	243	227	-18	0,95

Таким образом, можно сделать вывод, что общая численность обучающихся сократилась, при росте затрат на обучение. Причиной тому может стать неправильное распределение материальных ресурсов организации,

можно сократить издержки на обучение применяя групповые курсы повышения квалификации или отправлять учится работников на очно – заочную форму обучения в ВУЗы (на бюджетной основе).

Для начала поговорим о групповых курсах. На многих сайтах учебных центров можно заметить такие записи, например «стоимость обучения одного сотрудника 5200 руб., при обучении от 5 сотрудников и более – 4800 руб.», следовательно, если на курсы отправить группу работников это позволит сократить издержки на обучение и позволит за короткий срок обучить большее количество работников. Давайте рассчитаем эффект: Проанализировав сайты, были получены результаты, что в среднем курсы повышения квалификации на одного работника на 150 академических часов стоят около от 5 000 до 15 000 тысяч рублей (это в среднем по Новокузнецку), если взять это стоимость и умножить ее на численность работников отправленных на обучение мы получаем:

$$Р\ (до) = 227 \times 66{,}7 \times [(6 \times 21 \times 8 + 1680) \times 0{,}43] = 17\ 500\ 574 \text{ руб.}$$

При групповом обучении стоимость обучения на одного работника в среднем составляет 2 000 - 3 000 рублей (при группе из 5 человек), таким образом, получается, что:

$$Р\ (после) = 227 \times 13{,}4 \times [(6 \times 21 \times 8 + 1680) \times 0{,}43] = 3\ 516\ 065 \text{ руб.}$$

Выводы. Из расчётов следует, что при внедрении групповых курсов повышения квалификации и переобучения персонала можно сократить издержки на 80 %. В городе Новокузнецке существует множество учебных центров, где можно пройти групповые курсы, а также можно прости данного рода курсы в Сибирском государственном индустриальном университете, причём как по рабочим специальностям, так и по управленческим.

Список использованных источников

1. Быстров В.А. Экономическая оценка инвестиций в трудовую деятельность: учеб. пособие. – Новокузнецк: СибГИУ, 2010. – 332 с.

2. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом: Учебное пособие/ В.А. Быстров. Сиб. гос. индустр. ун-т;– Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ, 2015. – 404 с. Учебное издание

3. Быстров В.А. Инвестиции в человеческий капитал. Сборник задач для практических занятий/ В.А. Быстров. Сиб. гос. индустр. ун-т;– Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ - 2017 - С 12 - 14

4. Директор по персоналу. Подготовка кадров и повышение квалификации персонала: необходимые документы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.hr-director.ru/article/65705-qqq-15-m9-podgotovka-kadrov-i-povyshenie-kvalifikatsii-personala

5. Edumarket. Курсы, семинары, тренинги, программы обучения. [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://edumarket.ru/index.php?submit_form=014&type_prog=&razdel_id=&search_str_1=%F1%E2%E0%F0%F9%E8%EA&se

arch_btn.x=0&search_btn.y=0

6. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие / В.А. Быстров. Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ. – 360 с.

УДК 007.56 (571.19)

Инвестиции в человеческий капитал как система конкурентоспособности предприятий Кемеровской области

Шурупова Ю.В. [1], Штезель Т.А. [1], Балабанова В.В. [1]

Научный руководитель: д.т.н., Быстров В.А [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Практика развитых государств продемонстрировала, что конкурентоспособность региона определяется состоянием человеческого капитала. Теперь конкурентоспособность каждой организации в первую очередь зависит от степени развития трудовых ресурсов и от уровня развития каждого работника предприятия. Для повышения производительности труда в первую очередь необходимы развитые трудовые ресурсы, чего можно достичь путём инвестиций в человеческий капитал. Человеческий капитал можно определить - как совокупность созидательных способностей, знаний, умений и навыков, мотиваций и личных качеств индивидов, накапливаемых за счёт инвестиций и используемых в течение определённого периода времени с целью получения ими будущего дохода и содействующих росту национального богатства.

Ключевые слова: инвестиции, человеческий капитал, конкурентоспособность.

Создание высокотехнологичной продукции невозможно без квалифицированных кадров. Можно пойти по быстрому пути: закупить технологии, кадры. Это даст быстрый, но временный эффект, и еще больше усилит зависимость нашей страны от импорта технологий и трудовых ресурсов.

Поэтому оптимальным вариантом является развитие собственных трудовых ресурсов и адаптация технологий в условиях определённого предприятия, это позволит увеличить производительность труда за счёт инвестиций в человеческий капитал. Именно от состояния человеческого капитала зависит конкурентоспособность региона.

Таблица 1 – Ранги показателей конкурентоспособности региона

№	Наименование показателя	Ранги региона по конкурентоспособности	
		2015 год	2016 год
1.	Конкурентоспособность НИИ	25	20
2.	Расходы компаний на НИОКР	70	44
3.	Сотрудничество вузов и промышленности в области НИОКР	56	54
4.	Патентоспособность разработок	38	38
5.	Защита интеллектуальной собственности	92	82
6.	Способность к инновациям	29	28

Для этого рассмотрим некоторые показатели для создания инвестиционного проекта в человеческий капитал, с помощью которых мы сможем рассмотреть состояние нашего региона в конкурентоспособности инвестиционных проектов.

Из данных таблицы видно, что регион делает все, чтобы увеличить свои шансы в конкурентоспособности по сравнению с другими регионами России.

Добиться конкурентоспособности можно только за счёт создания качественных условий для конкуренции внутри региона и формирования предприятиям таких же правил, по которым играют их конкуренты.

Инвестиционность экономики региона определяется на основе использования двух индикаторов: индикаторов «входа» – численность занятых в НИОКР, численность студентов вузов, внутренние затраты на исследования и разработки, затраты на технологические инновации; индикаторов «выхода» – количество выданных патентов, количество созданных передовых производственных технологий и т. д.

Практика развитых государств продемонстрировала, что значительная конкурентоспособность компаний гарантируется отнюдь не столько за счёт природных ресурсов и прогрессивной техники, сколько за счёт результатов стремительного формирования людского капитала.

Сама экономическая реальность определяет проблему повышения конкурентоспособности человеческого капитала отечественных компаний. Но на данный момент эта проблема осознана лишь небольшим количеством руководителей российских предприятий.

Теперь конкурентоспособность каждой организации в первую очередь зависит от степени развития трудовых ресурсов и от уровня развития каждого работника предприятия. Основным здесь следует считать высокую социальную ответственность, которая лежит на всех работниках организации, в первую очередь на руководителях.

Человеческий капитал можно определить - как совокупность созидательных способностей, знаний, умений и навыков, мотиваций и личных качеств индивидов, накапливаемых за счёт инвестиций и используемых в течение определённого периода времени с целью получения ими будущего дохода и содействующих росту национального богатства. Он рассматривается как производственный и инвестиционный ресурс, воспроизводство которого, в первую очередь, определяется тем, насколько удовлетворены его потребности материальные, социальные, духовные, интеллектуальные и др.

Человеческий капитал, как непростая экономическая категория, обладает количественными и качественными свойствами. Многочисленные экономисты и эксперты в различное время предлагали множество методов и способов оценки человеческого капитала. В результате появились такие понятия, как «ценность человека», «стоимость труда», «стоимость товара или услуги», «рабочая сила», «стоимость человеческого капитала», «стоимость образовательного фонда», «стоимость жизни».

Для оценки человеческого капитала используются как стоимостные, так и натуральные методы. Самым простым способом оценки человеческого капитала, использующим натуральные методы оценки, является измерение в человеко-годах обучения. Другими словами, чем больше сотрудник учился, чем выше у него уровень образования, тем большим объёмом человеческого капитала он обладает.

Для оценки общей отдачи инвестиций в персонал обычно применяют следующую формулу:

ROI вложений в персонал = Чистый доход / Затраты на персонал,

где Чистый доход – это выручка за исключением операционных расходов, а Затраты на персонал – это все инвестиции в персонал: наём, оценка, обучение и развитие, затраты на бытовое обеспечение, компенсационные и социальные пакеты.

Благодаря этой формуле, полученные данные позволяют оптимально управлять рисками организации в сфере трудовых ресурсов, значительно повысив конкурентоспособность предприятия. Рисками в данной сфере следует считать непредвиденные потери количественно-качественных характеристик компонентов человеческого капитала предприятия, потери его носителей, потери, связанные со снижением инвестиций в развитие трудовых ресурсов организации, вызванных случайными изменениями условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами, а также низкой квалификацией HR-подразделения, вследствие чего происходит снижение прибыльности, доходности и влияния организации.

Соответственно для повышения конкурентоспособности целью инвестиционной политики Кемеровской области является эффективное использование материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических, а главное трудовых ресурсов, направляемых на создание наукоёмкой продукции и прогрессивных технологических процессов. Основным принципом инвестиционной политики в регионе является интеграция инновационной, научной, научно-технической и образовательной деятельности с целью обеспечения их комплексного взаимодействия с производством.

Таким образом, реализация формируемой инвестиционной политики в перспективе должна превратить Кузбасс в ведущий российский центр технологического обеспечения кардинально повысить качество жизни населения в регионе и конкурентоспособность среди других регионов.

Список использованных источников

1. Васильева А.Н. Специфика и структура человеческого капитала организации // Известия ИГЭА. 2009. № 6 (68). С. 110-114.

2. Верещагина Л.С. К вопросу о развитии инновационных технологий в персонал-менеджменте // Вестник. 2014. № 5 (54). С. 62-65.

3. Курнышева И.Р. Особенности человеческого капитала российской экономики в конкурентном мире / И.Р. Курнышева // Современная конкуренция. 2009. № 2. С. 107.
4. Прохоров М.Д. Проблема управления человеческим капиталом // «Вестник Европы». – 2015. – № 5. – 32 с.
5. Быстров В.А. Технология и эффективность управления персоналом: учеб. пособие /Сиб. гос. индустр. ун-т; – Новокузнецк. Изд. центр СибГИУ.2017 – 360 с.
6. Быстров В.А. Организация и управление производством и персоналом [Текст]: учеб. пособие В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2015. – 346 с.
7. Быстров В.А. Экономическая оценка инвестиций в трудовую деятельность: учеб. пособие. – Новокузнецк: СибГИУ, 2010. – 332 с.

СЕКЦИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И СТАНДАРТИЗАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННОГО И ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 338.314:004

Возможности применения бенчмаркинга в повышении конкурентных преимуществ услуги по предоставлению в аренду компьютеров и программного обеспечения

Аминова Л.Р. [1], Буйневич И.А. [1], Пустуева Л.Ю. [1], Волкова Т.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация Определены требования потребителей, которые способствуют повышению конкурентных преимуществ услуги по предоставлению аренду компьютеров и программного обеспечения

Ключевые слова: бенчмаркинг, требование, потребитель, удовлетворённость потребителей, конкурентоспособность

Для большинства организаций бенчмаркинг как таковой не нововведение, поскольку чаще всего он ведется в рамках конкурентного анализа, однако применение бенчмаркинга более эффективно, потому что он представляет более детализированную, формализованную и упорядоченную методику по сравнению с методом или подходом конкурентного анализа. На сегодняшний день бенчмаркинг – необходимая составляющая успеха любой организации.

Бенчмаркинг – это процесс сравнения своей деятельности с лучшими компаниями на рынке и в отрасли с последующей реализацией изменений для достижения и сохранения конкурентоспособности.

В целях поддержания удовлетворенности потребителей на должном уровне, а также привлечения новых потребителей, высшим руководством Интернет клуба «Луна» было принято решение осуществить такой анализ как бенчмаркинг применительно к услуге по предоставлению в аренду компьютеров и программного обеспечения.

Интернет клуб «Луна» относится к организациям потребительского рынка в сфере услуг. В связи с этим деятельность Интернет клуба «Луна» характеризуется как предоставление услуг населению. Основная услуга Интернет клуба «Луна» – предоставление компьютеров и программного обеспечения в аренду отдельным потребителям. Потребителями услуг Интернет клуба «Луна» являются молодые люди в возрасте от 7 до 25 лет (школьники, обучающиеся образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования, молодые специалисты) [1].

Для осуществления методологии бенчмаркинга была сформирована рабочая группа. В рамках Интернет клуба «Луна» бенчмаркинг включил в себя следующие этапы:

1 Выбор определенной функции бизнеса производителя (продавца).

2 Выбор параметров сравнения для данной функции бизнеса.

3 Сбор необходимой информации об аналогичных производителях.

4 Анализ полученной информации.

5 Предоставление результатов бенчмаркинга высшему руководству.

Высшему руководству Интернет клуба «Луна» всегда интересно знать мнение своих потребителей об оказываемых услугах, поэтому в условиях Интернет-клуба «Луна» было проведено письменное анкетирование в целях успешного выявления высказанных и подразумеваемых требований. Рабочая группа опрашивала потребителей Интернет клуба «Луна» непосредственно в самом клубе при получении услуги.

Рабочая группа определила высказанные, подразумеваемые и неосознанные требования потребителей.

При помощи анкетирования можно узнать, во-первых, о проблемах, которые возникают у посетителей при получении услуги аренды компьютеров и программного обеспечения, во-вторых, об ожиданиях к ней со стороны посетителей [2].

Вопросы анкеты составлены на языке максимально близком к языку потребителя. Анкета состояла из трех групп вопросов. Первая группа включила данные о потребителях, которые в дальнейшем помогут осознать полученные ответы. Вторая группа содержала «голоса» потребителя, которые дают представления об индивидуальных способах получения услуги. Третья группа содержала «голоса» потребителей относительно их требований к услуге. «Голоса» в данном случае следует понимать, как заявленное потребителем мнение, выраженное его собственными словами. Анкета содержала открытые вопросы, для предоставления возможности свободного изложения мнения респондента. Данные, которые были получены из анкет, сводились в Таблицу «голоса» потребителей.

При анализе и классификации выявленных проблем, необходимо осознать их суть и в последующем связать их с теми характеристиками услуги, которые могут быть изменены.

Вне зависимости от выбранного рабочей группой способа получения сведений от потребителей результатом явилось формирование исходного массива, для начала, необработанной и плохо организованной вербальной информации. Для дальнейшей удобной работы применялась Таблица «голоса» потребителя (Voice of the Customer Table – VOCT), которая предназначена для конкретизации и уточнения этих требований [3].

Для обобщения полученных требований строилась Диаграмма афинности, которая способствовала понимаю в организации утверждений в группы близких по смыслу и переходу от начальной совокупности утверждений к значительно меньшей по объему, но состоящей из существенно различающихся между собой требований.

Следующий этап – структурирование требований потребителей. Для этого применялся еще один из «семи новых инструментов качества» –

Древовидная диаграмма (Tree Diagram). Древовидная диаграмма позволяет более наглядно и последовательно расположить полученную в результате предыдущего анализа информацию, а также привнести в неё некоторую логическую последовательность [4].

Полученный рабочей группой список требований потребителей, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Требования потребителей к услуге ***по предоставлению в аренду компьютеров и программного обеспечения*** в условиях Интернет клуба «Луна»

№ п/п	Требования потребителей
1	Современное ПО
2	ОС Windows 7
3	Обновление игр
4	Расширить список игр
5	Стабильная работа игр
6	Постоянная система скидок
7	Уменьшить цену за ночной сеанс
8	Чистое компьютерное оборудование
9	Устранить (снизить) шум посетителей
10	Удобный стол
11	Удобный стул
12	Прямая спинка стула
13	Установить перегородки
14	Широкий ассортимент еды
15	Обновленный интерьер
16	VIP-зал
17	Возможность скачивания игр посетителями
18	Ввести дресс-код

Рабочая группа в соответствии с балльной системой, представленной в таблице 2, оценила степень выполнения каждого из требований потребителя соответственно организацией и основными конкурентами. Среди них оказались ближайшая «опережающая», ближайшая «отстающая» и выбранная в качестве стратегического ориентира – лидирующая в отрасли организации.

Таблица 2 – Относительная оценочная шкала, примененная для потребительского бенчмаркинга

Степень выполнения требования потребителей в текущей услуге организации	Оценка в баллах
Не выполняется	1
Выполняется слабо	2
Выполняется удовлетворительно	3
Выполняется явно (хорошо)	4
Выполняется в полной мере (отлично)	5

После соответствующей статистической обработки [5] результаты сравнения группой экспертов текущей услуги конкурирующих организаций в

отношении выполнения ими требований потребителей заносились в итоговую таблицу 3.

Используя различные обозначения для оценок, присвоенных различным организациям, табличные данные вносились на координатную сетку. Соединяя при помощи ломанной линии те пиктограммы, которые выбираются для Интернет клуба «Луна», например ●, рабочая группа получила график, называемый профилем (или профилограммой) организации, отображающий ситуацию, сложившуюся для Интернет клуба «Луна» на рассматриваемом рынке в отношении выполнения конкретной совокупности требований.

Аналогичным образом на том же графике строились профили конкурирующих организаций, что существенно увеличило полезность отображаемой информации.

Исходя из построенных профилей конкурирующих организаций количественно оценивалась важность для организации вкладывать усилия в увеличение степени выполнения какого-либо конкретного требования потребителей.

Аналитическое выражение, предназначенное для решения этой задачи и пригодное для целочисленной оценочной шкалы любой балльности (при условии равенства минимально возможного балла единице) и любого количества рассматриваемых конкурентов:

$$K_i = (1{,}2\ B_{\max} - B_i^0)\left[QB_{\max} + \sum_{n=1}^{n=Q}(B_i^n - B_i^0)\right] \quad (1)$$

где $B_{\max}$ – максимально возможный балл применяемой относительной оценочной шкалы из таблицы 2;

B_i^0 – балльная оценка степени выполнения i-го требования потребителей нашей организацией из таблицы 3;

Q – количество конкурирующих организаций;

B_i^n – балльная оценка степени выполнения i-го требования потребителей n-ным конкурентом их таблицы 3.

Рассчитанное по формуле значение K_i представляет собой положительное целое число, имеющее смысл приоритета для Интернет клуба «Луна» работы с i-м конкретным требованием к услуге, исходя из ситуации, сложившейся к настоящему времени на изучаемом рынке.

Осуществлен переход от больших целых чисел K_i к более привычным нормированным значениям, которые получаются из выражения:

$$K_i^{отн} = \frac{K_i}{\sum_{i=1}^{i=N} K_i} = \frac{(1{,}2\ B_{\max} - B_i^0)\left[QB_{\max} + \sum_{n=1}^{n=Q}(B_i^n - B_i^0)\right]}{\sum_{i=1}^{i=N}(1{,}2\ B_{\max} - B_i^0)\left[QB_{\max} + \sum_{n=1}^{n=Q}(B_i^n - B_i^0)\right]}, \quad (2)$$

Выраженное в виде процента (для чего дополнительно умножалось на 100%), $K_i^{отн}$ имеет смысл той доли в совокупной важности для организации работы над увеличением выполнения всего списка требований потребителей, которая принадлежит конкретному i-му требованию [6].

Первая характерная особенность критерия $K_i^{отн}$ заключается в его безотносительности к приоритету потребительского требования. Он характеризует собой именно положение организации на рынке по отношению к конкурентам.

Таблица 3 – Экспертная оценка степени выполнения требований потребителей

№ п/п	Требования потребителей	Оценка степени выполнения требования				K_i	$K_i^{отн}$, %	Баллы					Комментарий
		Олимп (Новокузнецк)	Теккен (Новосибирск)	Полигон (Кемерово)	Интернет клуб «Луна»			1	2	3	4	5	
1	Широкий ассортимент еды	1	1	5	3	39	3,27						
2	Удобный стол	2	1	4	1	95	7,98						С(1)
3	Чистое компьютерное оборудование	2	4	3	4	28	2,35						
4	Обновление игр	1	3	5	4	24	2,02						
5	Расширить список игр	1	2	5	5	8	0,67						
6	Ввести дресс-код	1	1	1	1	75	6,30						С(1)
7	Установить перегородки	1	1	5	1	95	7,98						С(1)
8	ОС Windows 7	1	5	1	1	95	7,98						С(1)
9	Устранить (снизить) шум посетителей	4	1	2	2	72	6,05						
10	Обновленный интерьер	1	5	4	4	26	2,18						
11	Постоянная система скидок	3	1	1	2	56	4,70						С(1)
12	Современное ПО	1	3	1	1	85	7,14						С(1)
13	Возможность скачивания игр посетителями	4	1	1	1	90	7,56						С(1)
14	Прямая спинка стула	3	1	3	1	95	7,98						С(1)
15	Удобный стул	3	1	5	1	130	10,92						
16	Стабильная работа игр	1	3	3	5	7	0,59						
17	VIP-зал	1	5	5	1	115	9,6Поб						
18	Уменьшить цену за ночной сеанс	1	3	1	2	56	4,70						

Примечание – ● – Интернет клуб «Луна», ○ – Олимп, △ – Полигон, □ – Теккен; С(1) – возможность прорывного улучшения.

Вторая особенность заключается в исключительном динамизме показателя $K_i^{отн}$. Действительно, конкурент – это объект не стационарный, а

стремительно развивающийся. И если периодично отслеживается форма и взаимное положение характеризующих его деятельность диаграмм, называемых «профилями» организаций, то получается чрезвычайно интересная и полезная во всех отношениях информация. И не только о всем известных (официальных), но и о скрытых, направленных на достижение победы в конкурентной борьбе, стратегических и тактических действиях оппонентов [7].

Таким образом, в ходе рассмотрения профилограмм были выявлены требования, которые представляют для Интернет клуба «Луна» возможность прорывного улучшения на рынке при работе именно с выделенными требованиями. Требованиями для прорывного улучшения являются: удобный стол, прямая спинка стула, перегородки, дресс-код, ОС Windows 7, современное ПО, возможность скачивания игр посетителями, постоянная система скидок.

Список использованных источников

1. Интернет клуб «Луна» [Электронный ресурс]: Интернет-ресурс. – Режим доступа: http://lunaclub.simdif.com/, свободный.

2. Волкова Т.А. Анкетирование потребителей как инструмент управления качеством продукции организации [Текст] / Т.А. Волкова, С.С. Громова // Наука, образование и инновации: сб. статей Межд. научно-практ. конференции (28 декабря 2015 года) / отв. ред. А.А. Сукиасян. – Уфа: ООО «ОМЕГА САЙНС», 2015. – С. 35-38.

3. Кузьмин А.М. История возникновения, развития и использования метода развертывания функции качества [Текст] // Методы менеджмента качества. – 2002. – № 1, 2. – С. 4-18.

4. Адлер Ю.П. Сколько ни развертывай, а структурировать все равно придется [Текст] / Ю.П. Адлер // Методы менеджмента качества. – 2002. – № 4. – С. 16-19.

5. Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров (Основы квалиметрии) [Текст] / Г.Г. Азгальдов. – М.: Экономика, 1982. – 199 с.

6. Брагин Ю.В. Путь QFD: проектирование и производство продукции исходя из ожиданий потребителя [Текст] / Ю.В. Брагин, В.Ф. Корольков. – Ярославль: Негосударственное некоммерческое образовательное учреждение «Центр качества», 2003. – 240 с.

7. Суркина А.В. Бенчмаркинг как метод инновационного развития деятельности вуза [Текст] / А.В. Суркина, Т.А. Волкова // Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения: труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (13-15 мая 2015 года) / Сиб. гос. индустр. ун-т.; под общ. ред. проф. М.В. Темлянцева. – Новокузнецк: Изд. центр СибГИУ, 2015. – Вып. 19. – Ч. I. Гуманитарные науки. – С. 178-182.

УДК 006.057

Новый ГОСТ Р 7.0.97-2016 и его сравнение с ГОСТ Р 6.30-2003

Анисимов П.С. [1], Карташова Ю.Г. [1], Посмитная П.А. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье приводится сравнительная характеристика ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов» и его принципиальные отличия от ГОСТ Р 6.30-2003 "Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов"

Ключевые слова: ГОСТ, организационно-распорядительная документация, реквизит документа, делопроизводство, документооборот.

В 2003 году был утвержден и введен в действие ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов». Этот стандарт устанавливает требования к составу реквизитов организационно-распорядительных документов, оформлению реквизитов и бланкам документов [1].

За время, прошедшее с 2003 года, практика документирования ушла далеко вперед: все активнее применяются информационные системы, появились новые реквизиты; были приняты Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон от 06.04.2011 №63-ФЗ «Об электронной подписи»; получает широкое распространение межкорпоративный электронный документооборот. Все это привело к необходимости подготовки нового стандарта, устанавливающего современные требования к оформлению документов.

В 2014 году Всероссийский научно-исследовательский институт документоведения и архивного дела (ВНИИДАД) приступил к пересмотру ГОСТ Р 6.30-2003. Результатом пересмотра стал ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», который вступает в законную силу с 01 июля 2018 года [4].

В связи с выходом нового ГОСТа необходимо обратить внимание на изменение реквизитов:

– код формы документа проставляется в правом верхнем углу рабочего поля документа и состоит из слов «Форма по» (наименование классификатора) и цифрового кода;

– дата документа не допускает запись в последовательности: год, месяц, день месяца;

– в реквизитах «Адресат» и «Текст документа» инициалы ставятся после фамилии;

– при согласовании документа коллегиальным органом, гриф согласования документа заполняется в последовательности: сведения об органе, согласовавшем документ, дате и номере протокола, в котором зафиксировано решение о согласовании;

– печать проставляется, не захватывая собственноручной подписи лица, подписавшего документ;

– отметка об исполнителе включает фамилию, имя и отчество исполнителя, номер его телефона;

– если копия документа выдается для предоставления в другую организацию, отметка о заверении копии дополняется надписью о месте хранения документа, с которого была изготовлена копия («Подлинник документа находится в (наименование организации) в деле № … за … год»), и заверяется печатью организации;

– отметка о направлении документа в дело дополнительно должна содержать год дела, в которое направляется документ, должность лица, оформившего отметку [4] .

Вместе с этим появились и новые реквизиты:

– наименование структурного подразделения автора документа;

– наименование должности лица – автора документа.

Был исключен реквизит «Идентификатор электронной копии документа». Это логичное действие, ранее реквизит предполагал указание наименования файла на машинном носителе, код оператора, дату, место изготовления и другие поисковые данные, принятые в организации. Указание пути к файлу – это анахронизм. Большинство систем для работы с электронными документами поддерживают поиск по разным параметрам – по реквизитам документа и тексту, а значит, документам не нужен специфический идентификатор.

В изменениях общих требований к оформлению документов отразилось более экономное отношение к бумаге и понимание сложностей работы архивов:

– документы длительных (свыше 10 лет) сроков хранения должны иметь левое поле не менее 30 мм;

– допускается создание документов на лицевой и оборотной сторонах листа, при котором ширина левого поля на лицевой стороне листа и правого поля на оборотной стороне листа должны быть равны [4].

ГОСТ Р 7.0.97-2016 учитывает широкое распространение в организациях применения системы электронного документооборота. Новый стандарт допускает проведение согласования документов в системах электронного документооборота согласно ГОСТ Р ИСО 15489-1. Внесение резолюций по документу можно проводить непосредственно в системе электронного документооборота.

Документ на бумажном и электронном носителях должны выглядеть одинаково, поэтому требования к оформлению реквизитов распространяются на документы на бумажном и электронном носителях [3].

Новый ГОСТ учитывает, что есть документы, которые существуют только в электронном виде и подписаны электронной подписью. При визуализации электронного документа, подписанного электронной подписью, на бумажном документе помещается отметка об электронной подписи.

В условиях постоянно изменяющейся информационно-коммуникационной среды, стандарты и их усовершенствование не должны стоять на месте. Гибкость и ориентированность на широкие массы – главный залог успеха в организационной и управленческой деятельности, поэтому новый ГОСТ полностью соответствует современным веяниям делопроизводства.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р 6.30 - 2003. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов [Текст]. – Введ. 03.03.03. – М.: Издательство стандартов, 2003. – 65 с.

2. Арасланова В.А. Документационное обеспечение управления [Текст]: учебно-практическое пособие / В.А. Арасланова. - М.: Директ-Медиа, 2016. - 240 с.

3. 3.Байкова И.Ю. Настольная книга делопроизводителя [Текст]: учебник / И.Ю. Байкова. - 3-е изд. перераб. и доп. – М.: «Издательство «ЭКСМО», 2015. – 352 с.

4. ГОСТ Р 7.0.97 – 2016. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов [Текст]. – Будет введ. 01.07.18. – М.: Стандартинформ, 2016. – 35 с.

УДК 658.18

К вопросу внедрения системы менеджмента бизнеса на металлургическом предприятии

Базите К.В. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Приходько О.Г. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены необходимость и преимущества от внедрения системы менеджмента бизнеса на металлургическом предприятии. Приведено назначение международного стандарта ISO/TS 22163-2017.

Ключевые слова: система менеджмента бизнеса, металлургическое предприятие.

В сложившихся условиях работы современных металлургических предприятий актуален вопрос внедрения и поддержания системы менеджмента бизнеса (СМБ).

Система менеджмента бизнеса – совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающих реализацию Политики и Целей предприятия в области качества и технической безопасности. В отличие от привычной «системы менеджмента качества» в системе менеджмента бизнеса интегрированы все процессы, введены финансово-экономические показатели, и учитывается значительно большее число факторов, определяющих развитие бизнеса. Впервые понятие «система менеджмента бизнеса» было введено международным стандартом железнодорожной промышленности IRIS [1].

Международный стандарт железнодорожной промышленности IRIS (International Railway Industrial Standard) – специфический стандарт в железнодорожной отрасти, предназначенный для оценки систем менеджмента бизнеса. 01 мая 2017 года Международной организацией по стандартизации (ISO) опубликован Международный стандарт ISO/TS 22163-2017 «Железные дороги. Система менеджмента качества. Требования к системам менеджмента бизнеса для предприятий железнодорожной отрасли: ISO 9001:2015 и частные требования, применимые в железнодорожной отрасли» [2], который устанавливает требования к системе менеджмента бизнеса для железнодорожного сектора. В связи с этим, все организации, сертифицированные на соответствие требованиям Международного стандарта железнодорожной промышленности IRIS, осуществляют переход на версию ISO/TS 22163-2017.

Требования ISO/TS 22163-2017 направлены на развитие и постоянное совершенствование системы менеджмента бизнеса для обеспечения качества продукции и безопасности мировой железнодорожной промышленности; а также призваны улучшить результаты деятельности предприятия и обеспечить прочную основу для инициатив, ориентированных на устойчивое развитие. Поэтому соответствие системы менеджмента бизнеса металлургического предприятия, требованиям данного стандарта признается важным фактором конкурентоспособности.

Создание системы менеджмента бизнеса на металлургическом предприятии осуществляется путем реализации последовательных действий, которые отражены в соответствующих нормативных документах: Международный стандарт железнодорожной промышленности IRIS, а также ISO/TS 22163-2017. Что касается подходов, используемых при внедрении СМБ, то целесообразно использовать методику внедрения системы менеджмента качества, отличающуюся высокой степенью проработанности и апробации в организации [3].

Как известно, для эффективного управления предприятием необходимо создать «видимую» систему управления, которая позволит анализировать деятельность организации. Формирование системы менеджмента бизнеса

осуществляется «сверху-вниз», то есть независимо от поставленных целей, в первую очередь, предприятие определяет область применения системы менеджмента бизнеса. Именно с определения области применения системы менеджмента бизнеса начинается ее проектирование. Область применения определяет виды продукции и услуг, включенные в систему менеджмента бизнеса. Проектирование системы менеджмента бизнеса организации, независимо от ее размера и вида экономической деятельности, начинается с определения того, на какую продукцию или услугу, выпускаемую организацией, будет распространяться система менеджмента бизнеса, отвечающая требованиям ISO/TS 22163-2017.

В общем виде формирование системы менеджмента бизнеса можно представить через реализацию работ в три основных этапа: разработка, внедрение и сертификация [3].

Поскольку этап разработки системы менеджмента бизнеса, состоящий из подготовительного этапа, проектирования процессной модели системы менеджмента бизнеса и ее документирования в соответствии с нормативными требованиями, рассмотрен нами ранее [4, 5], перейдем к рассмотрению этапа внедрения системы менеджмента бизнеса, являющемуся объектом исследования настоящей работы.

Этап внедрения системы менеджмента бизнеса в организации начинается после выхода приказа о внедрении СМБ организации. То есть, вводится в работу организации документация СМБ, при этом организация должна выполнять требования и порядок действий, которые были определены в документированных процедурах системы менеджмента бизнеса.

Перед началом работы по внедрению СМБ организации необходимо провести обучение руководителей и персонала, в которое должна быть включена программа обучения, содержащая материалы, описывающие нормативные требования ISO/TS 22163-2017, а также содержание документации СМБ.

После успешно проведенного обучения, руководители структурных подразделений должны проанализировать свою деятельность на предмет ее соответствия документам системы менеджмента бизнеса. Таким образом, руководители структурных подразделений, после обучения, должны проинструктировать и замотивировать подчиненных им сотрудников реорганизовать свою деятельность для выполнения новых нормативных требований, сформулированных в документах системы менеджмента бизнеса. В свою очередь, руководители структурных подразделений должны быть нацелены на анализ и реорганизацию работы, стимулируемые руководителями высшего или среднего звена, поскольку скорость внедрения системы менеджмента бизнеса напрямую зависит от лидерских качеств руководства.

Непосредственным внедрением СМБ в подразделении путем выполнения требований ее документации, участия в планировании деятельности структурного подразделения, а также осуществления обучения сотрудников, обеспечения своевременной актуализацией и хранения документации СМБ,

проведения сбора информации и анализа выполнения корректирующих и предупреждающих мероприятий, занимаются специалисты – ответственные за систему менеджмента.

Этап внедрения системы менеджмента бизнеса также подразумевает апробацию стандарта организации «Внутренние аудиты». Целью осуществления внутренних аудитов на этапе внедрения СМБ, прежде всего, является проверка документации системы менеджмента бизнеса и фактического выполнения требований, в ней изложенных.

Целями проведения внутренних аудитов на этапе развития или совершенствования СМБ являются: мониторинг и измерение состояния системы менеджмента бизнеса организации и ее процессов; улучшение выпускаемой продукции; модернизация документации СМБ организации.

Аудит документации системы менеджмента бизнеса проводится по нескольким направлениям: соответствие требованиям Руководства по качеству, Политики в области качества, Целям и задачам в области качества; соответствие документированным процедурам; качество документации, а также непосредственное наличие документации на рабочих местах.

Проверкам подвергаются все структурные подразделения, заявленные в области применения системы менеджмента бизнеса. После проведения первой внутренней проверки, проводится еще один цикл внутренних аудитов СМБ организации, целью которых является осуществление оценки эффективности корректирующих действий по результатам первой проверки. Проведение данного цикла внутренних аудитов позволяет реализовать оценку результативности и эффективности функционирования системы менеджмента бизнеса организации.

При оценке результативности функционирования системы менеджмента бизнеса организации целесообразно использовать количественные показатели, которые позволят при этом применять статистические методы анализа данных. Статистический анализ данных способствует пониманию характера, а также причин нестабильности функционирования СМБ, что способствует увеличению качества продукции и услуг, достижению удовлетворенности потребителя.

Таким образом, этап внедрения СМБ является одним из важных этапов формирования системы менеджмента бизнеса в организации и направлен на успешное введение в работу организации документации СМБ.

Список использованных источников

1. IRIS. Международный стандарт железнодорожной промышленности. Версия 02. Введ.18.07.2009 [Текст]. – М.: НП «ОПЖТ», 2009. – 57 с.

2. Международный стандарт ISO/TS 22163-2017 «Железные дороги. Система менеджмента качества. Требования к системам менеджмента бизнеса для предприятий железнодорожной отрасли: ISO 9001:2015 и частные требования, применимые в железнодорожной отрасли». Введ. 01.05.2017 [Текст]. 2017. – 72 с.

3. Левшина В.В. Система менеджмента качества: инновационный проект: Монография/ В.В. Левшина, Е.В. Трошкова. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2017. – 100 с.

УДК 65.011

Сущность формирования гибкой системы управления предприятием

Бакенова А.А. [1]

Научный руководитель: к.т.н. Плотникова И.В. [1]

[1]Томский политехнический университет, г. Томск, Россия

Аннотация: В работе определена сущность и подходы к формированию гибкой системы управления предприятием. Показана потребность на современном этапе развития общества в гибкой системе. Делается вывод, что данная система является основой эффективности производства.

Ключевые слова: система управления предприятием, система менеджмента, верификация, валидация.

В 2000 году начала свой старт система управления предприятием. Крупные и рядовые компаний приобретали и вводили в структуру организаций большое количество различных систем управления предприятием. Основные причины введения в организацию системы управления предприятия, это: улучшения обмена информации между отделами предприятия и финансовые ресурсы. К этому времени были созданы вспомогательные информационные программы, которые нацелены на планирование производства и финансовых ресурсов, также данные информационно системные программы автоматизированы на управления предприятием, тем самым становились частью предприятия. Информационно системные программы давали возможность сотрудничать со всеми отделами, т.е все отделы организаций работают в одной системе, где сотрудники могут наблюдать за ходом работы того или иного процесса [1, 2].

В 2000-х годах вершиной развития стала создание информационно-системной программы ERP (англ. Enterprise Resource Planning), которая в дальнейшим подразумевалась под «система управления предприятием». Внедряя информационно системную программу ERP многие организаций представляли её в виде альтернативного мероприятия по улучшению системы управления, но заблуждение их было велико, так как, данные информационные программы являются вспомогательными и эффективными при формировании гибкой системы управления предприятием, и востребован для решений долгосрочных планов и задач [3,4].

При декларирование цели по улучшению или формировании систем управления предприятием, руководство должно проанализировать систему работы предприятия, рассмотреть процессные подходы, рассмотреть новые методы работы и раскрыть алгоритм, как того и требует проект.

Потребность в гибкой системе управления предприятием в XXI век очевидна, развивается технология, которая ведет к увеличению потребностей, растет конкуренция, что приводит к формированию мотивации и улучшения бизнес процессов на предприятий. Гибкость можно принимать как метод быстрого реагирование на изменение, какого либо параметра внешней или внутренней среды организаций. Гибкая система управления представляет собой механизм, который прогнозирует, анализирует и формирует алгоритм решения задач.

На сегодняшний день, для эффективности функционирования предприятия, формируются гибкая системы управления предприятием, которые берут свою основу на анализе первоначальных данных предприятия, непосредственным аудитом как внутренней, так и внешней среды, сканирование всех производственных ресурсов, детальное разложение процессного подхода и оценка организационной среды предприятия. По нашему мнению, формирования гибкой системы управления предприятием можно разложить на три составляющие: организационная среда, менеджмент ресурсов, алгоритм формирования гибкой системы управления предприятием.

Контроль внутренней среды, организация рабочего процесса, улучшение результативности производства предприятия, все это включает в себя организационная среда предприятия. Основные усилия в организационной среде сосредотачиваются на разработку процессного подхода, это: определять процессы, их последствие и взаимодействие, определять критерий и методы, обеспечивать наличием ресурсов и предоставить информацию, систематично осуществлять мониторинг и принимать меры по улучшению качества продукта.

Высшее руководство предприятия формирует политику, которая должна быть согласована с целями предприятия. Цели должны быть измеримы и включать в себя необходимые требования к выполнению. При планировании или внедрении изменения в систему управления предприятия, должны сохранятся целостность системы менеджмента качества [5]. Высшее руководство должно делегировать полномочия внутри предприятия, данный представитель несёт ответственность и имеет полномочия на обеспечении, разработки, внедрения и улучшения рабочего процесса. Руководство должно обеспечивать предприятия обменом определенных процессов информацией, особенно включающую себя в результативность процесса. Руководство должно проводить анализ каждый запланированный интервал времени, для аудита внутренней среды и особенно рабочего процесса предприятия, заниматься мониторингом потребителей.

В данной ступени формирования гибкой системы управления предприятия, следует рассмотреть принцип «предупреждать лучше, чем исправлять». Принцип основывается на статистическом методе, который позволяет выявить до 85% брака и исправить причины их возникновения. Основан он на механизме предупреждающих мер, т.е. это жалобы, различные претензий, негативные отклики со стороны потребителя, которые являются показателем брака на производстве.

Процесс руководства, согласно ISO, матрица ответственности существенно увеличивает роль высшего руководства, при этом предоставляя ему возможность сосредоточиться на стратегическом управлении системы предприятия, и при помощи делегирования полномочий [6] вовлекает в процесс обеспечения качества продукта или услуги на всех производственных уровнях максимум персонала [7].

Предприятие определяет и обеспечивает ресурсами, для внедрения и повышения удовлетворенности путем выполнения их требованию. Менеджмент ресурсов предприятия максимально эффективно удовлетворять потребности клиентов; эффективно использует временные и денежные ресурсы; оперативно устраняет возникающие ошибки; выводит мотивацию и вовлеченность персонала на новый уровень, способствуя совершенствованию внутренних процессов; повышает лояльность к компании со стороны властных структур, партнеров и клиентов; предоставляет товары и услуги лучшего качества. Менеджмент ресурсов обеспечивает и поддерживает рабочий процесс, оборудования производства и службы обеспечения. Предприятие формирует производственную среду для достижения требовании продукций и услуги. Планирование процесса жизненного цикла продукций основывается на целях и потребностях, для разработки цикла, руководству или представителю руководства следует анализировать рынок, проводить мониторинг и социальный опрос потенциальных потребителей. Предприятие разрабатывает или формирует проект, детально разрабатывается каждый процесс и его декомпозиция на под процессы, для контроля всех участвующих ресурсов. Предприятие должно управлять всеми процессами на разных уровнях работы, и обеспечивать обратную связь с руководством процесса, в целях обеспечения эффективного производства.

Входные и выходные параметры процесса должны быть четко описаны и зафиксированы в нормативной документаций предприятия. В запланированные сроки должен проводится контроль проекта, это: верификация и валидация. Предприятие обеспечивает сохранность продукта или услуги в процессе доставки ее до потребителя по установленным требованиям сторон. Обеспечение экспертизы продукций, несоответствующая установленным нормам, и управление данной продукцией в целях предотвращения его использования потребителями [8]. Назначается документированная процедура, целью которой является выявить причины брака, по возможности исправить не соответствующую продукцию или услугу, повторно отправить на верификацию, для подтверждения установленным требованиям.

Данная система управления предприятия на производстве, основывается на ГОСТ ISO 9001:2015 [9]. Соответствие компаний данному порядку правил и стандарту является доказательством грамотного управления предприятием и является существенным преимуществом в конкурентной борьбе.

Алгоритм формирования гибкой системы управления предприятием:

1. Проведения исследования на предприятий (организационная среда, менеджмент ресурсов)

2. Разработка проектной работы (с указанием дефектов в структуре производства, производственном процессе, в рабочем процессе, в стратегии менеджмента ресурсов).

3. Внедрения эффективных мероприятий по формированию гибкой системы управления предприятием (сертификация по стандарту ГОСТ Р ИСО 9001:2015).

Сертификация — это оценка независимой стороны по успешности внедрения СМК (система менеджмента качества). Задача СМК, формировать условия, сводящие к минимуму ошибки в работе.

Таким образом, формирования гибкой системы управления предприятием является основной эффективности производства. Система управления предприятием говорит о качестве, о менеджменте ресурсов, об успешной организационной среде, и об удовлетворение потребителей.

Список использованных источников

1. Баранов В. В. Зайцев А.В. Соколов С.Н. Исследование систем управления: Учебное пособие -М.: Альпина Паблишер, 2013. -216 с.

2. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика. 2016. Т. 10. № 7. С. 793-812.

3. О'Лири Д. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия: выбор, внедрение, эксплуатация. М.: Вершина, 2004. – 272 с.

4. Рыбников А. Система управления предприятием типа ERP.-М.: Азроконсалт, 1999.-214 с.

5. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. С. 85-92.

6. Плотникова И.В., Редько Л.А. Делегирование полномочий - важное условие эффективности управления компанией // Стандарты и качество. 2013. № 2. С. 52-55.

7. Жуков В.Г., Чичерина Н.В., Демченко А.Р. Колледж как ресурсный центр по формированию профессионально-творческой компетенции будущих специалистов // Сибирский педагогический журнал.- 2011. - №9. - С. 250-258.

8. Чичерина Н.В. Непрерывная технологическая подготовка студентов как современная педагогическая проблема // Ценности и смыслы. - 2012. - № 6 (22). - С. 135-145.

9. ГОСТ ISO 9001:2015 «Система менеджмента качества. Требования».

10. Журавлев Ю.В. Прозоровская Л.В. Лазарев А.Н. Процедура формирование системы управления предприятием на основе разработке инновационных стратегий // Экономика и управление. - 2010.- 1(62).- С. 301-305.

УДК 334.7

Аутсорсинг в российских компаниях

Болатбекова Д.Г. [1]

Научный руководитель: к.т.н. Плотникова И.В. [1]

[1]Томский политехнический университет, г. Томск, Россия

Аннотация: В работе показаны особенности становления аутсорсинга в России и выявлены перспективы его развития. Дана сравнительная оценка применения аутсорсинга на российских предприятиях и в западных страна. Показана доступность аутсорсинга для любого предприятия России.

Ключевые слова: Аутсорсинг, предпринимательство, делегирование функций, оценка.

Значительное развитие в последнее время в области организации деятельности компании получило новое направление, так называемое, аутсорсинг. Что этому способствовало? Во-первых, снижение издержек, во-вторых, рациональное управление производственно-технологической деятельностью. По мнению известных аналитических агентств, долгосрочные аутсорсинговые стратегии есть одно из условий успешного развития конкурентного бизнеса и его адаптации к стремительно меняющимся рыночным условиям [1, 2].

Аутсорсинг трактуется как «использование внешних ресурсов» или «внешних источников» [3]. Аутсорсинг – это часть управленческой стратегии компании при передаче работ и услуг стороннему исполнителю, основанная на фундаментальном принципе разделения труда, организованная в виде устойчивого бизнес-процесса и направленная на повышение эффективности компании и снижение издержек [4].

Касательно России, развитие аутсорсинга началось с конца XX века. Так как в тот период конкуренция между предпринимателями могла нанести вред не только их бизнесу, а также здоровью, и даже жизни, одной из важнейших задач отечественного бизнеса стала задача экономического и физического выживания. Впервые аутсорсинг на российских предприятиях в России стали частные охранные предприятия (ЧОП), позволившие сотням предприятий защитить свой бизнес более качественно и более профессионально, чем несколько штатных охранников.

К 1998 году произошел пик популярности российского сегмента Интернет, что привело к появлению не только тысячи сайтов, но и огромного рынка услуг по их созданию, поддержке и продвижению. За последующие два года количество российских сайтов увеличилось в 5 раз, и создание достойного веб-представительства стало насущной необходимостью. Сложные проекты

выполнялись усилиями штатных программистов и специализированных компаний, а небольшие заказы на разработку веб-сайтов обеспечили безбедную юность сотням студентов, лучшие из которых основали впоследствии собственные студии веб-дизайна, но все эти сайты нужно было где-то разместить. Это и способствовало появлению хостинговых компаний, некоторые из которых получили развитие, и на сегодняшний день являются одними из крупнейших компаний-аутсорсеров в России. К началу XXI века после возвращения многих предпринимателей с дипломами зарубежных университетов начался новый этап развития аутсорсинга в российском бизнесе. Компании теперь могли отказаться от непрофильной деятельности и сконцентрироваться основной деятельности, которая приносит основной доход.

Таким образом, в условиях относительно стабильной экономики в России стали развиваться такие направления аутсорсинга, как IT-аутсорсинг, кадровый аутсорсинг и аутсорсинг бухгалтерии.

На сегодняшний момент из-за большой конкуренции на российском рынке предприятия должны предоставлять высокое качество выпускаемой продукции [5] и оказываемых услуг при одновременно минимальных издержках. В связи с этим открывается все больше возможностей для аутсорсинговых компаний. Как известно, западная практика использования аутсорсинга несколько отличается от российской. Поэтому, можно выделить основные пути развития аутсорсинга в России, ориентируясь на западный рынок [6].

Для начала необходимо провести сравнительный анализ рынка аутсорсинга России и зарубежных стран. В результате исследования данных 6000 компаний по состоянию на 2017 год было выявлено, что в западных странах наиболее распространенным направлением аутсорсинга является оформление виз и разрешения на работу для иностранцев, что включает в себя и юридическое ообеспечение деятельности компаний в этой сфере. По данным анализа было выявлено, что 58% иностранных компаний используют данное направление аутсорсинга. Вторыми по популярности были определены услуги аутсорсинга в сфере транспорта и логистики, которые используют 53% компаний за рубежом. На третьем месте оказался аутсорсинг процессов бухгалтерского учета и около 40% иностранных компаний практикуют данное направление. Визуальное представление об использовании различных направлений аутсорсинга иностранными компаниями можно увидеть на рисунке 1.

Рисунок 1 – Гистограмма наиболее распространенных в западных странах направлений аутсорсинга

В России наблюдается несколько другая картина использования аутсорсинга компаниями. Итак, самыми распространенными направления аутсорсинга в России были определены охрана объектов, сфера обслуживания, логистика и аналогичные запросы. Стоит отметить, что ситуация с аутсорсингом бухгалтерских услуг остается неизменной, так как конфиденциальность для предпринимателей все же более приоритетна. Графическое представление популярности направлений аутсорсинга в Росси можно увидеть на рисунке 2.

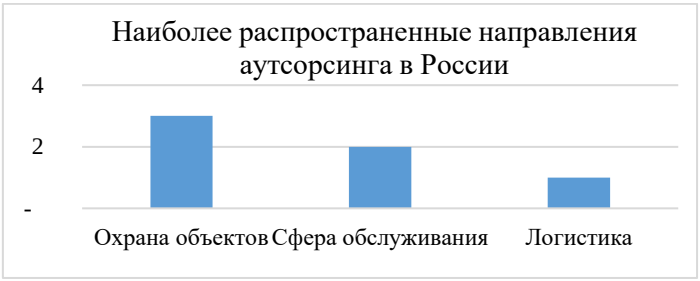


Рисунок 2 – Гистограмма наиболее распространенных в России направлений аутсорсинга

По итогам исследования мы определили, насколько значительна разница между использованием услуг аутсорсинга в России и в западных странах. Если иностранные компании обычно передают на аутсорсинг действительно важные и серьезные процессы, то отечественные организации лишь незначительные процессы. Конечно, есть исключения, и доля предприятий, которые передают на аутсорсинг налоговые дела и бухгалтерию, формирование бизнес-планов и аналогичные бизнес-процессы, постепенно растет. Если сравнивать с данными 2016 года, рост популярности таких услуг составил по России в целом примерно на 18%, что уже само по себе неплохой показатель [5, 6].

Итак, несмотря на наличие определенного прогресса по поводу аутсорсинга на российском рынке, существует ряд проблем, которые препятствуют его стремительной популяризации, и которые следует решить. К

ним можно отнести потерю конфиденциальности. При взаимодействии с подрядчиком всегда есть риск того, что он узнает секретную информацию, утечка которой к конкурентам может принести существенный вред предприятию. Недоверие к подрядчикам также является одной из проблем. Если компания-аутсорсер выполняет свои обязанности плохо, это может сказаться на репутации фирмы-заказчика. Еще одно препятствие это отсутствие единой законодательной базы, а также повышенного контроля над деятельностью фирм-аутсорсеров. Как результат, становится достаточно трудно найти проверенную компанию, которая сможет оказать профессиональные услуг [7]. И, напоследок, риск снижения оперативности. Так как задания выполняет третья компания, то период, необходимый для решения непредвиденных задач, может увеличиваться [8].

В связи с вышеперечисленным, для дальнейшего развития аутсорсинга в России необходимо провести ряд мероприятий, которые можно увидеть на рисунке 3.

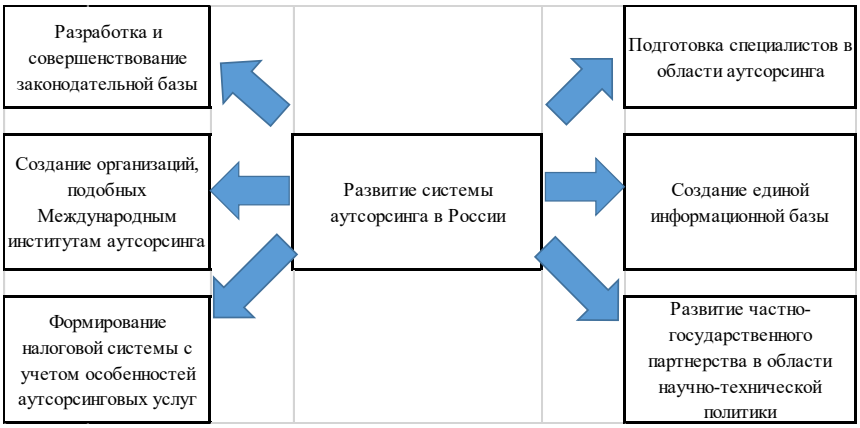


Рисунок 3 – Мероприятия по развитию системы аутсорсинга в России

В заключение необходимо сказать, что хоть рынок аутсорсинга в России несовершенен, он на пути прогресса. И если политика государства и предприятий касательно аутсорсинга будет двигаться в верном направлении, то система перехода на аутсорсинг и его применения станет доступной и реальной для любого предприятия России.

Список использованных источников

1. Москвин, В.А. Управление качеством в бизнесе: рекомендации для руководителей предприятий, банков, риск- менеджеров — М.: Финансы и статистика, 2016. — 384 с.

2. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика.- 2016. Т. 10. № 7. - С. 793-812.

3. Курбанов А.Х., Плотников В.А. Аутсорсинг: история, методология, практика: Монография. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 112 с.

4. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. С. 85-92.

5. Ильин В.В. Система управления качеством. Российский опыт. - СПб.: Невский проспект; Вектор, 2015. — 224 с.

6. Аксенов Е., Альтшулер И. Аутсорсинг: 10 заповедей и 21 инструмент. – СПб.: Питер, 2016 – 464 с.;

7. Чичерина Н.В. Непрерывная технологическая подготовка студентов как современная педагогическая проблема // Ценности и смыслы. - 2012. - № 6 (22). - С. 135-145.

8. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 330 с.

УДК 005.6

Исследование возможностей применения метода QFD как инструмента управления качеством

Горохова К.А. [1], Пищулина К.С. [1], Феоктистов А.В. [1]

[1] ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В условиях, когда у покупателя есть возможность выбирать желаемый продукт из множества представленных на рынке, важнейшим фактором успешности производителя на сегодняшний день является его качество. Одной из наиболее эффективных методик в области планирования качества является метод структурирования (развертывания) функций качества (Quality Function Deployment - QFD), позволяющий донести голос потребителей до производителей продукции и учесть его при разработке новой продукции улучшенного качества.

Ключевые слова: дом качества, микрокремнезем, методология.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что проблема качества товаров во всем мире рассматривается как наиболее важная, поскольку она определяет престиж конкретных производителей и страны в целом на мировом рынке, а также научно-технический потенциал и степень развития экономики. Применение современных методов и средств управления качеством жизненно необходимы тем предприятиям, которые хотят успешно развиваться на рынке.

Целью исследования является: рассмотреть возможности применения метода QFD как инструмента управления качеством в условиях АО «Кузнецкие ферросплавы».

Реализация поставленной цели потребовала решения ряда задач, среди которых можно выделить следующее:

− изучение современных подходов к средствам и методам управления качеством на предприятиях;

− рассмотрение условий использования метода QFD на промышленных предприятиях;

− анализ системы качества в АО «Кузнецкие ферросплавы»;

− оценка условий и перспектив внедрения метода QFD в АО «Кузнецкие ферросплавы».

В качестве объекта исследования было выбрано предприятие в АО «Кузнецкие ферросплавы».

Предмет исследования – система управления качеством на промышленном предприятии.

QFD является гибким методом принятия решений и помогает организации сосредоточить внимание на важнейших характеристиках новой или существующей продукции, или услуг с точки зрения отдельного клиента, сегмента рынка, компании, или технологии развития.

Цель QFD – обеспечение такого качества создаваемой продукции на каждом этапе жизненного цикла, которое бы гарантировало получение конечного результата, соответствующего требованиям и ожиданиям потребителя [1].

Одним из главнейших достоинств методологии QFD является то, что эту ориентацию на потребителя она проносит через все (а не только и не столько самые ранние) стадии жизненного цикла продукции. Даже после попадания такой продукции на рынок ее изначально правильная направленность продолжает экономить деньги производителю за счет сокращения числа нужных доработок (или отдаления их во времени), неизбежно появляющихся при «столкновении» продукции и потребителя. Для оценки требований и удовлетворенности потребителей в системах менеджмента качества широко используется модель качества Н. Кано.

Результатами применения методики являются понятные схемы и матрицы, которые могут быть повторно использованы для будущих товаров либо услуг. Развертывание функции качества QFD осуществляется с использованием матричной диаграммы, названной в соответствии со своей формой «Дом качества».

Построение «дома качества» включает выявление пожеланий потребителей, определение технических характеристик объекта, перевод пожеланий потребителя в конкретные технические характеристики объекта, . сравнительный анализ с характеристиками продукта конкурента, оценка технических характеристик и развития целей, установление технических характеристик, подлежащих оптимизации.

Работа начинается с:

− определяются требования клиента (голос потребителя). Для этого используются различные виды анкетирования. Перечень требований заносится в левую комнату Дома качества;

− требования клиента ранжируются по важности, степень важности заносится в столбец левой комнаты Дома качества;

− формируется перечень технических характеристик продукции, влияющих на выполнение требований потребителя. Сформированный перечень заносится в столбцы технических характеристик Дома качества;

− заполняется матрица взаимодействия технических характеристик и требований клиента (центральная часть комнаты Дома качества). Взаимодействия в таблице обозначаются: самое важное требование получает 9 баллов, наименее важное – 1/9 балла. Эти цифры постоянны и определены методикой для разных вариантов оценки. При этом если при сравнении утверждений 1 и 2 первое получает 5 баллов, то второе – 1/5. Вес связи соответственно 9, 5, 1, 1/5, 1/9;

− изучается удовлетворенность потребителя своей продукцией и продукцией конкурентов по каждому требованию (пункт 1). Оценка удовлетворенности потребителя своей продукцией и продукцией конкурентов по 5-балльной системе заносится в правую комнату Дома качества;

− определяются целевые значения технических характеристик и оценивается относительная техническая сложность каждой технической характеристики. Результаты оценки по 10-балльной шкале заносятся в «подвал» Дома качества;

− строится «крыша» Дома качества, то есть устанавливаются взаимосвязи между техническими характеристиками. Эта информация используется в дальнейшем для изучения и преодоления возможных противоречий при изменении технических характеристик;

− определяются технические характеристики, увеличение которых оказывает положительное воздействие на удовлетворения потребностей клиента (и наоборот). Знак «+» или «-» заносится в строку в «подвал» Дома качества;

− определяется очередность реализации необходимых изменений технических характеристик.

Построение «дома качества» позволяет размещать большой объем информации в сжатом виде, удобном для проведения анализа.

Процесс внедрения QFD чаще всего сопряжен с возникновением следующих трудностей [2]:

− недостаточной коммуникативностью потребителей;

− сложностью и громоздкостью ручных вычислений и анализа;

− сложностью получения количественного значения целей улучшения технических характеристик или параметров;

− вынужденными изменениями в проектируемой продукции, возникающими вследствие непродуманных целей;

− нестандартностью заказов;

− недостаточным вниманием к деталям.

Основные достоинства использования QFD:

− позволяет наиболее эффективным способом идентифицировать ожидания потребителей, выделять среди них ключевые (с точки зрения достижения успеха организации) требования и воплощать их в продукцию;

− обеспечивает гарантии того, что потребители примут и воспользуются новой (модернизируемой) продукцией еще до того, как она будет произведена и поставлена на рынок;

− резко сокращает время цикла «Исследование рынка – проектирование – производство – сбыт»; снижает затраты на выпуск опытной партии продукции (на 20–40%), а затраты на предварительную разработку продукции – более чем в 5 раз;

− обеспечивает увеличение рыночной доли благодаря более раннему появлению на рынке продукции с более высоким уровнем качества;

− более четко определяет процессы самой организации, нуждающиеся к тому же в меньшей переделке, начиная с того времени, как продукция будет запущена в производство;

− предоставляет возможность оптимально распределять, а значит – наиболее эффективно использовать ограниченные ресурсы организации для обеспечения как тактических, так и стратегических целей .[3].

Проведенные исследования показали, что метод QFD является наиболее универсальным инструментом проектирования и разработки новой продукции или улучшения уже существующей. Он позволяет интегрировать методики обработки маркетинговой информации, бенчмаркинга продукции и, таким образом, формировать непрерывный информационный поток, гарантирующий, что все элементы в этой системе взаимосвязаны и подчинены требованиям потребителей [4].

Список использованных источников

1. Коноплев, С.П Управление качеством: Учебное пособие / С.П Коноплев - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012 - 252 с.

2. Структурирование Функции Качества (QFD) // [Электронный ресурс]. – Электр.дан. – Режим доступа: http://www.standard.ru /iso9000/iso9000-txt15.phtml.

3. Методология TQM: QFD; ФСА; FMEA; ФФА// [Электронный ресурс]. – Электр.дан. – Режим доступа: http://www.klubok.net/article36.html

4. Суворова, Л.А. Применение методологии QFD и статистических методов в управлении качеством продукции на промышленном предприятии / Л.А. Суворова, Р.П. Цвиров // Качество инновации. Образование. – 2005. – № 2.

УДК 006:656.2

Условия внесения изменений в стандарты в связи с разработкой и внедрением новых видов объектов инфраструктуры высокоскоростного железнодорожного транспорта

Горшкова А.В. [1], Кроткова М.А. [1], Дюжакова Н.Е. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье представлены актуальность разработки нормативных документов для сертификации новых видов продукции, механизм и условия внесения изменений в стандарты, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение ТР ТС, при разработке новых видов объектов инфраструктуры высокоскоростного железнодорожного транспорта.

Ключевые слова: новые виды объектов инфраструктуры высокоскоростного железнодорожного транспорта, внесение изменений в стандарты, сертификационный базис, доказательство безопасности, методика подконтрольной эксплуатации.

Задача повышения эффективности работ железных дорог решается путем организации и развития тяжеловесного грузового и пассажирского высокоскоростного движения. В связи с этим актуален вопрос обеспечения верхнего строения пути рельсами, отвечающими требованиям высокой эксплуатационной стойкости и надежности в условиях повышенных нагрузок и скоростей движения.

Для обеспечения железных путей такими рельсами производитель-поставщик данного вида продукции должен непрерывно совершенствовать свое производство и развиваться в условиях экономики рынка, разрабатывая новые технологии и виды продукции [1].

В тех случаях, когда разрабатываются новые виды объектов инфраструктуры высокоскоростного железнодорожного транспорта (далее – объекты ЖТ), необходимо удостовериться, что новый вид объекта ЖТ соответствует требованиям ТР ТС 002/2011 «О безопасности высокоскоростного железнодорожного транспорта» и стандарта ГОСТ Р 51685-2013 «Рельсы железнодорожные. Общие технические условия».

Для целей обязательного подтверждения соответствия инновационной продукции и продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия, требования безопасности к которой не оформлены стандартами, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований ТР ТС, необходимо разработать следующие документы:

1. «Сертификационный базис»;
2. «Доказательство безопасности»;
3. «Методика подконтрольной (поднадзорной) эксплуатации» [2].

Сертификационный базис – стандарт, устанавливающий требования безопасности технических средств железнодорожного транспорта и обеспечивающий состояние продукции, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни и здоровью граждан, животных и растений, окружающей среде и имуществу физических и юридических лиц.

Сертификационный базис может применяться органом по сертификации в качестве иного документа для оценки соответствия продукции требованиям ТР ТС.

Сертификационный базис предполагает включение/исключение/ изменение установленных показателей, их числовых значений, способов подтверждения соответствия, методов проверки/контроля и испытаний.

Сертификационный базис распространяется на ограниченную партию продукции одного изготовителя.

Основанием для разработки сертификационного базиса могут быть обстоятельства, обусловленные:

– разработкой и внедрением принципиально новой конструкции инновационных технических средств железнодорожного транспорта или элементов конструкции, к которым невозможно применить отдельные требования ТР ТС и показатели, установленные стандартами, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований ТР ТС;

– наличием новых или модернизированных составных частей или комплектующих (подлежащих обязательной сертификации) с иными новыми свойствами;

– отсутствием требований к продукции, установленных стандартами, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований ТР ТС, иными стандартами;

– отсутствием методов испытаний, установленных стандартами, содержащими правила и методы исследований;

– целесообразностью применения документов, отличных от межгосударственных, национальных и отраслевых стандартов для целей оценки соответствия [2].

В соответствии с пунктами 9, 21 ТР ТС 002/2011 сертификационный базис может применяться органом по сертификации в качестве иного документа для оценки соответствия продукции требованиям ТР [3].

Главным приложением к сертификационному базису является документ «Доказательство безопасности».

Доказательство безопасности – это официальный нормативный документ, который подтверждает выполнение всех заданных требований объектом ЖТ к функциональной безопасности. Оно может быть разработано на:

– компонент общего назначения (не зависит от применения);

– составную часть общего назначения (для класса применения);

– объект конкретного назначения (для специального применения).

Такой документ обособляет всю совокупность материалов доказательного характера и результаты работ по управлению качеством, функциональной безопасностью, проводимых на всех этапах жизненного цикла объекта железнодорожного транспорта. Доказательство безопасности в письменной форме должно содержать информацию, что объект ЖТ является безопасным. Его наличие при процедуре подтверждения соответствия объектов требованиям функциональной безопасности ЖТ является обязательным.

Целями доказательства безопасности являются:

– проверка выполнения основных принципов и подходов к обеспечению безопасности рельсов;

– проверка соответствия рельсов качественным требованиям функциональной безопасности;

– проверка соответствия показателей функциональной безопасности рельсов заданным нормам.

Выводы, полученные из доказательства безопасности, должны позволять судить о том, что:

– требования, предъявляемые к рельсам, заданы корректно и в полном объеме;

– требования, предъявляемые к рельсам, в полном объеме и корректно реализованы в технических решениях;

– технические решения не привносят дополнительных негативных свойств относительно первоначальных требований функциональной безопасности;

– представленные доказательства обоснованы и достоверны [4].

Подконтрольная эксплуатация – эксплуатация объекта в соответствии с действующей эксплуатационной документацией, сопровождающаяся дополнительным контролем и учетом технического состояния с целью получения более достоверной информации об изменении его качества объекта в условиях эксплуатации [5].

Подконтрольная эксплуатация организуется по решению приемочной комиссии после приемки продукции в постоянную эксплуатацию и представляет собой эксплуатацию продукции на реальных условиях, ход которой наблюдается штатным персоналом, специально проинструктированным для этой цели.

Для проведения подконтрольной эксплуатации разработчик разрабатывает программу и методику проведения подконтрольной эксплуатации. Программу и методику согласовывает изготовитель и утверждает владелец инфраструктуры [6].

Методика подконтрольной эксплуатации должна содержать:

– наименование объекта подконтрольной эксплуатации с указанием изготовителя, количества штук продукции, предназначенных для подконтрольной эксплуатации, и/или заводских номеров;

– название и местоположение полигона (участка железной дороги), где будет проводиться подконтрольная эксплуатация;

– срок подконтрольной эксплуатации;

– список нормативных документов, в соответствии с которыми будет поводиться подконтрольная эксплуатация;

– наименование организации, подразделения, должности лиц, которые будут осуществлять подконтрольную эксплуатацию;

– перечень контролируемых параметров;

– периодичность контроля параметров – проведения осмотров, опросов, измерений, освидетельствований – в период подконтрольной эксплуатации;

– методы контроля и необходимые средства измерений и испытательное оборудование;

– особые условия подконтрольной эксплуатации;

– формы отчетных материалов (бланков, журналов, таблиц и пр.), оформляемых в процессе подконтрольной эксплуатации;

– перечень организаций, в которые необходимо направлять периодические отчеты о подконтрольной эксплуатации;

– методы окончательной обработки результатов периодического контроля параметров для составления отчета о результатах подконтрольной эксплуатации;

– форма отчета о результатах подконтрольной эксплуатации [5].

В ходе подконтрольной эксплуатации разработчик продукции, прошедшей эксплуатационные и приемочные испытания и не имеющей сертификата соответствия или декларации о соответствии на отдельные составные части, совместно с испытательными центрами и органом по сертификации организует испытания для подтверждения соответствия. При этом результаты приемочных испытаний могут быть учтены при проведении этих испытаний для продукции, подлежащей обязательной сертификации [6].

По результатам подконтрольной эксплуатации рабочая группа по подготовке нормативных актов в области технического регулирования на железнодорожном транспорте принимает решение о целесообразности внесения изменений в стандарты, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается соблюдение требований ТР ТС, а также в стандарты, содержащие правила и методы исследований (испытаний) и измерений, в том числе правила отбора образцов, или тексты самих ТР ТС. В соответствии с протоколом заседания рабочей группы изготовитель инициирует внесение изменений в соответствующие нормативные документы в установленном законодательством порядке [2].

«Сертификационный базис», где прописана временная процедура сертификации нового объекта ЖТ, «Доказательство безопасности» нового вида объекта ЖТ, а также «Методика подконтрольной эксплуатации» будут являться доказательством функциональной безопасности, которая позволит внести новый

вид объекта ЖТ в классификацию ГОСТ Р 51685-2013 «Рельсы железнодорожные. Общие технические условия».

Список использованных источников

1. Разработка и внедрение первой в России технологии производства дифференцированно-термоупрочненных рельсов с использованием тепла прокатного нагрева [Текст] / А.Б. ЮРЬЕВ [и др.] // Сталь. – 2016. – № 11. – с. 33-35.

2. Об утверждении Временного порядка разработки сертификационного базиса: приказ Федерального агентства железнодорожного транспорта от 28 июня 2017 г. № 233 // Консультант Плюс: справ. правовая система. – Законодательство.

3. ТР ТС 002/2011 О безопасности высокоскоростного железнодорожного транспорта [Электронный ресурс]. – Введ. 15.07.2011. – Техэксперт. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/902293437.

4. ГОСТ 33432-2015 Безопасность функциональная. Политика, программа обеспечения безопасности. Доказательство безопасности объектов железнодорожного транспорта [Электронный ресурс]. – Введ. 01.09.2016. – Техэксперт. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/ 1200127758.

5. ГОСТ 25866-83. Эксплуатация техники. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.1985. – Техэксперт. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/gost-25866-83.

6. ГОСТ 33477-2015 Система разработки и постановки продукции на производство (СРПП). Технические средства железнодорожной инфраструктуры. Порядок разработки, постановки на производство и допуска к применению [Электронный ресурс]. – Введ. 01.07.2016. – Техэксперт. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200124575

УДК 005.6:656.13

Переход предприятий автомобильной отрасли на новую версию стандарта IATF 16949

Гресько Е.Л. [1], Вшивков Д.А. [1], Дроздов А.В. [1], Михайлов Е.С. [1], Абатурова А.А. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: показана важность и необходимость внедрения системы менеджмента для предприятий автомобильной отрасли, проведен анализ требований стандарта IATF 16949, в контексте ISO/TS 16949. На основе проанализированных требований обозначены основные аспекты, претерпевшие изменения в новой версии стандарта.

Ключевые слова: автомобильная отрасль, стандарт, система менеджмента.

В течение последних десятилетий наиболее интенсивно из всех видов транспорта развивается автомобильный транспорт. Во всех экономически

развитых странах настоящее время мира автомобильный транспорт по объему перевозок занимает ведущее место, а в большинстве стран он играет ведущую роль и в транспортной работе.

В современном мире стоят сложные задачи, более высокие требования предъявляются к качеству продукции автомобилестроения. Компаниям, работающим автомобильной отрасли нужно улучшать свои товары для удовлетворения потребностей мирового рынка. В целях повышения конкурентоспособности и привлечения потребителей многие предприятия организуют свою деятельность в соответствии с технической спецификацией ISO/TS 16949. Стандарт ISO/TS 16949 был принят в 1999 году Международной группой автомобильной промышленности (IATF). ISO/TS 16949 издавался 3 раза, в связи совершенствования ISO 9001, поскольку базируется на его основе [1].

Кроме дополнительных требований в ISO/TS16949 также входят специальные руководства по: анализу видов и последствий потенциальных дефектов (на FMEA-процесс); анализу измерительных систем (MSA); процессам одобрения производства автомобильных компонентов (PPAP); планированию качества перспективной продукции и программы управления (APQP&CP); оценке систем качества (QSA); методам статистического управления процессами (SPC). Применение данных руководств способствует повышению качества на всех этапах жизненного цикла продукции при помощи анализа статистических характеристик, статистического управления процессами, планирования качества, анализа «голоса потребителя» и др. [2].

В связи с быстрым ростом базы поставщиков в развивающихся странах, высокую потребность потребителей, повышение производительности, надежности продукции и услуги, Международной целевой группой автомобильной промышленности была запрошена обратная связь от органов сертификации, аудиторов, поставщиков, и OEM создания IATF. Эта Международная целевая группа автомобильной промышленности (IATF) отменяет и заменяет стандарт ISO/TS и в октябре 2016 года выходит новый стандарт IATF 16949:2016.

Стандарт базируется на структуре ISO 9001 и содержит дополнения, касающиеся специфики автомобильной промышленности. Сертификация ISO/TS 16949 практически всегда является обязательным условием торговых отношений между автомобильными компаниями, так как является общепризнанной в мире. Все известные крупные производители автомобилей требуют от поставщиков автокомпонентов внедрения ISO/TS 16949, это также распространяется на поставщиков второго и третьего уровня [2].

Целью IATF 16949:2016 является разработка СМК, которая:

– обеспечивает постоянное улучшение;

– делает акцент на методике по предупреждению дефектов;

– отражает специфические требования и инструменты в автомобильной промышленности;

– снижает изменчивость в цепочке поставок.

Следует отметить основные различия между IATF 16949:2016 и ISO/TS 16949:2009:

– теперь IATF 16949:2016 ставит целью выполнений требований не только «продукции», но и «услуги»;

– в отличие от ISO/TS 16949:2009, IATF 16949:2016 предназначен для применения любыми организациями независимо от их вида, размера, поставляемой продукции и предоставляемых услуг;

– в IATF 16949:2016 сделан существенный акцент на ответственности за обеспечение безопасности продуктов и связанных с ними процессов;

– в пункте 5.5.1.1 введено новое требование относительно корпоративной ответственности - появилось требование противодействия коррупции; так же должна быть разработана и внедрена политика в области корпоративной ответственности, в которую входит противодействие взяточничеству;

– в отличие от ISO/TS 16949:2009, IATF 16949:2016 идентифицирует и оценивает внутренние и внешние риски;

– стандарт IATF 16949 устанавливает конкретные требования к компетентности внутренних аудиторов, регламентирована необходимость проверки компетентности аудиторов;

– согласно IATF 16949 организация должна проводить аудиты продуктов, используя требуемые потребителем особые подходы;

– в стандарте ISO/TS 16949:2009 не были включены полномочия второго аудитора, в то время как, стандарт IATF 16949 устанавливает требования к компетентности аудиторов второй стороны;

– в отличие от стандарта ISO/TS 16949:2009 в IATF 16949:2016 сохраняется требование о разработке и поддержании Руководства по качеству;

– в стандарте ISO/TS 16949:2009 не был включен процесс выбора поставщиков. IATF 16949:2016 привел развернутый перечень критериев для выбора поставщиков, требование оценки рисков при выборе поставщиков;

– в ISO/TS 16949:2016 должностная инструкция отвечает за выполнение процессов, влияющих на соответствие требованиям к продукции, а документация IATF 16949:2016 на рабочих местах должна включать и правила безопасности;

– IATF 16949:2016 усовершенствовал требования по обслуживанию оборудования и включил периодический капитальный ремонт;

– на основании стандарта IATF 16949:2016 организация должна использовать методологию анализ рисков (FMEA) для оценки рисков в процессе доработки, введены дополнительные требования, относящиеся к содержанию информации о несоответствующей продукции;

– в соответствии со стандартом IATF 16949:2016 организация должна иметь документированный процесс, который должен включать испытание устройств по защите от ошибок на отказ;

– ISO/TS 16949:2009 показывает свою способность поставлять продукцию, отвечающую требованиям потребителя, IATF 16949:2016 ужесточил требование соответствие всех продуктов и процессов.

Причиной ужесточения требований законодательства является, многочисленные отрицательные отзывы покупателей с многомиллиардным ущербом.

На основании сравнительного анализа можно сделать вывод, что автомобильной промышленности, которая основывалась на стандарте ISO/TS 16949:2009, придется пересматривать реализацию дополнительных изменений. IATF 16949:2016 привносит риск-ориентированный подход в процессы по всей организации. Так же содержится ряд новых требований и конкретизируются уже известные разделы [3].

IATF подходит тем же компаниям, которые внедряли ранее ISO/TS 16949. Вместе с тем, область применения последнего расширилась. Помимо компаний, сфера деятельности которых распространялась на серийное производство материалов, составляющих и иных частей для конвейеров и обслуживания потребителей, новый стандарт подходит и для производителей аксессуаров для автотранспорта.

В стандарте IATF 16949:2016 важным является требование соответствия всех продуктов и процессов, включая компоненты для сервиса, продукты поставщиков и внешних процессов, всем применимым законодательным и нормативным правовым требованиям, а также обеспечение безопасности продукции.

С 1 октября 2017 года запрещено проводить первоначальные, надзорные, ре-сертификационные, либо трансфертные аудиты на соответствие ISO/TS 16949:2009. У сертифицированных на соответствие ISO/ TS 16949:2009 организаций есть время до 14 сентября 2018 года для перехода на новую версию. После 14 сентября 2018 любой сертификат ISO / TS 16949 больше действительным не будет.

Соответствие IATF 16949:2016 влечет за собой определенные преимущества: сведение к минимуму возникновения дефектов и отходов за счет улучшения эффективности процессов, а соответственно, значительно сокращается количество брака и непродуктивные затраты ресурсов и времени, что сокращает вероятность возврата продукции потребителем; легкость и простота использования, благодаря интегрированию с ИСО 14001 или OHSAS 18001[4].

Чем быстрее организация перейдет на стандарт IATF 16949:2016, тем быстрее она получит право поставлять продукцию на сборочные предприятия крупнейших производителей автомобилей всего мира, а так же предприятие сможет использовать свое соответствие стандарту IATF 16949:2016, для привлечения инвестиций и новых заказов [5].

Список использованных источников

1. Даньшина В.А. Производство автотранспортных средств на основе инновационных процессов и технологий. // Материалы международного научного симпозиума «Автотракторостроение- 2009» – 2009 г. – С. 71-72.

2. Ларцева Т.А. Менеджмент качества как инструмент формирования устойчивой конкурентоспособности организаций автомобиле- и тракторостроения. // Материалы международной научно-технической конференции ААИ “Автомобиле- и тракторостроение в России: приоритеты развития и подготовка кадров”, посвященной 145-летию МГТУ “МАМИ” – 2010 г. – С. 345-348.

3. Амяльев А. А. Стандарт автомобильной промышленности IATF 16949 − что нового? [Текст] / А. А. Амяльев // Методы менеджмента качества : журнал. – Москва : Стандарты и качество, 2016. − № 12. − С. 30−32.

4. Системы управления качеством – Определенные требования для применения ISO 9001:2008 для автомобильного производства и соответствующих организаций запасной части (ISO/TS 16949:2009) : введ. 2009.01.11. – Москва : Стандартинформ, 2009 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электрон. дан. – Кемерово, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

5. Требования системы управления качеством для автомобильного производства и соответствующих организаций запасных частей (IATF 16949) : введ. 2016−01−10. – Москва : Стандартинформ, 2016 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электрон. дан. – Кемерово, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

УДК 35.351/354

Актуальные проблемы государственной регистрации актов гражданского состояния

Евсеева Е.Д. [1], Загуляев Д.В. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены особенности документационного обеспечения регистрации актов гражданского состояния.

Ключевые слова: запись акта гражданского состояния (ЗАГС), регистрация актов гражданского состояния, органы записи актов гражданского состояния, деятельность органов ЗАГС.

Полномочия на государственную регистрацию актов гражданского состояния являются полномочия Российской Федерации, которые переданы органом государственной власти субъектов Российской Федерации (с возможностью делегирования органам местного самоуправления). Органы ЗАГС – это одна из самых востребованных государственных структур. Каждый гражданин обращается в ЗАГС для подтверждения своего гражданско-правового статуса или его изменения.

Актом гражданского состояния, в соответствии со статьей 3 Федерального закона Российской Федерации от 15.11.1997 № 143-ФЗ «Об актах гражданского состояния», признаются действия граждан или события,

влияющие на возникновение, изменение или прекращение прав и обязанностей, а также характеризующие правовое состояние граждан [1].

Деятельность органов ЗАГС сосредоточенная на обеспечении конституционных прав и свобод граждан с сфере государственной регистрации актов гражданского состояния, а именно:

– исполнение полномочий в сфере государственной регистрации актов гражданского состояния;

– исполнение письменных обращений граждан и учреждений, в том числе поступающих в рамках международных обязательств Российской Федерации в части истребования и пересылке документов о регистрации актов гражданского состояния;

– обеспечение сохранности и поддержания в актуальном состоянии архивного фонда записей актов гражданского состояния, формирование электронной базы данных записей актов гражданского состояния;

– внедрение современных информационных коммуникационных технологий для оказания государственных услуг по регистрации актов гражданского состояния в электронном виде;

– проведение мероприятий по повышению профессионального уровня работников органов ЗАГС;

– проведение торжественных мероприятий, содействующих укреплению семейных ценностей, пропаганде здоровой полноценной семьи.

Актуальность заключается в трудности регистрации актов гражданского состояния, которая обусловлена практическими вопросами, связанными с работой органов регистрации актов гражданского состояния потребностью улучшения качества оказываемых услуг, а еще процессов, содействующих повышению производительности их деятельности.

В свою очередь, государственной регистрации подлежат акты:

– рождение;
– установление отцовства;
– заключение брака;
– расторжение брака;
– усыновление (удочерение);
– перемена имени;
– смерть.

Порядок составления записи акта гражданского состояния регулируется статьёй 7 Федерального закона Русской Федерации № 143-ФЗ «Об актах гражданского состояния». Из вышеназванного закона следует, собственно что запись акта гражданского состояния укрепляет ряд действий и мероприятий, влекущих к появлению прав и обязательств людей, будь то: идентификация гражданина как субъекта гражданского права; характеристика его правового состояния; считается базой для появления права на наследие, получения материнского капитала, ежемесячного пособия на малыша в повышенном объеме.

Не считая что, запись акта гражданского состояния позволяет создавать полную информационную базу для учета движения населения государства, нужную для применения в различных сферах (здравоохранение, демография, защита прав и интересов людей, обеспечение благополучия детей и т. д.).

Вся система отношений, подлежащая государственной регистрации актов гражданского состояния, регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации, Семейным кодексом Российской Федерации, ФЗ № 143 и другими нормативно-правовыми актами. Тем не менее, почти все вопросы законодательного характера и по сей день остаются нерешенными. Несмотря на большое количество работ, затрагивающих проблематику передовых правоотношений касающихся актов гражданского состояния, есть ряд весомых правовых вопросов.

Государственная регистрация актов гражданского состояния производится в соответствии с принципами, как конституционными, так и другими. В своей работе органы ЗАГС должны и обязаны проверять соблюдение всех установленных законодательством условий. В следствии этого сотрудникам необходимо знать, какие условия должны быть установлены для регистрации любого акта гражданского состояния. При соблюдении условий, можно выделить следующие принципы:

– принцип материальной истины, то есть истинность указанных в записи акта сведений презюмируется и дальнейшего доказательства не требует (в том числе может представляться в качестве доказательств в суде).

– делопроизводство (статья 6 Федерального закона Российской Федерации № 143-ФЗ «Об актах гражданского состояния»).

– сохранность семейной тайны: запрещено сотрудникам разглашать персональные данные граждан, которые стали им известны при выполнении служебных обязанностей (статья 12 Федерального закона Российской Федерации № 143-ФЗ «Об актах гражданского состояния»).

– разрешение внутрисемейных вопросов по взаимному согласию.

– комплекс правовых начал, которые объединяются в единый принцип: беспрепятственное осуществление семейных прав, право на восстановление нарушенных прав, судебная защита нарушенных прав. Процедура обжалование отказа в государственной регистрации актов гражданского состояния содержится в нормах Федерального закона Российской Федерации № 143-ФЗ «Об актах гражданского состояния»

Наиболее актуальным вопросом остаётся кадровая нехватка компетентных и опытных специалистов, что ведет за собой невозможность реализации принципа «одного окна», так как существует меньше пунктов прима заявлений.

Так, наиболее необходимой и важной проблемой считается отсутствие единого государственного информационного ресурса, где возможно без проблем получать информацию о всех зарегистрированных актов гражданского состояния. Также имеется проблема разногласия цифр в части государственной

регистрации актов гражданского состояния (факт рождения/смерти и заключение/расторжение брака) у Федеральной службы государственной статистики и Министерства юстиции Российской Федерации.

Решением представленной проблемы является создания единой электронной сети по всей территории Российской Федерации для регистрации актов гражданского состояния. Единая база электронных актовых записей позволит в короткие сроки найти необходимую актовую запись регистрации акта гражданского состояния, без запроса об истребовании. Представленная сеть станет доступна лишь только сотрудникам органов ЗАГС, и регулироваться главным управлением записи актов гражданского состояния.

Таким образом, совершенствование государственной регистрации актов гражданского состояния органов ЗАГС нужно проводить в направлении кадровой политики и повышении информационной грамотности населения, и устранении информационных барьеров. Итогом реализации всех обозначенных мероприятий должно стать устранение предельного количества административных барьеров и совершенствование механизмов управления в представленной сфере.

Список использованных источников

1. Кичикова И.В. Правовое регулирование записей актов гражданского состояния: проблемы теории и практики. // Праворуб. Профессиональное сообщество юристов и адвокатов. // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://pravorub.ru/articles/66234.html.
2. Горская Е.Ю. Понятие и принципы государственной регистрации актов гражданского состояния // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 1–3 (32). С. 73–74.
3. Козбаненко В.А. Государственное управление [Текст] / В.А. Козбаненко // М.: СТАТУТ. - 2009. - 626 с.
4. Официальный портал Управления ЗАГС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kuzbass-zags.ru/.
5. Субботина Т.Ю., Усольцева В.А. Направления совершенствования государственной регистрации актов гражданского состояния специализированного отдела ЗАГС администрации города Челябинска // Молодой ученый. — 2016. — №10.5. — С. 14-16. — URL https://moluch.ru/archive/114/30369/ (дата обращения: 19.03.2018).
6. Маркин, А. В. К вопросу о роли актов гражданского состояния в динамике современных правоотношений // Общество и право. 2015. № 1 (51). С. 55–57.

УДК 005.62:656.2

Система менеджмента бизнеса как инструмент повышения конкурентоспособности организации, выпускающей продукцию для железных дорог

Епифанцева Е.С. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Храмова С.А. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: представлен анализ целесообразности внедрения системы менеджмента бизнеса в АО «ЕВРАЗ ЗСМК». Соответствие требованиям стандарта ISO/TS 22163:2017 выступает в качестве необходимого условия повышения конкурентоспособности и непрерывного улучшения деятельности предприятий железнодорожной отрасли.

Ключевые слова: система менеджмента бизнеса, IRIS, диаграмма «Черепаха», система измеримых показателей (KPI), менеджмент тендера, описание процессов

В настоящее время быстрыми темпами развиваются и являются инвестиционно привлекательными предприятия железнодорожной отрасли. Данный факт объясняется тем, что для удовлетворения потребностей экономики в части перевозок на железнодорожном транспорте необходимо качественно новое техническое оснащение и инфраструктура. На сегодняшний день основой для обеспечения качества продукции железнодорожной отрасли является стандарт ISO 9001. Однако данный стандарт не в полном объеме учитывает требования, предъявляемые к продукции для железнодорожного транспорта.

Стремление предприятий к обеспечению соответствия производимой продукции и оказываемых услуг требованиям заинтересованных сторон с целью успешного ведения бизнеса обуславливает разработку новых требований для железнодорожного сектора. В данной связи предприятия железнодорожной отрасли сталкиваются с большим количеством задач различного уровня сложности. Данные обстоятельства послужили базисом для разработки современной системы менеджмента бизнеса (СМБ). Требования к СМБ нормативно закреплены в международном стандарте железнодорожной промышленности IRIS.

СМБ представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, основные из которых: система целей и показателей эффективности, модели бизнес-процессов и организационная структура процессов, а также разработка системы измеримых показателей (KPI), на базе которых реализуется менеджмент бизнес-процессов, мотивация персонала и постоянное совершенствование деятельности предприятия.

В связи с этим, на предприятиях, специализирующихся на выпуске железнодорожной продукции, возникала необходимость перехода от общепринятой практики разработки и внедрения СМК предприятия, основанной на требованиях стандарта ISO 9001, к более узкой, отражающей

конкретно требования к железнодорожной отрасли, содержащиеся в стандарте IRIS.

Таким образом, на данный момент основным инструментом обеспечения надежности, безопасности и качества предоставляемой продукции и услуг в данной сфере деятельности выступает СМБ, способствующая повышению конкурентоспособности предприятия железнодорожной отрасли, более эффективному контролю и оптимизации затрат, обусловленных производством на всех этапах жизненного цикла продукции.

В настоящее время требования к СМБ определены в ISO/TS 22163:2017 «Железные дороги. Система менеджмента качества. Требования к системам менеджмента бизнеса для предприятий железнодорожной отрасли: ISO 9001:2015 и частные требования, применимые в железнодорожной отрасли».

Целью технических условий ISO/TS 22163:2017, подготовленных Европейской железнодорожной ассоциацией UNIFE, является развитие и постоянное совершенствование СМБ для обеспечения качества продукции и безопасности мировой железнодорожной промышленности [1].

Требования ISO/TS 22163:2017 базируются на требованиях стандарта ISO 9001:2015 и дополняются специфичными требованиями железнодорожной промышленности. Таким образом, данный документ определяет требования к системе менеджмента организации, выпускающей продукцию для железнодорожного сектора, включая установленные к СМК требования ISO 9001:2015, которые:

– применимы для всей цепи поставок железнодорожной продукции, необходимой для проектирования, разработки, производства и обслуживания, за исключением обслуживания и операций, связанных с железнодорожным транспортом;

– способствуют непрерывному усовершенствованию путем предупреждения и уменьшения количества дефектов в цепи поставок;

– позволяют улучшить и поддерживать определенный уровень качества продукции, в том числе ее безопасности [2].

В работе выполнен анализ целесообразности внедрения СМБ в АО «ЕВРАЗ ЗСМК». В силу того, что АО «ЕВРАЗ ЗСМК» выступает в качестве генерального поставщика рельсовой продукции для АО «Российские железные дороги», и его доля в рельсовом производстве РФ составляет около 70 %, высшим руководством предприятия было принято решение о разработке и внедрении СМБ на основе ISO/TS 22163:2017.

В АО «ЕВРАЗ ЗСМК» разработана и сертифицирована интегрированная система менеджмента (ИСМ) в соответствии с требованиями стандартов: ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001, разработать СМБ целесообразно на основе существующей системы, так как СМБ может разрабатываться как на основе СМК/ ИСМ, так и в качестве самостоятельной системы. Следовательно, для описания и управления процессами СМБ АО «ЕВРАЗ ЗСМК» следует

учитывать не только требования, установленные ISO/TS 22163, а также требования стандартов ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001.

Диаграмма «Черепаха» является средством визуализации характеристик процессов и другой информации высокого уровня, предназначенных для эффективного выполнения и совершенствования основных бизнес-процессов. Она способствует эффективному и результативному проведению процедуры сертификации и предоставляет аудитору удобную для рассмотрения картину процессов и условий их реализации, которые необходимо проверить [3].

В данной связи следует отметить, что описание процессов в АО «ЕВРАЗ ЗСМК» регламентируется СТО ИСМ 2- 04- 2017 «Процессы ИСМ. Порядок документирования, измерения и оценки рисков», действующий в рамках ИСМ в области профессионального здоровья и безопасности, экологии и качества и системы менеджмента бизнеса и обязательный для исполнения в подразделениях и филиале АО «ЕВРАЗ ЗСМК» при определении и измерении процессов ИСМ/СМБ [4].

На диаграмме должны быть прозрачно отображены важные и критические объекты, к числу которых относят:

- владельца процесса;
- внутренних и внешних потребителей процесса;
- внутренних и внешних поставщиков процесса;
- интерфейсы и зависимости (вход /выход);
- содержание работы /процесса работы;
- материальные ресурсы; человеческие ресурсы;
- ключевые показатели эффективности (KPI);
- главные риски и возможности.

Согласно терминологии, содержащейся в ISO/TS 22163, KPI определяется, как выбранный руководством первого уровня показатель для оценки эффективности СМБ. Так, организация должна разработать, внедрить и поддерживать документированную систему KPI для мониторинга и улучшения эффективности своих процессов, продукции, услуг и проектов, а также собирать данные по отчетам внутренних и внешних технических отказах в соответствии с установленными критериями.

В соответствии с требованиями стандарта ISO/TS 22163, при помощи данного метода следует описывать и анализировать пять обязательных процессов, подлежащих проверке при проведении процедуры сертификации. К пяти обязательным процессам для оценки относятся:

- требования к продукции и услугам;
- управление проектом;
- контроль за предоставляемыми извне процессами, продуктами и услугами;
- проектирование и разработка продукции и услуг;
- предоставление продукции и услуг.

Следовательно, процессы АО «ЕВРАЗ ЗСМК» могут быть описаны при помощи карт процессов и перечня рисков согласно требованиям СТО ИСМ 2-04-2017, кроме пяти обязательных процессов, которые, согласно требованиям ISO/TS 22163, должны быть описаны посредством диаграммы «Черепаха».

Следует также принимать во внимание тот факт, что в стандарте ISO/TS 22163 определены требования по выполнению процесса «менеджмент тендера». Согласно требованиям вышеуказанного стандарта, организация должна разработать, внедрить и поддерживать документированный процесс менеджмента тендеров, т.е. до подачи коммерческого предложения организация должна анализировать требования потенциальных потребителей и степень выполнения проекта, учитывая планирование собственных ресурсов и затрат. Оценку процесса «менеджмент тендера» следует выполнять также с использованием KPI процесса, отражающих количество ошибок, допущенных в результате того, что документированные процессы и процедуры СМБ не реализовывались. Таким образом, реализация данного процесса обеспечивает соблюдение одного принципов менеджмента качества – «ориентация на потребителя». Так АО «ЕВРАЗ ЗСМК» должно до принятия решения об участии в тендере, о заключении контрактов или об утверждении изменений к договору постоянно проводить всесторонний анализ требований потребителей, относящиеся к продукции или услуге, что, несомненно, будет способствовать повышению удовлетворенности потребителей.

Основываясь на вышеприведенных фактах, можно сделать вывод о том, что разработка, внедрение и поддержание СМБ в АО «ЕВРАЗ ЗСМК» – необходимое условие сохранения высокого уровня качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг, повышения рыночной конкурентоспособности и обеспечения стабильной деятельности предприятий железнодорожной отрасли, в том числе АО «ЕВРАЗ ЗСМК».

Список использованных источников

1. Железные дороги. Система менеджмента качества. Требования к системам менеджмента бизнеса для предприятий железнодорожной отрасли: ISO 9001:2015 и частные требования, применимые в железнодорожной отрасли [Текст] : техническая спецификация ISO/TS 22163:2017. – Первое издание 24 мая 2017 г.

2. Никаноров П. Новые стандарты – жаркий сентябрь 2018-го / П. Никаноров // Стандарты и качество : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=118164

3. Переход на новую версию стандарта IRIS Certification [Текст] : Ассоциация по сертификации «Русский Регистр», 2017. – С. 21.

4. Процессы ИСМ. Порядок документирования, измерения и оценки рисков [Текст] : СТО ИСМ 2-04-2017. – С изм. 1; введ. 12.05.2017 приказ № 0330.

УДК 005.32:331.101.3:334.012.64:339.37

Факторы мотивации персонала в малом бизнесе

Калаева Д.С. [1]

Научный руководитель: к. пед. н. Чичерина Н.В. [1]

[1]Томский политехнический университет, г. Томск, Россия

Аннотация: Мотивация - это долговременный процесс, приносящий плоды в результате кропотливой и постоянной работы с персоналом. В данной работе проводится исследование мотивации персонала в кафе-кондитерской. Выполнен анализ управления мотивацией, сделаны выводы по выявленным проблемам в данной области, которые обобщены и сопровождаются конкретными рекомендациями по управлению мотивацией на предприятии.

Ключевые слова: мотивация, малый бизнес, управление, персонал, качество.

Качество определяется действием многих случайных, местных и субъективных факторов. Для предупреждения влияния этих факторов на уровень качества необходима система управления качеством. При этом нужны совокупность мер постоянного воздействия на процесс создания продукта с целью поддержания соответствующего уровня качества [1]. Для эффективной организации управления качеством продукции необходимо, чтобы был не только ясно выделен объект управления, но и чтобы четко были определены категории управления, то есть явления, позволяющие лучше осознать и организовать весь процесс [2 – 4]. В отношении управления качеством продукции следует выделить как минимум следующие категории: объект и цель управления.

Объект управления – качество продукции. Иногда в качестве объекта выступает конкурентоспособность, технический уровень или характеристика. Как объект управления может выступать либо вся совокупность свойств продукции, либо какая то их часть, группа или отдельное свойство.

Цель управления – уровень и состояние качества продукции с учетом экономических интересов производителя и потребителя, а также требований безопасности и экологичности продукции. Речь идет о том, какую совокупность свойств и какой уровень качества следует задать, а потом достигнуть и обеспечить, чтобы данная совокупность и данный уровень соответствовали характеру потребности. При этом возникают вопросы эффективности производства и потребления, доступности цены для потребителя, уровень себестоимости и прибыльности продукции для её разработчика и производителя. Нельзя также упускать из виду сроки разработки продукции, развертывания ее производства и доведения до потребителя, что напрямую связано с конкурентоспособностью.

Цель управления качества и цель мотивации пересекаются. Основной управленческой стратегией является развитие действий сотрудников согласно целям формирования компании. Мотивация трудовой деятельности сотрудников при подобных обстоятельствах обретает существенную роль. С

целью честного и высококачественного исполнения персоналом его деятельности, сотрудника необходимо заинтересовать или мотивировать [5].

Принципиально различают две формы мотивации – внешнюю и внутреннюю (рисунок 1) [5].

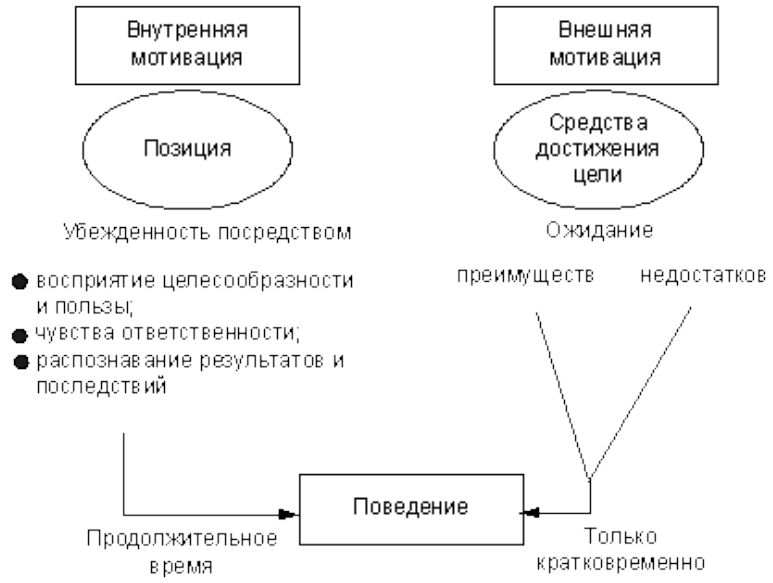


Рисунок 1 – Формирование осознанного поведения в области качества на основе факторов внутренней и внешней мотивации

Благодаря методам достигаются цели. Методы мотивации персонала должны оказывать на сотрудников такое влияние, чтобы их поведение отвечало требованиям бизнеса.

С целью выявления структуры мотивации сотрудников и улучшения труда в рамках данного исследования был проведен сбор и анализ данных [6].

В наше время установлено большое число методов сбора данных:

1. Прямые методы сбора данных: интервью (устный опрос), анкетирование (письменный опрос);

2. Личностные опросники.

В опросниках предлагается ответить на утверждения, касающиеся некоторых поведенческих характеристик, которые прямо не соответствуют мотивам, но эмпирически связаны с ними.

3. Метод экспертных оценок;

Экспертный опрос – разновидность опроса, где респондентами являются эксперты – специалисты в данной области деятельности.

Экспертный опрос может проводиться в форме свободного или частично стандартизированного интервью, анкеты с открытыми вопросами. Подбор экспертов в группу осуществляется на основе изучения документов (об образовании, ученой степени и ученом звании, перечни публикаций и изобретений, сведения о трудовой карьере и т.п.), путем проведения тестов, методом аттестации каждого предполагаемого эксперта специально созданной

комиссией, либо с помощью самооценки эксперта по специально разработанной анкете.

При подсчете учитывается, какого вида факторов больше в ответах у человека, и тогда становится понятным степень его удовлетворенности. Если же тестирование проводится при подборе работы для рекрута, то сотрудник компании определяет, что для данного человека важнее в работе, и находит для него подходящую должность.

4. Установление степени мотивации сотрудников по теории Маслоу.

Тест выявит те потребности, что являются для вас самыми существенными и главенствующими, какие мотивы на данный момент вами движут.

Все без исключения, перечисленные выше способы сбора данных, не являются универсальными, в таком случае у каждого имеются свои плюсы и минусы, и может применяться на практике в зависимости от задачи, которую ожидается найти сотруднику.

5. Установление степени мотивации сотрудников на основе теории Герчикова. Тест выявит, кем является сотрудник, по типологии Герчикова [6].

На сегодняшний день мотивация в малом бизнесе стремительно развивается. Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, исполняемая субъектами рыночной экономики при определенно установленных критериях. Малый бизнес более активно осваивает новейшие разновидности продукта и рыночной «ниши», содействует приближению изготовлению продуктов и услуг к покупателю, развивается в отраслях, непривлекательных для крупного бизнеса [7].

В данной работе рассмотрим кафе-кондитерскую «Буланжери» - организацию малого бизнеса.

Кафе – кондитерская «Буланжери» основана в 2012 году и успешно развивается по настоящее время [8].

В данной кофейне управляющие заботятся о своей стабильности и финансовом положении, поэтому здесь тоже существует система стимулирования, которая представлена в таблице 2.

Таким образом, мы видим, что в организации представлены только внешние факторы (денежный стимул, гибкий график работы и дополнительные выходные дни, спецодежда, оплата медосмотров и т.д.).

Успех и качество кафе зависит от всех сотрудников, как они мотивированы на работу и как качественно исполняют свое дело.

Чтобы узнать потребности сотрудников в организации, было проведено анкетирование и собеседование. По итогу было выявлено, что цели организации не совпадают с целями сотрудников. Для повышения эффективности деятельности организации нужно повысить мотивацию сотрудников через решение существующих проблем в организации.

Ввести гибкую систему материального стимулирования персонала, предоставить персоналу перспективу профессионального развития и

карьерного роста, создать условия для самореализации, а также улучшить психологический климат в организации.

Таблица 2 – Система стимулирования персонала в кофейне «Буланжери»

Форма стимулирования	Основное содержание
Заработная плата	Оплата труда, содержащая основную и дополнительную заработную плату
Бонусы	Единовременная оплата с доходов компании (поощрения в праздники).
Свободное время	Обеспечение рабочему доп. дней отпуска; гибкого графика.
Медицинские мероприятия	Страховка сотрудников фирмы, профилактические вакцинации.
Внутрифирменный имидж	Обеспечение фирменной униформы.
Корпоративные мероприятия	Проведение различного рода мероприятий, праздников.

Список использованных источников

1. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика.- 2016. Т. 10. № 7. - С. 793-812.

2. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. - С. 85-92.

3. Чичерина Н.В. Колледж как ресурсный центр подготовки квалифицированных специалистов диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Научно-исследовательский институт развития профессионального образования Департамента образования г. Москвы. Москва, 2012.

4. Теплякова М. С. Мотивация персонала в управлении качеством продукции машиностроительного предприятия // Вопросы современной науки и практики. – 2007. – №3(9). – С. 84 – 87.

5. Плотникова И.В., Редько Л.А., Усачева А.С. Формирование позитивной мотивации персонала в компании // Современные проблемы науки и образования.- 2012. № 6.- С. 474.

6. Герчикова, И. Н. Менеджмент: учебник - М.: ЮНИТИ, 2009. - 502 с.

7. Малый бизнес. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Малое_предпринимательство (дата обращения: 02.02.18).

8. Статистика про индустрию питания. [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://www.tomsk.gov.ru (дата обращения: 5.02.18).

УДК 005.9:373.2

Особенности документооборота в дошкольных образовательных учреждениях

Кинякина Е.А. [1], Белоусова Е.А. [1], Морин С.В. [1], Абатурова А.А. [1], Модзелевская О.Г. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: рассмотрены особенности документооборота в дошкольных образовательных учреждениях, а именно основные виды организационно-правовых, организационно-распорядительных и информационно-справочных документов дошкольных образовательных учреждений.

Ключевые слова: документ, документооборот, делопроизводство, дошкольное образовательное учреждение.

Процесс, в котором создаются документы, и видется работа по ним называется делопроизводством. Делопроизводство достаточно специфическое направление и напрямую связано с руководящими функциями, поэтому это достаточно длительный процесс от создания документа, его принятия, исполнения и отправки, если есть необходимость в другие учреждения.

Учитывая это можно сделать вывод, что организация делопроизводства в дошкольном образовательном учреждение является отражением культуры управленческой деятельности заведующего, его компетенции, стиле управления, темпа работы организованного в учреждении. В управленческой деятельности документ выступает, как предмет регулирования деловых отношений и отражения труда. Многообразие и совокупности документов является организованной системой документов.

Основной целью деятельности дошкольного образовательного учреждения (ДОУ) является образовательная деятельность по образовательным программам дошкольного образования; присмотр и уход за детьми.

Основными задачами являются:

– охрана и укрепление физического и психического здоровья детей, в том числе их эмоциональное благополучие;

– обеспечение равных возможностей для полноценного развития каждого ребенка в период дошкольного детства независимо от места жительства, пола, нации, языка, социального статуса, психофизиологических и других особенностей (в том числе ограниченных возможностей здоровья);

– обеспечение преемственности целей, задач и содержания образования, реализуемых в рамках образовательных программ различных уровней (далее - преемственность основных образовательных программ дошкольного и начального общего образования);

– создание благоприятных условий развития детей в соответствии с их возрастными и индивидуальными особенностями и склонностями, развития

способностей и творческого потенциала каждого ребенка как субъекта отношений с самим собой, другими детьми, взрослыми и миром;

– объединение обучения и воспитания в целостный образовательный процесс на основе духовно-нравственных и социокультурных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества;

– формирование общей культуры личности детей, в том числе ценностей здорового образа жизни, развития их социальных, нравственных, эстетических, интеллектуальных, физических качеств, инициативности, самостоятельности и ответственности ребенка, формирования предпосылок учебной деятельности;

– обеспечение вариативности и разнообразия содержания программ и организационных форм дошкольного образования, возможности формирования программ различной направленности с учетом образовательных потребностей, способностей и состояния здоровья детей;

– формирование социокультурной среды, соответствующей возрастным, индивидуальным, психологическим и физиологическим особенностям детей;

– обеспечение психолого-педагогической поддержки семьи и повышения компетентности родителей (законных представителей) в вопросах развития и образования, охраны и укрепления здоровья детей.

Организационно-правовые документы ДОУ служат следующим целям: определение структуры, штатной численности и состава работников по должностям, назначение функции структурных подразделений, введение режима работы, определение организации труда и распределение обязанностей между работниками [1].

К организационно-правовым документам относятся:

– Устав ДОУ;
– Положение об Управляющем совете ДОУ;
– Коллективный договор;
– Положение об оплате труда ДОУ;
– Штатное расписание;
– Правила внутреннего трудового распорядка;
– Должностные инструкции;
– Инструкции ДОУ;
– ГОСТ Р 6.30-2003;
– Номенклатура дел [2].

Основу управления конкретной организацией определяет система организационно-распорядительной документации [3].

К распорядительным документам дошкольного образовательного учреждения относятся: приказы, постановления, распоряжения.

Основным документом распорядительного характера является приказ.

Приказы издаются по личному составу, по основной деятельности. Приказ составляется на общем бланке с указанием вида документа, а также

используются унифицированные формы, к примеру, Т-8. Приказ подписывает заведующий ДОУ.

Постановления, распоряжения, касающиеся деятельности ДОУ издаются МКУ «Управление образованием».

Постановления издаются Администрацией города, а также органами муниципальной власти или государственной власти РФ. Данные документы касаются в основном оказания образовательных услуг населению. В качестве примера можно привести Постановление Правительства РФ от 15.08.2013г. № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг.

Информационно-справочные документы представляют такие, как письма, справки, докладные записки, акты, протоколы.

Письма – самая большая группа информационно-справочных документов в ДОУ. Письмами обмениваются между управляющим органом, с другими детскими садами, с поставщиками. Поводом для написания писем может быть обращение по тому или иному поводу в адрес Учредителя, обмен опытом с коллегами, просьба поставки мебели, продуктов питания и т.д., гарантийные письма.

Справки – не столь широко используемый, но все же популярный вид документов. Справки даются по деятельности государственным и муниципальным органам, родителям детей, сотрудникам для предоставления в другие учреждения.

Докладные записки представлены в гораздо меньшем количестве. Написаны докладные записки следующего характера – инициативные предложение сотрудников, по нарушениям трудовой дисциплины.

Так же достаточно часто используются объяснительные записки.

Протоколы – вид документа, часто использующийся в ДОУ. В основном, используются протоколы для фиксации заседаний Управляющего совета, Педагогического совета.

Единоличное руководство осуществляет заведующий ДОУ. Правом визирования распорядительных документов обладает только она.

Этапы прохождения документов выглядят следующим образом:

1 Подготовка проекта документа производится документоведом ДОУ.

2 После подготовки проекта производится согласование с руководителем. Утверждаются сроки исполнения документа.

3 Согласованный документ подписывается заведующим ДОУ.

4 После подписи документовед знакомит с документом непосредственных исполнителей, что фиксируется в листе ознакомления. Документовед ставит на контроль документ в системе «Делопроизводство 3.0».

5 Когда работа по документу закончена, исполнитель сдает отчет по произведенной работе. Документовед снимает с контроля и помещает документ в дело.

Один из важнейших документов в деятельности ДОУ - это акты. Они могут быть составлены по поводу приемки работ, для фиксации нарушения.

Организация документооборота предполагает также анализ работы с входящей и исходящей документацией. Прием и первичную обработку поступающих в организацию документов осуществляет документовед.

Технологическая цепочка движения и обработки документов в ДОУ состоит из следующих этапов:

- приема и первичной обработки;
- предварительного рассмотрения и распределения;
- регистрации документов;
- направления на исполнение и исполнения документов;
- отправки;
- помещение в дело.

На каждом этапе документовед выполняет типовые операции по работе с документами. В зависимости от того, входящий документ или исходящий, есть свои особенности работы.

Документы, полученные работниками минуя документоведа, должны быть переданы для учета и регистрации в журнале регистрации входящих документов. Входящие документы ДОУ можно разделить на 2 части – документы вышестоящих организаций и на соподчинённых организаций.

Документы, отправляемые организацией, в том числе на машинных носителях, проходят сортировку, упаковку, оформление почтового отправления и сдачу в отделение связи. Обработка и отправка осуществляются централизованно документоведом в соответствии с действующими Почтовыми правилами и регистрируется в журнале регистрации исходящих документов.

Наряду с входящими и исходящими документами, активно используются так же внутренние документы. В ДОУ к ним относятся следующие: объяснительные записки, акты, служебные записки которые регистрируются в журнале регистрации внутренних документов[4].

До передачи на муниципальное хранение эти документы временно, в пределах, установленных Федеральным архивным агентством Российской Федерации, хранятся в учреждении.

В архив поступают законченные делопроизводством документы постоянного хранения, образовавшиеся в деятельности учреждения, документы временного (свыше 10 лет) срока хранения, необходимые в практической деятельности, документы по личному составу

Учреждение обеспечивает сохранность, учет, отбор, упорядочение и использование документов до сдачи в Архивный отдел города, образующихся в их деятельности. В соответствии с правилами, устанавливаемыми Федеральным архивным агентством Российской Федерации, обеспечивает своевременную передачу этих документов на муниципальное хранение [5].

Все работы, связанные с подготовкой, транспортировкой и передачей архивных документов, производятся силами и за счет учреждения.

В большинстве случаев в детских дошкольных образовательных учреждениях не предусмотрены делопроизводители, но от их работы зависит качественная организация документооборота, в которую входит:

– обеспечение учета, регистрации, контроля исполнения поручений заведующим ДОУ;

– осуществление документационного обеспечения кадровой деятельности ДОУ;

– подготовка необходимых документов для заведующего;

– обеспечение качества подготовки, правильности составления, согласования и оформления документов, образующихся в процессе деятельности ДОУ;

– осуществление контроля исполнения документов, поручений и заданий руководителя ДОУ, систематический доклад руководителю о состоянии их исполнения.

Список использованных источников

1. Андреева В. И. Делопроизводство. Организация и ведение [Текст] : учебник / В. И. Андрева. – Москва : КноРус, 2010.

2. ГОСТ Р 6.30-2003 Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. [Электронный ресурс] : введ. 2003−07−01. – Москва : Стандартинформ, 2003 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электрон. дан. – Кемерово, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

3. Анодина Н. Н. Документоборот в организации [Текст] : практическое пособие / Н. Н. Анодина. – Москва : Омега - Л, 2015.

4. Байкова И. Ю. Документооборот и делопроизводство. Как организовать работу с документами [Текст] : учебник / И. Ю. Байкова. – Москва : Эксмо, 2014.

5. ГОСТ Р 7.0.8-2013 СИБИД. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения. [Электронный ресурс] : введ. 2014−03−03. – Москва : Стандартинформ, 2014 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электрон. дан. – Кемерово, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

УДК 378

Система менеджмента качества в ведомственном вузе

Кичигина О.Ю.[1]

[1]ФКОУ ВО «Кузбасский институт Федеральной службы исполнения наказаний», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: рассмотрены особенности формирования системы менеджмента качество в образовательной организации, на примере ведомственного вуза уголовно-исполнительной системы. Приведены примеры проводимой работы в вузе, по повышению качества реализуемых процессов, с целью удовлетворения всех заинтересованных сторон.

Ключевые слова: качество образования, система менеджмента качества, ведомственный вуз, заинтересованный стороны образовательной услуги.

Качеству образования в современном мире уделяется большое внимание, поскольку именно оно непосредственно влияет на состояние и перспективы развитие всех сфер жизнедеятельности государства. В соответствии с федеральным законом «Об образовании» № 273-ФЗ от 31.12.2012 [8] образование рассматривается как взаимосвязанный процесс обучения и воспитания, ориентированный на удовлетворение потребностей обучающихся, общества и государства в целом, по средствам приобретения знаний, умений и навыков, необходимых для реализации профессиональных обязанностей. При этом качество образования необходимо рассматривать как комплексную характеристику, включающую в себя все составляющие образовательного процесса и требования определенные в федеральных государственных образовательных стандартах. Необходимость учета данной составляющей образовательного процесса отражено в положениях Болонского процесса, Федеральной целевой программе развития образования на 2018 – 2025 года [6].

Одним из инструментов повышения качества образовательной услуги является разработка и реализация системы менеджмента качества (СМК) образовательного учреждения.

Внедрение СМК в высшие учебные заведения осуществляют с соответствии со следующими целями: предоставление качественной образовательной услуги потребителям; удовлетворение потребностей всех заинтересованных сторон; повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг; эффективная реализация основных и вспомогательных процессов организации.

Разработку и сертификацию СМК проводят как гражданские, так и ведомственные вузы нашей страны [4, 5], в целях получения дополнительных конкурентных преимуществ на рынке образовательных услуг.

Федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования «Кузбасский институт Федеральной службы исполнения наказаний» реализует программы высшего образования, дополнительные профессиональные программы и программы переподготовки по заказу учредителя – Федеральной службы исполнения наказаний.

Для подтверждения высокого качества предоставляемой образовательной услуги в 2009 году, с целью формированию СМК в Институте, руководством было принято решение о проведении самооценки, по средствам анкетирования и тестирования, и анализа действующей документации.

В 2011 году была проведена сертификация системы на соответствие требованиям стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2008 [1]. Ресертификацию СМК Института провели в 2014 году на соответствии ГОСТ ISO 9001-2011[2]. В настоящее время в Институте действует СМК в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [3]. В 2017 году была проведена ресертификация системы, которая распространяется на образовательную и научно-инновационную деятельности Института.

Одной из основных особенностей разработки СМК в вузе является определение заинтересованных сторон, при реализации образовательной услуги. Так например, в соответствии с Руководством по качеству ФКОУ ВО «Кузбасский институт ФСИН России» [7] заинтересованные стороны в деятельности Института определены как: обучающиеся (курсанты, слушатели), адъюнкты; абитуриенты и их родители; курсанты и их родители; работодатели (ФСИН России, предприятия и организации, государственные учреждения, посредники на рынке труда, посредники на рынке НИиР); персонал Института (административно-управленческий персонал, профессорско-преподавательский состав и вспомогательный персонал Института); органы законодательной и исполнительной власти; государство и общество в целом.

Такое количество заинтересованных сторон объясняется тем, что Институт является ведомственным вузом и должен полностью удовлетворять заказ своего учредителя на поставку высококвалифицированных сотрудников для уголовно-исполнительной системы.

При этом основной задачей Института является удовлетворение потребностей всех заинтересованных сторон, путем предоставления качественной образовательной услуги.

В Институте Качество образования рассматривается в трех аспектах: качество продукции основных процессов образовательного учреждения; качество результатов процессов образовательного учреждения; качество процессов образовательного учреждения и системы управления ими.

С целью определения реальных и потенциальных потребностей всех заинтересованных сторон Институт проводит мониторинг по разным направлениям: анализ информации от заинтересованных сторон, которые включает в себя: отзывы работодателей, обращения граждан, абитуриентов и родителей на официальный сайт Института и к руководству, отзывы на научные результаты диссертационных исследований; публикации в СМИ; благодарности и рекламации органов законодательной и исполнительной власти; анкетирование курсантов, слушателей, выпускников, адъюнктов, работодателей; оценка рейтинга Института среди ведомственных вузов ФСИН России.

В рамках документирования СМК в Институте разработана и действует следующая документация: Политика в области качества, Руководство по качеству, информационные карты, документированные процедуры, внутренняя документации Института (положения, инструкции, и пр.), информационно-справочная документация – записи.

Внутренняя документация Института формируется на основе внешней нормативной и нормативно-правовой документированной информации, регулирующей деятельность вуза в целом и содержащая требования к его документации. СМК Института была разработана на основе принципов процессного и системного подхода, которые лежат в основе стандартов семейства ИСО 9000 и позволяют рассматривать деятельность вуза как единый механизм процессов и подпроцессов, реализующихся на разных уровнях.

В Институте выделены и описаны, реализуемые процессы:

- управляющие процессы: планирование; организация и распределение ответственности; мониторинг, анализ и улучшение;
- основные процессы: прием – абитуриентов, адъюнктов, слушателей, проектирование и разработка; учебно-организационная деятельность; методическая деятельность; основной образовательный процесс; последипломный образовательный процесс; итоговая аттестация; воспитательная и внеучебная работа; научные исследования и разработки; взаимодействие с потребителями;
- обеспечивающие процессы: управление персоналом; управление инфраструктурой (образовательной средой); библиотечное и информационное обслуживание; собственность потребителей; управление документированием.

Основным отличием стандарта ISO 9001 версии 2015 года [3] от предыдущих версий стандартов является применяется риск-ориентированного подхода при создании СМК. Риск это возникновение неопределенности при реализации процессов в организации, который может иметь как положительное, так и отрицательное воздействие, на качество производимой продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг.

В Институте выделены основные причины возникновения рисков это несоответствия: в управлении основными, управляющими и обеспечивающими процессами; в осуществлении основных, управляющих и обеспечивающих процессов; входов процессов; ресурсов, необходимых для осуществления процессов (человеческих, информационных, материальных и финансовых).

Последствия описанных выше причин выявляются путем мониторинга записей, таких как анализ качества со стороны высшего руководства; анализа требований заинтересованных сторон к продукции; записей результатов измерений управления и осуществления бизнес-процессов; оценки качества организаций-поставщиков; результатов мониторинга и измерения процессов, их результатов и продукции; по управлению несоответствующей продукцией; записей внутренних аудитов; о ранее предпринятых корректирующих и предупреждающих действиях.

Процесс Управление рисками задокументирован и включает в себя следующие подпроцессы: идентификация, оценка и анализ рисков; планирование необходимых мероприятий по устранению рисков; осуществление мероприятий по устранению рисков; анализ результативности и эффективности мероприятий по устранению рисков.

Управление рисками можно считать эффективным, если не наблюдается повторное возникновение данных рисков. Процесс управления рисками осуществляется во всех процессах и участвующих в СМК структурных подразделениях Института, в деятельности которых обнаружены риски.

Наличие действующей СМК в вузе позволяет организовать эффективное управление внутри организации, обеспечивает высокий уровень качества, предоставляемой образовательной услуги, который напрямую влияет на качество знаний, навыков и умений выпускников, а также на статус образовательного учреждения среди других учебных заведений.

Молодой специалист, способный приступить к выполнению своих профессиональных обязанностей с минимальным сроком адаптации, всегда будет востребован на рынке труда и является «живым» подтверждением высокого уровня качества, предоставляемой образовательной услуги Института.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2008 «Системы менеджмента качества. Требования» (утв. Приказом Ростехрегулирования от 18.12.2008 № 471-ст).

2. ГОСТ ISO 9001-2011 «Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования» (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.12.2011 № 1575-ст).

3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Требования» (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 N 1391-ст).

4. Куликова Т.А., Куликов М.В., Данилин Д.В. К вопросу о применении семи инструментов контроля качества в высших военных учебных заведениях // Научный журнал КубГАУ. – №130 (06). – 2017. – с. 1 – 10.

5. Олейникова Т.А., Овод А.И., Солянина В.А. Система менеджмента качества как современный подход к управлению образованием // Высшее образование в России. – № 1. – 2015. – с. 119 – 126.

6. Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1642 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования».

7. СМК РК УП-02.01-01-2017 (02) Руководством по качеству ФКОУ ВО «Кузбасский институт ФСИН России».

8. Об образовании: федер. закон Рос. Федерации от 31.12.2012 г. № 273-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 21 декабря 2012 г.: одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 26 декабря 2012 г.

УДК 651.011

Необходимость разработки инструкции по делопроизводству в ОАО «Сибирь-Полиметаллы»

Кнауб В.А. [1], Кажикина О.О. [1], Посмитная П.А. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассматривается необходимость разработки инструкции по делопроизводству в условиях ОАО «Сибирь-Полиметаллы», а также основные проблемы современного делопроизводства на предприятии.

Ключевые слова: документационное обеспечение управления, делопроизводство, документопоток, инструкция по делопроизводству.

Культура работы с документами - это часть производственной культуры, являющейся важной предпосылкой успешной деятельности организации в условиях рынка. Документационное обеспечение управления является зеркальным отражением системы управления в целом. В этой связи система документооборота - такая же часть производственной инфраструктуры, абсолютно равноправная и необходимая, как и оборудование, ресурсы и персонал [1].

Изучение современного делопроизводства и путей его оптимизации позволяет существенно повысить эффективность управления как деятельности, направленной на упорядочение и развитие социальных организационных систем [2].

ОАО «Сибирь-Полиметаллы» работает на территории Алтайского края, где находится большое количество уникальных полиметаллических месторождений руды с высоким содержанием меди, цинка, свинца, драгметаллов.

Основные виды продукции предприятия:

- медный концентрат;
- свинцовый концентрат;
- цинковый концентрат.

Сейчас ОАО «Сибирь-Полиметаллы» осваивает 5 месторождений: Зареченское, Рубцовское, Корбалихинское, Степное и Таловское.

Анализ организационной структуры предприятия дает вывод о наличии в структуре отдела документационного обеспечения управления (отдел ДОУ), который возглавляет руководитель ДОУ.

ОАО «Сибирь-Полиметаллы» является акционерным обществом, т.е. имеется головная организация и ее дочерние предприятия и для хранения архивных фондов создан объединенный архив.

В ОАО «Сибирь-Полиметаллы» функционирует система архивного хранения документов, включающую в себя управленческую, научно-техническую документацию, а также документы на электронных носителях.

Как и в любой другой организации, в документообороте ОАО «Сибирь-Полиметаллы» выделяются три основных документопотока: поступающая (или входящая) документация; отправляемая (или исходящая) документация; внутренняя документация.

Работа с внутренней документацией в ОАО «Сибирь-Полиметаллы» начинается с момента получения указания на разработку документа и включает следующие этапы: подготовку проекта документа, согласование проекта, подписание или утверждение документа, регистрацию документа.

Работа с внутренними документами ведется как в электронной форме, с электронными файлами документов, так и на бумажном носителе [3].

Анализ документопотоков показал, что наиболее интенсивным является внутренний документопоток, а наиболее незначительным – поток отправляемых документов. Во внутреннем документационном обмене участвуют шесть структурных подразделений (планово-бюджетная служба, отдел кадров, бухгалтерия, отдел сбыта, технический отдел, отдел снабжения), каждый из которых создает и передает в другие отделы документы.

Анализ движения документов свидетельствует, что в ОАО «Сибирь-Полиметаллы» регистрация документов централизована, а составление и оформление документации производится децентрализовано. При этом следует отметить, что порядок движения документов зачастую нарушается. Документы, поступающие почтовой связью и факсимильной связью, иногда забирают сотрудники подразделений. Это нередко приводит к утере корреспонденции или ее несвоевременному получению сотрудниками, которым она адресована. Исходя из этого, можно отметить, что на предприятии существует проблема отсутствия контроля исполнения документов. Сроки исполнения документов директором и его заместителями, как правило, не устанавливаются. Документы, требующие исполнения, поступают к сотрудникам, минуя руководство, и их исполнение осуществляется сотрудниками в зависимости от их собственных решений.

Даже для тех документов, которые проходят через руководство предприятия и передаются на исполнение, сроки исполнения документов зачастую не устанавливаются, отметки о передаче на исполнение не ставятся. Поручения руководства зачастую носят устный характер.

Передача документов исполнителям часто никак не оформляется и нигде не фиксируется. Директор предприятия и его заместители не интересуются состоянием исполнительской дисциплины. Вследствие этого бывают случаи утери документов, несвоевременного и некачественного их исполнения.

Основной причиной столь многочисленных проблем в организации документационного обеспечения ОАО «Сибирь-Полиметаллы» является отсутствие локальной нормативно-методической базы, регламентирующей эту сферу деятельности. В ОАО «Сибирь-Полиметаллы» отсутствует инструкции по делопроизводству, регламентирующая все аспекты документирования и организации работы с документами, а номенклатура дел – документ, обеспечивающий правильное формирование документального фонда

предприятия, нуждается в переработке в соответствии с современными требованиями документооборота.

Инструкция по делопроизводству (документационному обеспечению управления) является основным нормативным актом, регламентирующим технологию работы с документами в учреждении: правила, приемы, этапы создания документов, порядок работы с ними, основополагающие организационные моменты.

Список использованных источников

1. Быкова Т.А., Вялова Л.В., Санкина Л.В. Делопроизводство [Текст]: Учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. / Под общ. ред. проф. Т.В. Кузнецовой. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 364 с.

2. Арасланова В.А. Документационное обеспечение управления [Текст]: учебно-практическое пособие / В.А. Арасланова. - М.: Директ-Медиа, 2016. - 240 с.

3. Байкова И.Ю. Настольная книга делопроизводителя [Текст]: учебник / И.Ю. Байкова. - 3-е изд. перераб. и доп. – М.: «Издательство «ЭКСМО», 2015. – 352 с.

УДК 658.18

Особенности сертификации системы менеджмента бизнеса в соответствии с требованиями стандарта ISO/TS 22163:2017

Костромина О.Н. [1], Кольчурина И.Ю. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены основные особенности сертификации системы менеджмента бизнеса, представлен анализ требований к процессу сертификации стандартов ГОСТ Р 55568-2013 и ISO/TS 22163:2017 и определены уровни внедрения сертификации.

Ключевые слова: качество, сертификация, система менеджмента бизнеса, документированная информация.

В настоящее время на предприятиях – поставщиках железнодорожной отрасли создание, внедрение и сертификация на соответствие требованиям ISO/TS 22163:2017 системы менеджмента бизнеса (СМБ) является одной из приоритетных задач. АО «ЕВРАЗ ЗСМК» на протяжении многих лет развивает сотрудничество с ОАО «РЖД» и, чтобы соответствовать требованиям ключевого клиента, организация осуществляет модернизацию производства и внедряет СМБ в целях обеспечения транспортной безопасности нашей страны и качества железнодорожных перевозок.

СМБ представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, основными из которых являются система целей и показателей эффективности, модели бизнес-процессов и структура процессов, а также разработка системы измеримых показателей (KPI), на базе которых реализуется менеджмент

бизнес-процессов, мотивация персонала и постоянное совершенствование деятельности предприятия.

В связи с тем, что СМБ может успешно разрабатываться как в организациях, внедривших систему менеджмента качества (СМК), так и интегрированную систему менеджмента (ИСМ), руководством АО «ЕВРАЗ ЗСМК» было принято решение о разработке СМБ на основе существующей ИСМ, базирующейся на стандартах ISO 9001, ISO 14000 и OHSAS 18000 [1].

1 июня 2017 года Европейская железнодорожная ассоциация UNIFE официально опубликовала правила сертификации по стандарту IRIS:2017, которые включают аспекты, связанные с методологией оценки системы менеджмента и процедурой сертификации.

Технические условия ISO/TS 22163:2017 и правила сертификации по стандарту IRIS составляют систему сертификации по стандарту IRIS – IRIS Certification™ rev.03 system, которая включает (рисунок 1) три элемента:

– система, содержащая требования и правила сертификации по стандарту IRIS™:2017;

– ссылка на нормативные документы;

– инструмент, с помощью которого проводят сертификацию IRIS.

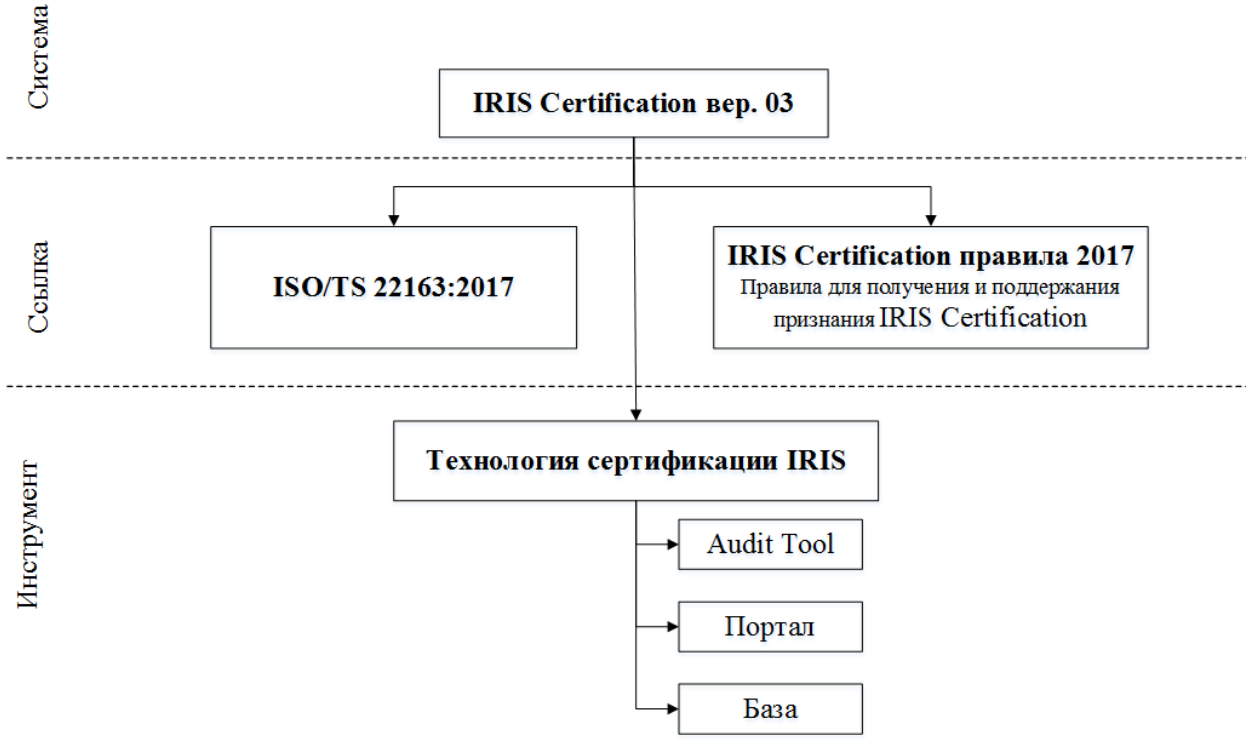


Рисунок 1 – Система сертификации IRIS Certification™ rev.03

Правила сертификации системы менеджмента в Системе сертификации IRIS Certification™ rev.03 включают специфические этапы и условия, которые не используются в нормативных документах, регламентирующих процедуру сертификации систем менеджмента в других системах сертификации [2].

Так, нормативным документом, регламентирующим единый порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001 и систем экологического менеджмента на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 14001 в Системе сертификации ГОСТ Р, является национальный стандарт ГОСТ Р 55568-2013 «Оценка соответствия. Порядок сертификации систем менеджмента качества и систем экологического менеджмента», в котором четко прописан процесс сертификации систем менеджмента[3].

Исходя из того, что целью исследования является определение особенностей сертификации СМБ в соответствии с требованиями стандарта ISO/TS 22163:2017, был проведен анализ соответствия существующей схемы проведения сертификации и предложенной стандартом IRIS.

В таблице 1 представлен анализ требований, предъявляемых к процессу сертификации стандартов ГОСТ Р 55568-2013 и ISO/TS 22163:2017. Для сравнения схем были выбраны следующие критерии:

- цель проведения сертификации;
- этапы проведения сертификации;
- документированные процедуры при сертификации;
- документированная информация.

Таблица 1 – Анализ требований к процессу сертификации стандартов ГОСТ Р 55568-2013 и ISO/TS 22163:2017

Критерии сравнения	**ГОСТ Р 55568-2013**	**ISO/TS 22163:2017**
Цель проведения сертификации	1 Соответствие СМ проверяемой организации требованиям ГОСТ ISO 9001 или ГОСТ Р ИСО 14001. 2 Способность системы менеджмента заказчика отвечать законодательным требованиям и требованиям потребителей. 3 Результативность СМ.	Определение соответствия СМБ заказчика всем применимым требованиям ISO/TS 22163:2017 и внутренних документов, оценка ее результативности и способности достичь установленных целей в рамках реализации политики.
Этапы проведения сертификации	Этапы сертификации: – организационный этап; – проведение первого этапа; – проведение второго этапа «аудит на месте»; – завершение сертификации.	Этапы сертификации: – планирование аудита; – проверка готовности; – сертификационный аудит; – управление несоответствиями; – выдача сертификата.
Обязательные процедуры при сертификации	Обязательные документированные процедуры: – заключение договора на проведение сертификации; – расчет продолжительности аудита; – анализ документов заказчика; – подготовка плана аудита;	Оценка: – обязательных «нокаут-требований»; – обязательных процессов и KPI; – применимых требований ISO/TS 22163:2017; – необходимые условия посредством листа оценки;

Продолжение таблицы 1

	– сбор, проверка и регистрация данных; – подготовка акта по результатам аудита; – контроль выполнения КД; – решение о выдаче или отказе в выдаче сертификата соответствия; – оформление сертификата соответствия.	– показателей восприятия потребителями; – процессных показателей посредством оценки производительности процессов.
Документированная информация	Комплект документов для проведения сертификации: – Политика в области качества/Экологическая политика; – Руководство по качеству / Руководство по экологическому менеджменту; – структурная схема организации; – структурная схема службы качества организации; – перечень документов СМ; – обязательные документированные процедуры, установленные в ГОСТ ISO 9001/ГОСТ Р ИСО 14001; – комплект документов проведения внутренних аудитов; – документы для обеспечения эффективного планирования, осуществления и управления процессами	Список документированной информации: – восприятие потребителем (анализ заинтересованных сторон, ключевые клиенты, связанные с ними ключевые показатели эффективности); – обратная связь от потребителей; – описание и анализ 5-ти обязательных процессов с использованием диаграммы «Черепаха»; – определение KPI со ссылкой на внутренний / внешний процесс организации; – значения KPI для проверяемого периода; – список процессов и взаимодействий организации.

Ключевая особенность стандарта IRIS заключается в применении системы балльной оценки для оценки уровня соответствия организации, которая базируется на трех составляющих:

– оценка необходимых условий в вопроснике, основанных на требованиях ISO/TS 22163;

– восприятие потребителем;

– показатели процессов посредством оценки производительности.

Результаты оценки организации выражаются в итоговой балльной оценке, которая учитывает и подкрепляет важность клиенториентированности, процессного подхода и работы организации, ориентированной на качество.

Согласно правилам сертификации по стандарту IRIS™:2017, уровни внедрения сертификации IRIS структурированы следующим образом [4]:

– планирование аудита;
– анализ удовлетворенности потребителей;
– создание документированной системы KPI;

– визуализация характеристик процессов, при помощи диаграммы «Черепаха»;
– проведение аудита готовности;
– проведение сертификационного аудита;
– планирование надзорного аудита;
– ресертификационный аудит;
– разработка системы бальной оценки соответствия;
– определение показателей качества IRIS;
– выдача сертификата.

На основе проведенных в работе исследований можно сделать вывод, что проведение сертификации СМБ предприятий, выпускающих железнодорожную продукцию, целесообразно проводить на соответствие требований ISO/TS 22163:2017. Применение стандарта IRIS позволяет добиться создания общепризнанной системы оценки организаций, работающих в железнодорожной промышленности, с единым языком, единым подходом к оценке, признанием результатов аудитов всеми заинтересованными сторонам. Применение требований этого стандарта позволяет создать СМБ, обеспечивающую возможность проведения постоянных улучшений и, как следствие, предотвращение и сокращение дефектов в цепочке поставок.

Список использованных источников

1. Кольчурина И.Ю. Разработка подходов к внедрению системы менеджмента бизнеса в организации, выпускающей рельсовую продукцию, в соответствии с ISO/TS 22163 / И. Ю. Кольчурина, И. С. Роор, Ю. А. Зубарева // Экономика. Менеджмент. Человек. – 2018. – № 4. - С. 1-7. – Библиогр.: с. 7 (4 назв.). – Режим доступа: http://library.sibsiu.ru.

2. Современные подходы к управлению качеством продукции для железнодорожной отрасли / И.Ю. Мезин, И.Г. Гун, А.С. Лимарев, М.Ю. Ушаков, В.Л. Стеблянко, С.А. Федосеев // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. – 2017. Т.15. – № 3. – С. 54–61. Режим доступа: https://doi.org/10.18503/1995-2732-2017-15-3-54-61.

3. ГОСТ Р 55568-2013. Оценка соответствия. Порядок сертификации систем менеджмента качества и систем экологического менеджмента. – Введ. 01.02.2014. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 52 с.

4. Ассоциация по сертификации «Русский Регистр» [Текст]: – 2017 – 21 с.

УДК 622.6

Значимость мотивации в повышении качества работы организации

Кравченко Д.А. [1]

Научный руководитель: к. пед. н. Чичерина Н.В. [1]

[1]Томский политехнический университет, г. Томск, Россия

Аннотация: Одной из главных функций менеджмента является мотивация. Эффективная деятельность любой организации зависит от качественной работы ее персонала. В работе рассмотрены теории мотивации, показана значимость мотивации работников в повышении качества работы организации.

Ключевые слова: мотивация, мотивация труда, система мотивации повышение качества.

В настоящее время одним из основных вопросов в менеджменте считается мотивация труда сотрудников. Для того, чтобы предприятия могли достичь высокого качества работы, укрепления позиций и дальнейшего развития им необходимо получить максимальную отдачу от трудящихся посредством создания определенных условий, в основе которых и лежит мотивация труда.

Ни для кого не секрет, что, как правило, отношение к проблемам носит следующий характер: «У каждой проблемы должны быть фамилия, имя и отчество». Отношение в обществе к решению проблем можно охарактеризовать следующими выражениями: «Кто виноват?» и «Что будем делать?». Между тем причины проблем носят системный характер. Наличие или отсутствие проблем не зависит от конкретных людей-исполнителей. На 98% проблема является следствием определенного устройства системы, в которой она появилась. Отношение к проблемам – основа управления качеством или качественного управления.

То, что в России существуют проблемы с качеством управления на разных уровнях исполнительной власти, в государственных организациях и учреждениях, и в бизнесе неоднократно упоминалось в разных контекстах различными чиновниками и бизнесменами. Это является одной из причин низкой эффективности работы российских компаний. Здесь важно мотивировать сотрудников для выполнения поставленной цели [1, 2].

Мотивация – это побуждение к деятельности совокупностью различных мотивов, создание конкретного состояния личности, которое определяет, насколько активно и с какой направленностью человек действует в определенной ситуации [3].

Любой руководитель подтвердит, что в значительной мере успех организации зависит от работы персонала, его отдачи и квалификации, а также приверженности целям, миссии и принципам компании [4]. Четко разработанная система управления трудовой мотивацией позволяет повысить не только трудовую и социальную активность конкретного работника, но и эффективность работы предприятия различных форм собственности.

Мотивация представляет собой совокупность внутренних и внешних сил, которые способны влиять на поведение трудящихся и заставлять делать определенные действия для достижения целей организации. Мотивирование неразрывно связанно с потребностями людей и делает их поведение целенаправленным.

Влияние мотивации вызывает у работников далеко не одинаковую реакцию, так как поведение каждого зависит от множества факторов и является очень индивидуальным. Именно поэтому процесс мотивации невозможно описать однозначно [5; 6].

В управлении качеством мотивация персонала – это побуждение работников к активной деятельности по обеспечению требуемого качества продукции. В основе мотивации лежит принцип предоставления работникам возможностей для реализации личных целей за счет добросовестного отношения к труду. Мотивация в управлении связана, прежде всего, с умелым сочетанием методов управления, формированием наиболее действенного стиля руководства. Она реализуется в процессе и формах найма, условиях контракта, системе оплаты и стимулирования труда, повышении квалификации и является фундаментом любой организации, во многом определяющим ее конкурентоспособность [3].

Одним из факторов, формирующих кадровую философию менеджера, является верхний уровень менеджмента в организации, пронизывающий все уровни и отделы организации. Эффективный менеджмент учит работать умнее, а не быстрее.

Американский профессор Мишель Ле Беф открыл фундаментальный принцип менеджмента, который прост и очевиден: «Делается то, что вознаграждается». Но традиция вознаграждать исключительно за достижение сиюминутных целей (квартальный, годовой, пятилетний план) или получение прибыли не стимулирует к достойному финансированию социального и профессионального развития сотрудников так как в таком случае отсутствует ответный интерес к процветанию предприятия [5].

Мотивацию разделяют на внутреннюю и внешнюю. При внутреннем мотивировании инициирующие и регулирующие факторы проистекают изнутри «я» личности и целиком находятся внутри самого поведения. Внутренне мотивированная деятельность не имеет поощрений кроме самой активности. Например, если работа соответствует способностям и возможностям человека и действительно интересует его, то она уже сама по себе является действенным стимулятором активной деятельности. Такая деятельность является самоцелью, а не средством для достижения какой-либо другой цели. Внешняя мотивация это та, при которой факторы, воздействующие на поведение человека, исходят извне поведения [3].

Понимание процессов мотивации очень важно для эффективного управления организацией. В настоящее время существует множество научных теорий, описывающие факторы, влияющие на мотивацию и содержание процесса мотивации. Их разделяют на содержательные и процессуальные

теории. Содержательные теории базируются на исследовании различных групп потребностей, оказывающих влияние на поведение человека, а также выявлении факторов, определяющих это поведение. Широко признанными сторонниками теорий данной группы являются такие американские ученные как Абрахама Маслоу, Дуглас Мак-Грегор, Фредерика Герцберг и Дэвид Мак-Клелланд. Несмотря на то, что все их концепции имеют принципиальные отличия они, тем не менее, имеют и нечто общее в своей основе, что позволяет установить определенную общность между ними [3; 5].

Процессуальные теории занимают в менеджменте особое место, так как тесно связанны с управлением персоналом. Их появление связанно с работами В. Врума (теория ожиданий), Е. Локке (теория постановки целей), Л. Портера и Э. Лоулера (комплексная теория мотивации) которые рассматривают мотивацию прежде всего, как процесс в ходе которого объясняется то, как следует воздействовать на людей, чтобы побуждать их к результативной работе [6]. Представленные теории дают ключ к построению действенной системы мотивирования людей, с помощью которой менеджеры могут решить задачу повышения качества работы организации [7].

Жигулина Е. Г. также замечает, что одним из важнейших факторов качества является эффективная мотивация, которая управляет поведением работников побуждая их к активной трудовой деятельности [5].

В науке управления существует несколько теорий мотивации, разработанных в последние 30 – 40 лет. Первоначально мотивация сводилась к методу кнута и пряника, когда работников содержали на грани голода, исходя из того, что единственной заботой людей была борьба за выживание. Тейлор усовершенствовал этот метод, предложив оплачивать труд пропорционально объему выработки, в результате чего существенно увеличилась производительность труда. Благодаря такому усовершенствованию метод «кнута и пряника», дополненный в последнее время различными коэффициентами и преподносимый под более благозвучными наименованиями, до сих пор используют многие руководители в качестве основного, а часто и единственного способа мотивации. Но по мере роста благосостояния работников применение одного этого метода стало малоэффективным. Потребовались новые методы мотивации.

В работе [8] авторы подчеркнули важность понимания процессов мотивации с точки зрения образовательных организаций, которые играют важную роль в развитии общества. Они пишут о том, что благодаря хорошей мотивации можно обеспечить эффективную работу сотрудников учебных учреждений и тем самым повысить качество образования и работоспособность учащихся.

С развитием психологии и социологии развивались содержательные теории мотивации, основанные на определении и удовлетворении внутренних потребностей работников, а также процессуальные теории мотивации, учитывающие мотивы поведения людей на рабочем месте.

Для мотивации по потребностям А. Маслоу в 40-е гг. предложил использовать иерархию потребностей, представляющую собой пирамиду, в основании которой располагаются первичные потребности (физиологические), а на втором уровне – потребности в безопасности и защищенности. Далее, по возрастающей, он расположил социальные потребности, потребности в признании и самовыражении.

Таким образом, мотивация играет важную роль в структуре организации так как пронизывает все сферы организационных взаимодействий и является основным носителем интересов работников. Овладев современными моделями мотивации, руководитель сможет избежать многих ошибок в управлении и создать надлежащие условия, в которых сотрудник чувствовал бы себя причастным к достижению общей цели.

Список использованных источников

1. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. С. 85-92.

2. Глазырина Е.Д., Мустафина Р.М., Плотникова И.В., Чичерина Н.В. Устойчивое развитие и экологическая компетентность студентов технических специальностей // Современные наукоемкие технологии. – 2016. – № 4-1. – С. 89-92;URL: http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=35781

3. Бавина П. А. Мотивация персонала в современной организации: учебное пособие / СПб.: – ООО «Книжный Дом», 2007. – 240 с.

4. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика. 2016. Т. 10. № 7. С. 793-812.

5. Жигулина Е. Г. Мотивация труда и ее влияние на качество трудовой жизни // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2009. – С. 153-157.

6. Теплякова М. С. Мотивация персонала в управлении качеством продукции машиностроительного предприятия // Вопросы современной науки и практики. – 2007. – №3(9). – С. 84 – 87.

7. Кравченко А. И. Социология управления: учебное пособие для вузов. – М.: Академический Проект, 2005. – 1136 с.

8. Tugba T. The importance of motivation theories in terms of education systems // Procedia - Social and Behavioral Sciences. – 2015. – № 186. – P. 1055 – 1063.

УДК 651.012.12

Особенности систем автоматизации документационного обеспечения управления и архивного дела

Морин С.В. [1], Хамитов Р.М. [1], Абатурова А.А. [1], Модзелевская О.Г. [1], Гуляева Е.В. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: приведена архитектура автоматизированной системы электронного документооборота, использующей технологию виртуализации. Система позволяет за счет виртуальных машин, подсистемы управления питанием и отказоустойчивых систем хранения информации обеспечить безопасную и отказоустойчивую работу электронного документооборота предприятия.

Ключевые слова: электронный документооборот, виртуализация, хранение данных, сервер.

Электронный документооборот (ЭДО) — это система автоматизированных процессов обработки электронных документов, реализующая концепцию «безбумажного делопроизводства».

Развитие и активное внедрение электронного документооборота началось в 90-е годы, когда на российском рынке появилось большое количество программ по автоматизации делопроизводства. С тех пор эта отрасль активно развивается. Все больше организаций стремятся внедрить у себя систему электронного документооборота, чтобы повысить эффективность использования рабочего времени и свести к минимуму затраты на ручную обработку документов [1].

К системам автоматизации документооборота, предъявляются, как правило, следующие требования:

- обеспечения сохранности данных;
- простота и низкая стоимость эксплуатации
- обеспечение отказоустойчивости системы в целом;
- возможность масштабирование подсистемы хранения документов;
- обеспечение соблюдения требований политик информационной безопасности предприятия;
- высокий уровень интеграции с другими корпоративными информационными системами;
- минимальными изменениями во всех подсистемах корпоративной информационной системы при внедрении;
- обеспечение производительности;
- предоставление доступа удаленным пользователям.

Однако не все из этих требований удается эффективно обеспечивать традиционными системами. Наиболее перспективным и актуальным способом обеспечения этих требований является применение современных технологий виртуализации [2, 3]. По прогнозам аналитиков новые разработки будет отличать кроссплатформенность, возможность интеграции с различными

информационными системами и, конечно, известная триада: «мобилизация, социализация и виртуализация» – активное развитие мобильных решений, взаимодействие сотрудников между собой, миграция документооборота в «облако» [4]. Однако в публикациях практически отсутствуют описания вариантов практических решений в этом направлении.

Авторами сделана попытка внести свой вклад в развитие этой области и на базе разработана и запатентована полезная модель автоматизированной системы документооборота с использованием технологий виртуализации, [3].

Задачами разработки системы являлись: обеспечение максимального периода безаварийной работы системы, повышение уровня информационной безопасности [5], снижение затрат на эксплуатацию и инфраструктуру, а также более эффективное использование рабочей нагрузки на серверы, возможность наращивания объемов подсистемы хранения данных, предоставление доступа удаленным пользователям системы.

Поставленные задачи достигается тем, что автоматизированная система документооборота, включает, по крайней мере, один сервер, связанный посредством локальной сети с автоматизированными рабочими местами (АРМ) локальных пользователей, а также ARM мобильных пользователей, подключающихся через интернет-шлюз. Система хранения служит отказоустойчивый дисковый RAID-массив для хранения файлов виртуализации и сетевой отказоустойчивый RAID-массив для хранения электронных образов документов. Подсистема бесперебойного питания, подключена к блоку управления, который через двунаправленный обмен данными с сервером посредством программного обеспечение контролирует работу системы. Виртуальная среда на главном сервере, включает в себя отдельные виртуальные серверы, такие как серверы баз данных электронного документооборота, сервер безопасности, сервер приложений, объединенные между собой внутренней виртуальной сетью.

Полезную модель проиллюстрирована схема рабочего процесса (рисунок 1). Как показано на рисунке 1, система разделена на сервер 1 внутренний RAID-массив, 2 и модуль управления питания 3, источник бесперебойного питания 4, 5 локальную сеть, сетевой дисковый RAID массив 6. Основными компонентами виртуальной среды 7, в которой работают виртуальные машины: сервера базы данных 8, сервера проверки электронной цифровой подписи 9 и сервера приложений 10, взаимодействующие с локальными пользователям 11 и удаленными пользователями 12 через Интернет-шлюз 13.

Система работает следующим образом: файлы виртуальной машины расположены на внутренних RAID-массив 2 и управляемой подсистемой контроля питания 3. Локальные пользователи получают доступ к 11 система электронного документооборота через локальную сеть 5 и 12 мобильных пользователей через интернет-шлюз 13. Для повышения производительности 1 основного сервера электронные образы документов хранятся в выделенной сетевом дисковом массиве 6, что позволяет также снизить объем файлов

виртуальной машины и обеспечить масштабируемость подсистемы хранения файлов. Для нормального функционирования системы электронного документооборота питания 1 первичный сервер, сетевой RAID-массивы, сетевые концентраторы локальной сети, подключены к источнику бесперебойного питания 4 и управляются программным комплексом контроля питания 3, который в случае отключения питания предупреждает пользователей о необходимости завершить работу безопасно и завершает работу виртуальной среды, основного сервера и сетевого дискового массива.

Возможно так же применение облачных технологий хранения, но для этого требуются дополнительные исследования в отношении безопасности такого решения.

Дальнейшее развитие системы возможно за счет замены физического хранения данных на виртуализованное хранилище данных [6]. Возможно так же применение облачных технологий хранения, но для этого требуются дополнительные исследования в отношении безопасности такого решения. Система позволяет за счет использования виртуальной среды, модуля управления питанием и RAID-массивов обеспечить безопасную и отказоустойчивую работы системы электронного документооборота, а также более эффективное использование системных ресурсов и снизить стоимость эксплуатации системы.

Список использованных источников

1. Электронный документооборот как способ оптимизации бизнес-процессов [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.kp.ru/guide/ielektronnyi-dokumentooborot-na-predprijatii.html

2. Махоркин С.Ю. Применение технологий виртуализации в экономических ИТ-средах // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – №10(064). С. 204 – 214 (дата обращения 15.05.2014)

3. Патент № 107623 РФ МПК G06Q10/00. Автоматизированная система документооборота / Хамитов Р.М., Морин С.В., Феоктистов А.В.; РФ Сибирский гос. индустр. ун-т - № 2010151960/08, Заявл. 17.12.2010; Опубл. 20.08.2011 бюл. № 23

4. Поляк Ю.Е. Новости электронного документооборота // «Информационные ресурсы России», 2012. №6

5. Сергеев Ю.К. Использование технологий виртуализации для защиты информации // Вестник РГГУ. 2009. № 10. Сер. Информатика

6. Виртуализация: одно из важнейших направлений современной индустрии хранения данных / Компания СТОРУС [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://storusint.com/articles/ob_3.html.

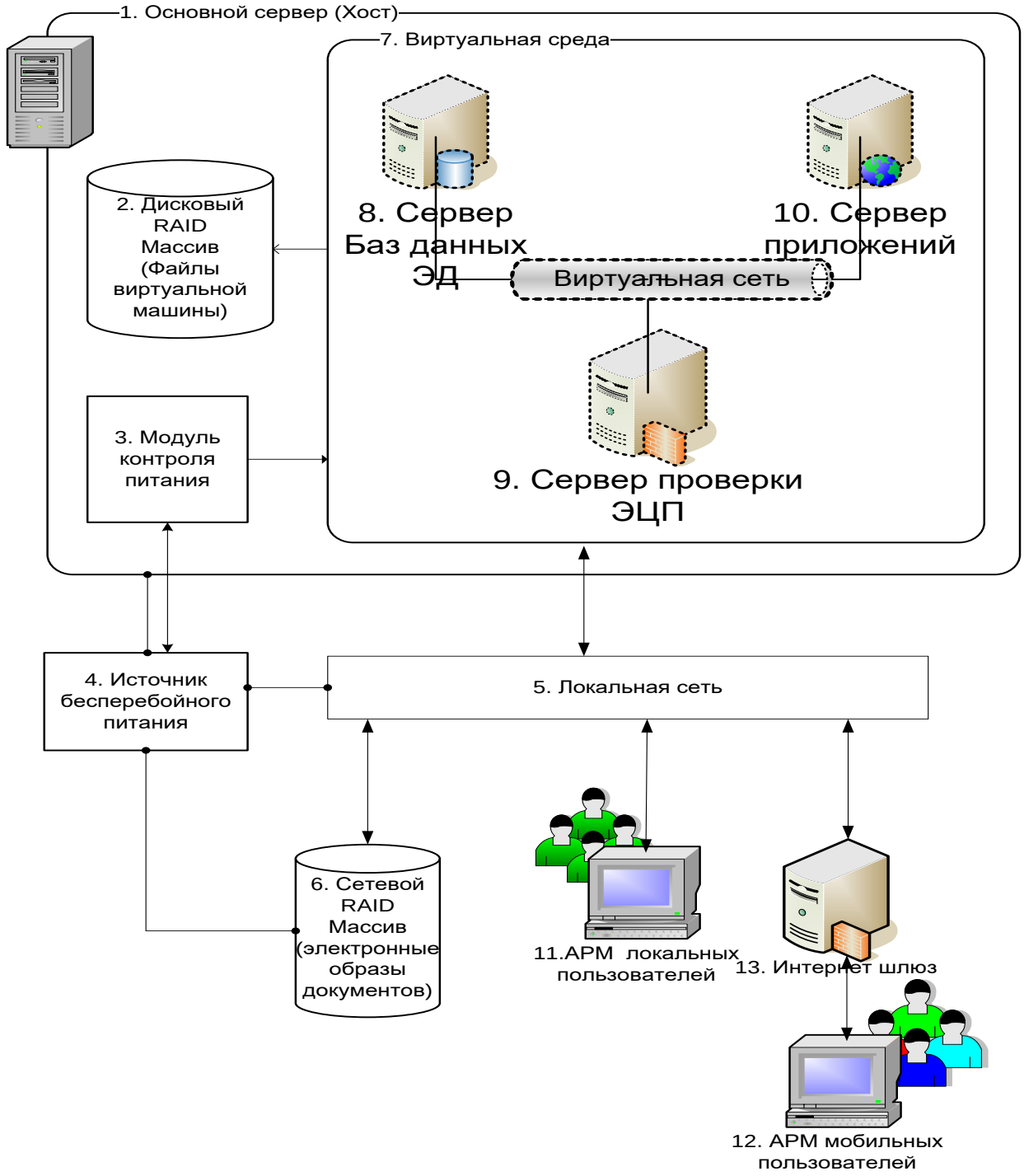


Рисунок 1 – Схема автоматизированной системы документооборота

УДК 651.011.42

Совершенствование работы с документами в Администрации Кузедеевского сельского поселения

Николаева А.Ю. [1], Борщинская Е.А. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье сделан анализ организации работы службы документационного обеспечения местного самоуправления в Кузедеевском сельском поселении, обоснованы предложения по совершенствованию документирования управленческой деятельности.

Ключевые слова: документооборот, делопроизводство, управление документами.

Актуальность темы определяется недостаточной проработкой проблемы совершенствования документирования управленской деятельности в администрации Кузедеевского сельского поселения, что негативно влияет на эффективность труда, а именно, несвоевременное выполнение заданий руководителя, некачественное ведение документации, несоблюдение сроков предоставления муниципальной услуги, недостоверные сведения, что в свою очередь ведет к материальным издержкам, низкому уровню исполнительной дисциплины, ухудшению культуры обслуживания.

Администрация Кузедеевского сельского поселения – это исполнительно-распорядительный орган местного самоуправления поселения. Администрация поселения обладает правами юридического лица и является муниципальным казенным учреждением, образуемым для осуществления управленческих функций, и подлежит государственной регистрации в качестве юридического лица в соответствии с Федеральным законом [1].

Администрация Кузедеевского сельского поселения как юридическое лицо действует на основании общих для организаций данного вида положений Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации применительно к казенным учреждениям [2].

В администрации Кузедеевского сельского поселения отсутствуют подразделения делопроизводственной службы. Всю работу с документами выполняет ведущий специалист. Для эффективного ведения делопроизводства должно быть задействовано оптимальное количество специалистов, а значит, в случае необходимости необходимо создать подразделение делопроизводственной службы.

Объем документооборота в администрации – 4294 документа в год. Соотнесем полученные данные по объему документооборота с числом, работников, занятых в делопроизводстве. Методика расчета численности службы ДОУ на основе объема [3] показывает следующее (формула 1):

$$Н_д = 0{,}00016 * Д^{0{,}98} * Р^{0{,}1} \quad (1)$$

где $H_д$ - количественный состав службы делопроизводства;

0,00016 - постоянный коэффициент среднего уровня производительности труда;

Д - объем документооборота в год;

Р - численность работников аппарата управления (в нашем случае – 2 штатные единицы).

$$Н_д = 0,00016*4294^{0,98}*2^{0,1} =1,11$$

Число работников, занятых в делопроизводстве (1 специалист по работе с документами) соответствует расчетному значению.

Объем документооборота администрации Кузедеевского сельского поселения соответствует организации 4-ой категории с документооборотом – менее 10 тысяч документов в год [4]. С таким объемом вполне под силу справиться одному специалисту, необходимости в создании отдела документационного обеспечения нет.

В компетенцию данного работника входят следующие обязанности:

– исполнять приказы, распоряжения и указания руководителей, отданные в пределах их должностных полномочий;

– своевременно рассматривать обращения граждан и общественных объединений;

– принимать и сортировать почту, отправлять адресатам исходящие документы;

– регистрировать документы;

– доводить документы до исполнителей, рассылать документы;

– контролировать прохождение документов и соблюдение сроков исполнения документов,

– подшивать и хранить документы в соответствии с номенклатурой дел;

– готовить к сдаче и сдавать документы в архив;

– выписывать путевые листы и регистрировать их;

– выписывать командировочные удостоверения и регистрировать их;

– регулировать приём граждан и вести книги регистрации устного приёма граждан главой администрации района;

– отправлять телефонограммы, оповещать сотрудников администрации о совещаниях, собраниях и т.п.;

– составлять номенклатуры дел;

– составлять отчёты о характере обращений граждан в органы местного самоуправления муниципального района;

– вести учёт визитов должностных лиц; готовиться к визитам и оформлять отчёты по представительским расходам;

– оформлять подписку на периодические издания;

– выполнять диспетчерские функции;

– работать с письмами и обращениями граждан по поручению главы администрации поселения;

– нести ответственность за подготовку и проведение выборов;

– нести ответственной за работу Совета народных депутатов Кузедеевского сельского поселения.

– вести книгу регистрации Постановлений Главы Кузедеевского сельского поселения, книгу регистрации Решений Совета народных депутатов Кузедеевского сельского поселения;

– следить за текстовым наполнением сайта, постоянным обновлением информации.

В ходе исследования было также выявлено, что в администрации Кузедеевского сельского поселения отсутствует архивное подразделение. Все дела за последние 5 лет хранятся у главного специалиста, ответственного за архивное ведение документации, а потом отправляются на хранение в архив Новокузнецкого муниципального района, согласно, номенклатуры дел. Документы постоянного срока хранения до момента передачи на постоянное хранение в архивный отдел администрации Новокузнецкого муниципального района, документы временного срока хранения до момента их уничтожения, а также документы по личному составу хранятся в администрации Кузедеевского сельского поселения в пределах установленных сроков хранения и находятся в ведении главного специалиста Кузедеевского сельского поселения, ответственного за сохранность, учет, отбор, упорядочение и использование архивных документов. Ответственным лицом за организацию работы архива и выдачу дубликатов с архивных документов является ведущий специалист по нотариальным сделкам и архивному хранению документов Администрации Кузедеевского сельского поселения.

В качестве направления совершенствования были выбраны следующие задачи:

В первую очередь необходимо заняться помещением, отведенным для хранения архивной документации и обеспечить соответствие его требованиям к зданиям и помещениям архива, прописанных в «Основных правилах работы архивных организаций» [5], оно должно быть безопасными в пожарном отношении, гарантированно защищенными от затопления, обязательно должна быть оборудована пожарно-охранная сигнализация; оптимальный температурно-влажностный режим, который контролируется с помощью термометров и гигрометров.

Далее необходимо разработать и ввести в действие локальный нормативно-правовой документ в виде Положения об архиве Администрации Кузедеевского сельского поселения, которое позволило закрепить общие положения, терминологию, состав документов архива, задачи и функции архива, права архива, ответственность за архив.

Также, для качественного формирования архивных фондов поселений, правильной постановки делопроизводства руководителю органа местного

самоуправления необходимо создать экспертную комиссию по работе с архивными документами, разработав положение об экспертной комиссии, назначить ответственных за делопроизводство и архив.

Для полноты отбора документов на постоянное хранение, необходимо наладить взаимодействие с Новокузнецким муниципальным архивом для получения в случае необходимости, своевременной и необходимой методической и практической помощи, в том числе в составлении номенклатур дел.

Кроме того, необходимо организовать работу по проведению периодических проверок наличия и состояния дел в Администрации Поселения, с целью недопущения фактов утраты архивных документов.

Список использованных источников

1. Устав Кузедеевского сельского поселения[Электронный ресурс] утвержден решением Совета народных депутатов от 01.06.2012г. №57 «О принятии Устава муниципального образования "Кузедеевское сельское поселение» – Режим доступа: http://www.kuzedeevskoe.ru/administracziya/polnomochiya.html (дата обращения 22.01.2018).

2. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс] от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2017). – Режим доступа: http://base.garant.ru/186367 (дата обращения 22.01.2018).

3. Ларин В.М. Документоведение [Текст]: учебник для студентов зав. высш. образования /В.М.Ларин, Е.А.Плешкевич, В.Ф.Янковая / под ред. М.В.Ларина. – М.: «Академия», 2016.-320 с.

4. Басаков М.И. Документационное обеспечение управления (Делопроизводство) [Текст]: учебник для вузов / М.И. Басаков. - Рн/Д: Феникс, 2013. - 350 с.

5. «Основные Правила работы архивов организаций» [Электронный ресурс] одобрены решением Коллегии Росархива от 06.02.2002 – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40984 (дата обращения 22.01.2018).

УДК 378

Предпосылки и формы реализации информационных технологий в государственном и муниципальном управлении

к.ф.-м.н. Новоселова Д.В. [1]

[1]ФКОУ ВО «Кузбасский институт Федеральной службы исполнения наказаний», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация рассмотрены основные понятия информатизации в Российской Федерации. Приведены примеры современных реализаций информационных технологий в государственном и муниципальном управлении.

Ключевые слова: информация, информационные технологии, муниципальные и региональные органы власти

В настоящее время понятие информация, информационные технологии, информационно-коммуникационные технологии и т.п. на территории Российской Федерации закреплены в Федеральном законе от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 25.11.2017) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». В указанном законе понятие *информационные технологии* трактуется как «процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов» [1]. Исходя из данного определения можно сделать вывод, что информационные технологии участвуют во всех общественных процессах, следовательно, они играют огромную роль государственном и муниципальном управлении (далее ГМУ).

В современное время цели современного управления воплощают муниципальные и региональные власти, как по территории Российской Федерации, так и по всему миру.

В ГМУ широко используются возможности интернета. В интернет ресурсах отражаются официальные документы, данные о производительности труда, сведения о распределении бюджетных средств и о расходах, судебные процедуры, которые создаются государственными структурами. Государственные и муниципальные учреждения или организации (ГМО) зачастую используют современные технологии для публичных сообщений, отслеживания различных процедур. Примером данной технологии является подача заявок на получение различных разрешений.

Граждане Российской Федерации имеют возможность направлять свои жалобы и предложения при помощи новейших технологических решений. При выявлении введения необоснованных процедур и правил, все коммерческие организации и граждане получают гораздо больше возможностей. При анализе таких моментов появляется возможность исправления ошибок и нарушений. В традиционной форме общения власти и граждан в большинстве своем присутствует формальный стиль общения. При использовании интернета для прохождения информационных потоков, происходит налаживание диалога: власть становится ближе к гражданам.

В ГМУ появился новый термин — электронное правительство.

Для более детального представления нового термина электронное правительство, рассмотрим общие характеристики внедрения.

Электронное правительство (далее ЭП) применяется для сокращения сроков оказания государственных услуг, их качества и доступности, снижения административной нагрузки на население и организации. Данный процесс связан с тем, что снижается количество вынужденных очных обращений, упрощается процесс подачи документов и т.п.. Сам термин ЭП представляет собой применение новейших информационных технологий для построения системы взаимодействия органов государственной и муниципальной власти с гражданами (населением) при помощи сети Интернет.

При формировании ЭП в Российской Федерации ставятся следующие цели:

– расширение возможностей доступа к информации, предоставляемой органами государственной власти;

– повышение открытости информации, предоставляемой органами государственной власти;

– участие населения РФ и институтов гражданского общества в процессах формирования решения государственного управления;

– Повышение качества административно-управленческих процессов;

– Необходимость на всех уровнях управления государством усовершенствование информационно-аналитического обеспечения;

– Обеспечение оперативности и полноты контроля за результативностью деятельности органов государственной власти;

– Обеспечение требуемого уровня информационной безопасности функционирования государственных органов;

– Повышение качества и доступности предоставляемых гражданам и организациям государственных услуг;

– Для качественного оказания услуг необходимо: сократить сроки и упростить процедуру;

– Снижение административных издержек со стороны граждан и организаций, связанных с их получением;

– Для работы по обслуживанию населения необходимы единые стандарты.

Из представленных выше целей ЭП мы можем резюмировать, что само ЭП не является аналогом или продолжением традиционного правительства, оно лишь создает новый способ использования информационно-коммуникационных технологий более эффективного предоставления государственных услуг [2].

ЭП как часть электронного государства в Российской Федерации строится и развивается в рамках Федеральной целевой программы «Электронная Россия» (далее «ЭР»), которая основывается постоянно обновляющихся и пополняющихся нормативно-правовых актах.

Регулярно с 2006 года Правительственной комиссией по проведению административной реформой рассматривается вопрос об использовании ИКТ качественной, понятной и упрощенной работы по взаимодействию государственных и муниципальных органов исполнительной власти с населением (гражданами РФ) и организациями.

В тоже самое время в 2006 году произошло сосредоточения выделяемые бюджетных средств на решение основных задач по формированию ЭП, для этого были внесены изменения в федеральную целевую программу «ЭР». Для того, чтобы межведомственный документооборот и электронное взаимодействие стало качественно функционировать, с 2007 года производится финансирование работ, в рамках программы, по переводу государственных услуг в электронный вид. Сейчас уже полностью работает принцип «одного окна» для населения и организаций.

Подводя итог можно сказать, что с 2008 года воля Президента РФ о переходе государственных услуг в электронный вид для реализации системы отношений «ведомство – потребитель государственной услуги» полностью реализовано. Это выражено в том, что:

1. Сформирована и реализована целая система поручений Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации;
2. Разработаны и утверждены законодательная и правовая база;
3. Сформирован список основополагающих услуг для перехода к электронному виду;
4. Произведено финансирование реализации Федеральной Целевой Программы «ЭР». [3]

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 25.11.2017) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
2. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Информационное общество (2011 - 2020 годы)».
3. Постановление Правительства РФ от 10.09.2009 г. № 721 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Электронная Россия (2002—2010 годы)»».

УДК 303.6:378.014.61

Анализ методов, применяемых для оценки качества образования

Прохорова А.А. [1], Кольчурина И.Ю. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье представлены основные методы оценки качества образования. Метод анкетирования обеспечивает эффективное выявление недостатков, возможных рисков, а также используется для оценки удовлетворенности обучающихся качеством полученного образования.

Ключевые слова: качество образования, методы оценки, контент-анализ, стандартизированное наблюдение, анкетирование, анкета.

Под качеством образования понимается характеристика системы образования, отражающая степень соответствия реальных достигаемых образовательных результатов нормативным требованиям, социальным и личностным ожиданиям. Неотъемлемым элементом эффективной работы системы высшего образования является постоянное проведение оценки ее качества, что с точностью позволяет нам не только выявить и устранить в будущем недостатки и минусы данной системы, но и опробовать совершенно новые методики преподавания, а также определить их эффективность.

Оценка качества образования необходима для выявления сильных и слабых позиций в организации образовательного процесса, определение рисков каждой образовательной программы, которые снижают ее качество, ослабляя ее конкурентоспособность на рынках образовательных услуг и труда.

К основным методам оценки можно отнести:

– контент-анализ – формализованный количественный метод анализа, позволяющий дать числовую оценку содержанию информационного источника;

– стандартизированное наблюдение – тип целенаправленного структурированного наблюдения, при котором заранее определяются процедуры исследования и элементы изучаемой ситуации, имеющие наибольшее значение для реализации целей исследования. Позволяет получить информацию оперативно об объекте изучения, без опосредствующих звеньев при соблюдении четко формализованных процедур и инструментов;

– анкетирование — психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета. Позволяет в короткий срок получить большой объем информации [1].

Рассмотрим метод анкетирования. Анкета представляет собой список вопросов, на которые должен ответить опрашиваемый (респондент). Составлению анкеты предшествует большая исследовательская работа, описанная в трудах по социометрии, имеющая целью учесть психологию респондента, предугадать его реакцию на ту или иную форму вопроса, степень его искренности и возможность сформулировать недвусмысленный ответ.

Совокупность ответов должна дать характеристику изучаемой проблемы. Анкета является довольно тонким и гибким инструментом, т.к. требует тщательной проработки. Здесь нужно учитывать все: тип и формулировку вопросов, их количество и последовательность, уместность и корректность. На её разработку может уйти от одной до нескольких недель работы. Анкетирование может проводиться двумя способами: анкетный опрос, который проходит в устной форме, т.е. регистратор сам заполняет бланк со слов респондента (экспедиционный способ); другая форма – письменная (метод саморегистрации), когда респондент заполняет анкету собственноручно [2].

В настоящее время применяются различные виды анкетирования, такие как раздаточное, почтовое и с помощью средств массовой информации [3].

Раздаточное анкетирование предусматривает непосредственное получение респондентом анкеты от исследователя и отличается практически 100 %-ным возвратом анкет и таким же уровнем их заполнения. Почтовое анкетирование подразумевает рассылку анкет респондентам, но при таком виде анкетирования вероятен довольно малый процент возврата анкет. Анкетирование с помощью СМИ – размещение анкет в различных журналах и газетах.

Чаще всего вопросы, предлагаемые в анкетах, бывают двух типов:

1) открытый вопрос, требующий конкретного ответа;

2) закрытый вопрос, требующий ответа «да» или «нет» [3].

Таким образом, для оценки качества образования были выявлены основные преимущества методики анкетирования:

– предложенная методика является гибкой и адаптируемой: объектом исследования могут выступать факультет, направление, образовательная программа, дисциплина;

– в методике представлен простой в понимании алгоритм оценивания удовлетворенности качеством полученного образования;

– при анализе удовлетворенности качеством полученного образования возможно наглядное графическое представление на профиле сильных и слабых сторон организации образовательного процесса;

– сравнение полученных показателей со средним уровням по университету позволяет снизить уровень субъективизма в экспертных оценках;

– результаты оценивания удовлетворенности студентов качеством полученного образования могут учитываться при корректировке механизмов организации образовательного процесса;

– руководство университета может использовать данную методику для совершенствования механизма управления образовательным процессом в вузе.

Недостатками методики следует считать:

– субъективность в оценках респондентов;

– недостаточная полнота полученной и используемой для анализа информации из-за ограниченного количества вопросов разработанной анкеты;

– высокие требования к квалификации экспертов, достаточный уровень знаний об образовательной деятельности и специфике учебных подразделений [4].

В работе проведена апробация применения метода анкетирования для оценки качества образования в Сибирском государственном индустриальном университете обучающимися. Была разработана форма анкеты, распространена по структурным подразделениям университета. Затем, после ее распространения анкеты заполнялись, осуществлялся их сбор и проводился анализ данных, на основе которых формировался вывод о полученных результатах. На этих основаниях разрабатывались рекомендации по повышению качества образования [5].

В ходе анализа методики продемонстрирована работоспособность предложенного инструментария, основным преимуществом анкетирования является то, что в результате обработки ответов может быть получена количественная, статистическая характеристика изучаемого явления, выявлены и смоделированы причинно-следственные связи. Таким образом, с учетом вышеуказанных преимуществ и недостатков, разработанная методика может эффективно использоваться для оценки удовлетворенности обучающихся качеством полученного образования.

Список использованных источников

1. Киселев В.Л. Методология и методы психолого-педагогических исследований: Учебное пособие для студентов 3–5-х курсов педагогических вузов по специальности «031000 – Педагогика и психология»/ Г.Х. Валеев.– Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. ин-т, 2002.– 134 с.

2. Коновалова М.А. Экспериментальная психология: конспект лекций [Электронный ресурс]: большая электронная библиотека e-Reading. – Режим доступа: http://www.e-reading.club/bookreader. php/97792/Konovalova_-_Eksperimental'naya_psihologiya__konspekt_ lekciii.html – Загл. с экрана.

3. Горшкова А.В. Анализ инструментария, применяемого для обработки результатов анкетирования [Текст] / А.В. Горшкова, И.Ю. Кольчурина // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сборник научных статей II Международной научно- практической конференции.–М.:СибГИУ, 2016. – С. 3–5

4. Решетнев А.А. Методика анкетирования [Электронный ресурс]: КиберЛенинка – научная электронная библиотека. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-posledovatelnoy-obrabotki-rezu-ltatov-anketirovaniya-sovokupnosti-oprashivaemyh-razbitoy-na-raznove-likie-vyborki – Загл. с экрана.

5. Кольчурина И.Ю. Исследование удовлетворенности студентов качеством образовательных программ: опыт СибГИУ// И.Ю. Кольчурина, Е.С. Епифанцева, Р.С. Хаджиева// Ресурсоэффективные системы в управлении и контроле: взгляд в будущее: сборник научных трудов / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – Томск, 2017. С. 172.

УДК 303.6:378-057.875

Анализ результатов анкетирования обучающихся СибГИУ

Пустуев А.Н.[1], Кольчурина И.Ю.[1], Кольчурина М.А.[1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье приведены результаты оценки удовлетворенности обучающихся качеством образовательных программ.

Ключевые слова: Анкетирование, удовлетворенность обучающихся, анализ результатов анкетирования.

Работы по оценке удовлетворённости потребителей начинаются с группировки потребителей по различным признакам или их совокупности, т.е. определения конкретных групп потребителей, удовлетворённость которых организация будет оценивать, и определения объектов оценки для каждой группы.

На следующем этапе определяются оценочные показатели по каждому объекту оценки для конкретных групп потребителей.

Результаты работы целесообразно свести в таблицы, что обеспечит удобство и оперативность их использования.

Вполне имеет смысл также сгруппировать оценочные показатели по следующему принципу:

– общие для разных групп потребителей;

– специфические для каждой группы потребителей.

После проведения вышеназванных работ разрабатываются анкеты (вопросники для опроса и интервью), которые подготавливаются и представляются потребителю для заполнения. Анкету необходимо построить таким образом, чтобы вопросы группировались по определенным, характерным для конкретно группы потребителей объектам оценки и их показателям.

При проведении работ по оценке удовлетворённость потребителей следует учитывать мнение определенного числа потребителей. Количество опрошенных индивидуальных потребителей для получения надёжных результатов должно оставаться желательно не менее 100 [1].

Деятельность по оценке удовлетворённости обучающихся в рамках университета осуществляется Комитетом качества образования в составе объединённого совета обучающихся при поддержке кафедры социально-гуманитарных дисциплин.

Исследование качества образования в условиях ФГБОУ ВО «СибГИУ» проводилось в период с декабря 2016 года по май 2017 года с охватом 80 % обучающихся по всем направлениям подготовки и специальностям, реализуемым университетом.

В ходе исследования были опрошены обучающиеся 7 институтов университета в количестве 2852 человека. В общем количестве принято 2179

анкет обучающихся и выпускников. С учетом обычной для таких исследований погрешности ± 5 % выборку считаем вполне репрезентативной.

Результаты анкетирования позволяют сделать следующие выводы: обучающийся доволен отношением в коллективе своей студенческой группы (70,4 % опрошенных), методическим обеспечением изучаемых курсов (65,9 %), доволен своими успехами и достижениями, а также признанием этих успехов и достижений (60,1 %). Самые низкие оценки получают здесь удовлетворенность получением льгот, медицинского обслуживания и состоянием аудиторий (41,1 % – 39,9 % – 54,2 % соответственно). Так, согласно мнению 42,2 % опрошенных, аудитории полностью оснащены всем необходимым, 29,2 % студентов считают, что оборудование, используемое на практиках и лабораторных, уже не применяют на предприятиях, а 19 % говорят об отсутствии оборудования. Следует обратить внимание на высокий процент неудовлетворенности обучающихся условиями организации учебного процесса, а именно расписание учебных занятий и недостаточное количество часов для изучения более важных дисциплин.

Оценивая качество полученных в вузе знаний, 51,8 % оценили его как «хорошее», 8,9 % как «отличное», 36,3 %, как «удовлетворительное» и 4,8 % как «плохое». Цифры показывают, что большинство обучающихся, удовлетворены качеством получаемых знаний и дают им положительную оценку (рисунок 1).

При оценке практической применяемости лекций, семинаров и лабораторных занятий большинство респондентов, а именно 69,6 %, дали ответ: «материал содержит как полезную, так и не нужную информацию», 31,5 % – учебный материал полностью соответствует их специальности, а 1,8 % считают, что материал не соответствует реальности, по причине его неактуальности, как следствие маловероятно, что ему найдется практическое применение в дальнейшей профессиональной, трудовой деятельности обучающихся (рисунок2).

Среди проблем в организации учебного процесса респонденты выделяют следующие: 50,6 % – «недостаточное количество часов для более важных дисциплин», 17,3 % – «перегруженность занятиями», 19,6 % – «несоответствие изучаемых дисциплин получаемой специальности», 16,1 % – «качество и актуальность предоставляемой информации». В графе для ответа «Другое» многие студенты упоминают дисциплину ОППД (Основы планирования профессиональной деятельности), а также большое количество курсовых, подлежащих выполнению. Результат опроса показывает, что большинство мнений респондентов сходятся в отношении вопроса о количестве академического времени, отводимого на изучение, по их мнению, более важных дисциплин (рисунок 3).

На вопрос об информативности лекций, подавляющее большинство респондентов, а именно 58,9 %, ответили, что лекции насыщены полезной информацией. 19 % обучающихся считают, что информация, выдаваемая на лекциях, не связана с практической деятельностью, не отражает их

профессиональную деятельность, а согласно мнению 15,5 % обучающихся – лекции не информативны. 8,9 % обучающихся отмечают, что лекции в ряде случаев не соответствуют предмету. Как отмечают сами обучающиеся, иногда вместо прослушивания и изучения лекционного материала, они слушают истории из личной жизни преподавателя, которые никак не связаны с дисциплиной, некоторые выражают недовольство по поводу большого количества людей и связанного с этим шумом на лекциях. Таким образом, большинство обучающихся считают, что уровень информативности лекций достаточно высок, однако многие не удовлетворены качеством выдаваемого материала на занятиях, его целесообразностью (рисунок 4).

За время обучения в вузе 51,8 % отметили, что не принимали участие ни в каких формах студенческой активности, 21,4 % признали, что принимали участие в студенческой самодеятельности, 14,3 % отметили участие в спортивных соревнованиях и 8,9 % продекларировали свою связь с работой старост. Доля респондентов, принимавших участие в следующих формах студенческой жизни: был членом студенческого совета (5,3 %), был членом профкома студентов (7,7 %), был членом студенческого клуба (2,9 %), входил в студенческий актив (7,1 %) (рисунок 5).

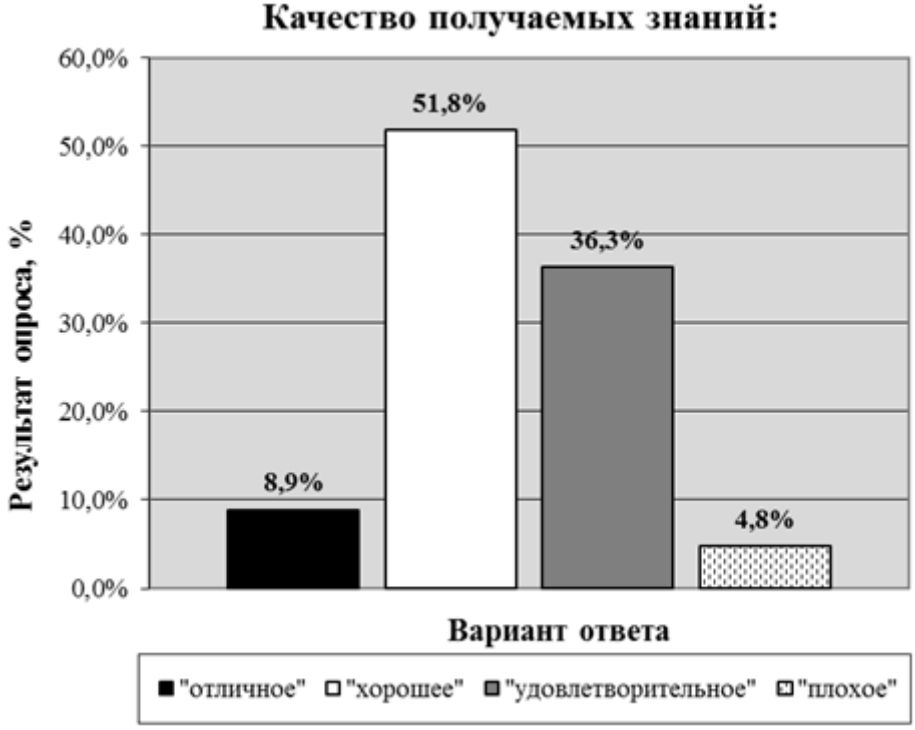


Рисунок 1 – Качество получаемых знаний

Рисунок 2 – Практическая применяемость знаний

Рисунок 3 – Организация учебного процесса

Рисунок 4 – Информативность лекций

Рисунок 5 – Участие в студенческой жизни

Результаты анализа анкетирования позволяют:

– определить удовлетворенность обучающихся;

– выработать рекомендации по улучшению качества образования;

– проблемы в образовательной деятельности [2].

По результатам анкетирования были поставлены следующие задачи: расширенное изучение причин неудовлетворенности обучающихся учебной дисциплиной «Основы планирования профессиональной деятельности» и опрос обучающихся заочной формы.

Список использованных источников

1. Иванов, Б.В. Системы, методы и инструменты менеджмента качества [текст]: учебник для вузов / Б.В. Иванов, М.М. Кане, В.Н. Корешков, А.Г. Схиртладзе. – Санкт-Петербург: СПб, 2009. – 432 с.

2. Кольчурина И.Ю. Исследование удовлетворенности студентов качеством образовательных программ: опыт СибГИУ// И.Ю. Кольчурина, Е.С. Епифанцева, Р.С. Хаджиева// Ресурсоэффективные системы в управлении и контроле: взгляд в будущее: сборник научных трудов / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – Томск, 2017. С. 172.

УДК 33.334.72

Вопросы маркетинга продуктов научно-технической деятельности

Сысоева Н.В. [1], **Никитина А.И.** [1]

Научный руководитель: к.т.н. Гальцева О.В. [1]

[1]Томский политехнический университет», г. Томск, Россия

Аннотация: В статье показаны актуальные проблемы, связанные с вопросами оценки научно-технической продукции. Приведена характеристика рынка продуктов научно-технической деятельности. Рассмотрены особенности данного вида продукции. Показано, что трудности оценки затрат средств и времени на реализацию продукта научно-технической продукции напрямую связаны с тем, что исследуемый продукт чаще всего представлен в нематериальной форме.

Ключевые слова: научно-технический продукт, маркетинг, рынок, интеллектуальный труд, технический прогресс, startup, трансфер технологии.

Современный мир очень динамичен и изменчив. Это в полной мере относится и к современному рынку: растут требования потребителей к продукции и услугам, развиваются технологии, изменяются условия конкурентной борьбы [1]. Поэтому успешная работа любой организации неосуществима без постоянного совершенствования ее деятельности, нацеленной на улучшение качества продукции и услуг [2]. Совершенствование деятельности организации невозможно без периодического анализа фактического состояния работы по качеству и ее результатов. Только опираясь

на результаты такого анализа, можно наметить и реализовать следующие шаги к улучшению деятельности [3]. Обобщая структуру международных стандартов, их принципы, предлагаемые инструменты, методики, рекомендации и лучший опыт практического применения, выстраивается методическая последовательность шагов или процесс. Безусловно, производственный прогресс напрямую связан с развитием рынка научно-технической продукции (НТП) [4, 5]. В свою очередь, эта продукция представляет собой не всегда материальную форму.

К особенностям НТП можно отнести следующее: это продукция, требующая при разработке использование научного труда высокой квалификации, она должна проектироваться с учетом ее дальнейшего технического использования. К таким продуктам относятся отчеты по научно-исследовательской и проектно-конструкторской работе, изобретения, полезная модель, программные продукты, бизнес-планы и т.д.

В этой связи возникает ряд вопросов:

- как оценить результаты интеллектуального труда?
- как реализовывать такого рода продукт? и т.д.

В таблице 1 отражены характерные черты рынка научно-технической продукции.

Таблица 1 –Характеристика рынка научно-технической продукции

Критерии оценки	**Рынок** научно-технической продукции
Особенности товара	Знания (научные идеи, знания, статьи и т.д.)
Основные субъекты рынка	НИИ РАН, отраслевые НИИ, ВУЗы, исследовательские лаборатории, проектные организации, КБ и др.
Покупатели	Предприятия, имеющие возможность довести научно-техническую продукцию до стадии внедрения в производство
Виды инфраструктуры	Система информационного обеспечения; Система экспертизы; Система финансово-экономического обеспечения; Система сертификации; Система подготовки и переподготовки кадров; Система координации и регулирования развития
Особенности информационного обеспечения	Научные мероприятия различного уровня

Для решения поставленных вопросов определим понятие маркетинга НЦП. Согласно [6], под этим понимается система (процесс), задача которой продвинуть или распространить научные или научно-технические продукты (в том числе продукты интеллектуальной деятельности).

Иногда понятия НТП и инновационной продукции объединяют или путают, но это совершенно разные понятия [4]. Допустим, на основании разработанного образца было запущено производство продукта. До производства этот образец в виде проекта является НТП. После постановки на производства продукт переходит в разряд инновационной продукции, то есть можно сказать, что рынок НТП является предшественником рынка инновационной продукции.

На сегодня одной из наиболее перспективных форм продвижения НТП является «*стартап*».

Стартап – это новая фирма (предприятие, компания), которая создана для реализации интересных идеи (идей) для получения прибыли. Основное отличие этой формы заключается в том, что сначала предусматривается, что стартап будет находится на самофинансировании своих основателей (коллектив составляет не более пяти человек) [7]. Целью работы этой группы является привлечение средств на основании произведенного ими прототипа. Согласно прогнозам, высокотехнологичные решения станут одним из ведущих трендов венчурной индустрии в ближайшие годы [8].

В феврале 2018 года в г. Сочи заместитель губернатора Томской области по экономике Андрей Антонов заявил о планах создания специальной среды для студентов в г. Томск, где будут осуществляться возможности реализации идей, созданных студентами: "В основном, сейчас междисциплинарность студентов позволяет рождать новые идеи, и это понимают в крупных компаниях. Мы хотим создать так называемый startup village (стартап-деревня). В университетской среде мы сейчас создаем такую деревню, где крупные компании могли бы получить первый интерес от этих студентов, и студенты понимали бы, что, если есть идея, ты можешь по каким-то тематикам прийти в эту "деревню"…" [9].

Привлечение молодежи в этот сегмент научной деятельности является выигрышным, поскольку свежий взгляд, идеи дадут в конечном итоге плодотворный результат.

В современных условиях предпринимательского мира выигрывает тот, кто соблюдает золотое правило: *производить только то, что реализуется, а не продавать то, что производится*. Поэтому грамотная организация системы маркетинга НТП на предприятиях различного уровня становится актуальной задачей. В этой связи, задачи маркетинговой службы предприятий должны предусматривать в своей работе такие вопросы, как изучение рынка НТП и его прогнозирование, разработку программ по производству перспективных НТП; налаживание взаимосвязей, развитие служб сервиса, формирование портфелей технологий и т.д.

При формировании портфелей пректов широко применяются принципы оптимизации портфеля по критериям «риск – доходность» [5]. Технологии могут выбывать в связи с прекращением деятельности малого предприятия или утратой новизны или, наоборот, входить в портфель, если новая технология является поддерживающей по отношению к существующим. В этом случае можно создать новое предприятие либо действовать в рамках уже существующего, усовершенствовав продукт, предлагаемый им.

Необходимо понимать, что в сложившихся условиях существует потребность в поиске рационального сочетания традиционной и принципиально новой товарной продукции.

Организация работы маркетинговой службы отдельного предприятия в итоге вытекают в задачи целой страны, так как помимо реализации НТП в рамках отдельных субъектов нашей страны, необходимо учитывать вопросы трансфера технологий в разрезе мировой экономики.

Трансфер технологии представляет собой передачу научно-технических знаний и опыта для оказания научно-технических услуг, применения технологических процессов, выпуска продукции в глобальных масштабах.

Этот процесс, по своему экономическому контексту, осуществляется как в некоммерческой, так и в коммерческой (коммерциализация разработок) формах. При реализации НТП чаще всего используется некоммерческий трансфер технологий.

Трансфер НТП происходит, когда предприятие-разработчик новой технологии по тем или иным причинам не может успешно продать свои научно-технические продукты.

В заключении стоит отметить, что в настоящее время вопрос маркетинга продуктов научно-технической деятельности остается актуальным для исследования. Особенности данного вида продукции приводят к проблемам оценки затрат средств и времени для внедрения продукта, его готовности к промышленному производству, а это влечет за собой трудность определения стоимости продукта.

Список использованных источников

1. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика.- 2016. Т. 10. № 7. - С. 793-812.

2. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. С. 85-92.

3. Жуков В.Г., Чичерина Н.В., Демченко А.Р. Колледж как ресурсный центр по формированию профессионально-творческой компетенции будущих специалистов // Сибирский педагогический журнал.- 2011. - №9. - С. 250-258.

4. Корнилов С.С. Задача формирования портфеля технологий промышленного предприятия на основе анализа основных моделей и методов формирования портфелей проектов, Менеджмент в России и за рубежом, 2010. URL: http://www.mevriz.ru/articles/2010/2/6002.html (Дата обращения: 28.02.2018).

5. Актуальные вопросы экономики и управления интеллектуальной собственностью: монография / Под ред. В.Р. Смирновой. – М., Изд-во ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015. — 189 с.

6. Шамилишвили Д.А. Маркетинг научно-технической продукции // Труды V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», 2013. URL: https://www.scienceforum.ru/2013/103/4076 (дата обращения: 20.02.18).

7. Редько Л.А., Плотникова И.В. Опыт организации обучения управления качеством // Стандарты и качество. -2014. - №1(918). - С. 68-73.

8. ИТ-стартапы в России, 2017. URL: https://www.rvc.ru/press-service/media-review/venture/100708/ (Дата обращения: 27.02.2018)

9. Стартап-деревню для студентов планируют создать в Томской области, 2018. URL: http://tass.ru/forumsochi2018/articles/4962875 (Дата обращения: 28.02.2018).

УДК 37.015.3

Создание психологически безопасной и комфортной образовательной среды в современной школе

Тропезникова О.В.[1]

[1]Муниципальное общеобразовательное учреждение основная общеобразовательная школа № 14 хутора Прикубанского Славянского района Краснодарского края

Аннотация: Актуальной задачей в образовательном процессе является психическое здоровье обучающихся, индивидуализация образовательных маршрутов, создание психологически безопасной и комфортной образовательной среды. В работе показано, что новые стандарты меняют всю образовательную ситуацию в школе, ставя на первое место применение психологических знаний в организации процесса обучения и воспитания.

Ключевые слова: образование, психологическая безопасность, развитие личности, стандарты.

Федеральные государственные образовательные стандарты нового поколения задают качественно новое представление о том, каким должно быть содержание образования и его образовательный результат [1, 2]. В связи с этим меняются не только содержание УМК, требования к образовательным программам учреждений и учебным планам, но и представление о критериях мастерства учителя, целях и методах его работы. Изменения распространились и на содержание и способы оценки результата образования [3]. Целью образования становится общекультурное, личностное и познавательное развитие обучающихся [4].

Приоритетным направлением новых образовательных стандартов является реализация развивающего потенциала общего среднего образования, актуальной задачей становится обеспечение развития универсальных учебных действий как собственно психологической составляющей ядра образования. Изменение парадигмы педагогического образования и превращение его по существу в образование психолого-педагогическое, означает необходимость такого содержания, которое позволит осуществлять в процессе своей профессиональной деятельности обучение, ориентированное на развитие обучающихся, учет их особенностей и всестороннее раскрытие их интеллектуального и личностного потенциала [5].

Важное место в образовательном процессе занимают психическое здоровье обучающихся, индивидуализация образовательных маршрутов, создание психологически безопасной и комфортной образовательной среды. Введение нового стандарта общего образования существенно изменяет всю образовательную ситуацию в школе, определяя точное место *формам и видам приложения психологических знаний в содержании и организации образовательной среды школы.* Работа психолога [6], таким образом, становится необходимым элементом системы управления образовательным процессом школы, поскольку результаты его деятельности предполагают оценку качества обучения в школе по ряду обязательных критериев. Введение указанных критериев определяет весь процесс модернизации *психолого-педагогической подготовки участников образовательного процесса***.**

Целью психологического сопровождения является создание социально – психологических условий для развития личности обучающихся и их успешного обучения.

В ходе психологического сопровождения решаются следующие задачи:

- систематически отслеживать психолого-педагогический статус ребенка и динамику его психологического развития в процессе школьного обучения.
- формировать у обучающихся способности к самопознанию, саморазвитию и самоопределению;
- создать специальные социально-психологические условия для оказания помощи детям, имеющим проблемы в психологическом развитии, обучении.

Основные направления деятельности: психологическая диагностика, психологическое просвещение и профилактика, психологическое консультирование, коррекционно-развивающая работа, организационно-методическая работа.

Психологическое сопровождение участников образовательного процесса позволит повысить его эффективность. Положения и рекомендации психологов могут стать основой проведения мониторингов с целью оценки успешности личностного и познавательного развития детей, позволит сохранить единство преемственности ступеней образовательной системы [7].

Личностное развитие школьников является неотъемлемой составляющей образовательного процесса [8, 9]. Под влиянием средовых условий

формируются личностные структуры, свойства и качества личности, развиваются способности, которые воплощены в образовательной деятельности. Современный образовательный процесс направлен на формирование активного, деятельного, социально адаптированного человека, компетентного в решении жизненных задач.

С приходом в школу ребенок включается в систему учебных и общественных отношений, неразрывно связанных с общением. Этот процесс может инициироваться как потребностями самого ребенка, так и внешними требованиями. В ходе общения осуществляется взаимный обмен способами осуществления коммуникации, деятельностями, информацией познавательного и/или аффективно-оценочного характера, развивается система отношений между субъектами образовательного процесса. Отсутствие навыков конструктивного общения нередко становится причиной дезадаптации школьника и потери здоровья. Низкий уровень коммуникативной компетентности находит отражение в увеличении количества детей с высокой социальной и межличностной тревожностью. Все чаще наблюдаются случаи отвержения и травли детей одноклассниками, переживания одиночества, проявления враждебности и агрессии по отношению к сверстникам.

Способность строить взаимоотношения, преодолевать возникающие препятствия, управлять своим эмоциональным состоянием предопределяет будущий успех [10]. Все это придает особую актуальность воспитанию школьников умения сотрудничать и работать в группе, быть талерантным к разнообразным мнениям, уметь слушать и слышать партнера, свободно, четко и понятно излагать свою точку зрения на проблему

Если определенные умения не приобретаются на пороге взрослой жизни. Человек оказывается незащищенным перед трудностями, стрессовыми ситуациями, терпит неудачу в неформальных отношениях. В таблице 1 приведено некоторые фрагменты содержания дисциплины.

Таблица 1 – Содержание дисциплины

№ п\п	Тема	Цель	Наименование форм работы
1	Общение – основа взаимодействия человека друг с другом.	Знакомство с курсом, создание условий для обращения подростков к своему опыту общения, развития навыков знакомства	1.Знакомство с группой. Разминка 2. Игра «Найди пару» 3. Мини-лекция «Зачем нужно общение». 4. Упражнение «Интервью». 5. Итог занятия. Рефлексия
2	Кто я? Что не знаю о себе?	Создание условий для самоанализа подростков. Развитие навыков внимательного отношения к другому человеку	1.Приветствие 2.Анкета «Кто я?». 3.Упражнение «Я глазами других» 4. Упражнение «Сотвори друга» 5. Упражнение «Что в имени моем»

Продолжение таблицы 1

3	Понимание в процессе общения	Совершенствовать навыки подростков в умении преодолевать ошибки в понимании друг друга	1.Приветствие 2. Упражнение «Диктант» 3. Групповая дискуссия по вопросам: Понимание - эффективное общение; Что необходимо для взаимопонимания людей; Что препятствует взаимопониманию людей. 4. Упражнение «Продолжи фразу» 5. Упражнение «Мы с тобой сегодня похожи..»

Для знакомства старшеклассников с основными навыками коммуникативного общения, изучение личности и межличностных отношений с педагогом – психологом разработана программа элективного курса «Психология общения». На каждом занятии даются теоретические знания, диагностический материал, знакомство с психологическими методами, игры, самодиагностика; практические занятия проводятся с элементами тренинга и включают упражнения на закрепления теоретического материала.

В условиях школы, в рамках учебного процесса педагогами проводиться целенаправленная работа по формированию культуры общения старшеклассников. Во-первых, такая работа осуществляется в естественных ситуациях совместной учебной деятельности школьников; во-вторых, в специально организованной деятельности под руководством педагогов, психологов. В такой деятельности старшеклассники овладевают базовыми умениями организовывать и осуществлять деловое общение; эти же знания и умения в будущем могут быть реализованы в профессиональной деятельности.

Таким образом, введение новых образовательных стандартов требует модернизации системы управления школой: важное место в образовательном процессе должно занимать психическое здоровье учащихся, индивидуализация образовательных маршрутов, создание психологически безопасной и комфортной образовательной среды. Новые стандарты меняют всю образовательную ситуацию в школе, ставя на первое место применение психологических знаний в организации процесса обучения и воспитания.

Список использованных источников

1. Асмолов А.Г., Володарская И.А., Салмина Н.Г., Бурменская Г.В., Карабанова О.А. Культурно-историческая системно-деятельностная парадигма проектирования стандартов школьного образования // Вопросы психологии. – 2007. - №4. - С. 16-23.

2. Чичерина Н.В. Непрерывная технологическая подготовка студентов как современная педагогическая проблема // Ценности и смыслы. - 2012. - № 6 (22). - С. 135-145.

3. Косьмин А.Д., Кузнецов В.В., Кузнецова О.П., Гальцева О.В проблемы повышения эффективности инвестиций в образование // Креативная экономика.- 2016. Т. 10. № 7. - С. 793-812.

4. Деятельностная теория учения: современное состояние и перспективы. Материалы Международной научной конференции. Москва. 6-8

февраля 2014 г. – М.: Издательство Московского университета, 2014. – 384 с. http://www.psy.msu.ru/science/conference/learning/2014/proceedings.pdf

5. Асмолов А. Г. Системно-деятельностный подход в разработке стандартов нового поколения // Педагогика. – 2009. – №4. – С18-22.

6. Фельдштейн Д.И. Психолого-педагогические проблемы построения новой школы в условиях значимых изменений ребенка и ситуации его развития // Вестник практической психологии образования. – 2010. – №2. - С.12-18. http://psyjournals.ru/vestnik_psyobr/2010/n2/34549.shtml

7. Жуков В.Г., Чичерина Н.В., Демченко А.Р. Колледж как ресурсный центр по формированию профессионально-творческой компетенции будущих специалистов // Сибирский педагогический журнал.- 2011. - №9. - С. 250-258.

8. Редько Л.А., Плотникова И.В. Опыт организации обучения управления качеством // Стандарты и качество. -2014. - №1(918). - С. 68-73.

9. Ефремова О.Н., Плотникова И.В. Использование передовых технологий в процессе обучения студентов в техническом вузе // Образование и общество. – 2015. – № 94(5). – С. 48-52.

10. Калинюк Ю.В., Лаптева И.Д., Лощилова М.А., Морозова М.В., Павлючков Г.А., Демченко А.Р., Холина Л.А., Чичерина Н.В. Профессиональное самоопределение молодежи на региональном рынке как фактор устойчивой занятости // Сибирский педагогический журнал.- 2014. - № 6. С. 85-92.

УДК 006.067

Эволюция требований к системе менеджмента организации, выпускающей продукцию для железнодорожного транспорта

Фрянова Ю.И. [1], Кольчурина И.Ю.[1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Рассмотрены особенности стандарта ISO/TS 22163:2017 в системе менеджмента качества железнодорожной промышленности. Проведен сравнительный анализ стандартов ISO/TS 22163:2017 и IRIS.

Ключевые слова: стандарт, система менеджмента качества.

Железнодорожный транспорт играет важную роль в функционировании и развитии товарного рынка страны, в удовлетворении потребности населения в передвижении. Он является основным звеном транспортной системы России и большинства стран СНГ. Особая роль железных дорог Российской Федерации определяется большими расстояниями перевозок, отсутствием внутренних водных путей в главных сообщениях Восток – Запад, прекращением навигации на реках в зимний период, удаленностью размещения основных промышленных и аграрных центров от морских путей. В связи с этим на их долю приходится почти 50 % грузооборота и более 46 % пассажирооборота всех видов транспорта страны [1].

Поэтому для удовлетворения потребностей экономики в железнодорожных перевозках необходима железнодорожная техника и инфраструктура железных дорог, создание которой возможно только на основе инновационных подходов, направленных на обеспечение качества продукции.

Для эффективного управления качеством на предприятиях, осуществляющих производство подвижного состава, компонентов инфраструктуры и путевых машин для железных дорог, внедряются современные международные стандарты менеджмента.

IRIS (International Railway Industry Standard) – Международный Стандарт для Железнодорожной Промышленности, который был разработан Европейской ассоциацией железнодорожной промышленности (UNIFE) по инициативе производителей продукции для железнодорожной отрасли как отраслевой стандарт, созданный на основе универсального стандарта на системы менеджмента качества ISO 9001:2008. Цель данного стандарта заключается в создании системы менеджмента бизнеса, которая позволяет проводить постоянные улучшения, придавая особое значение предотвращению и снижению числа дефектов в цепи поставок железнодорожной продукции.

Но время не стоит на месте, и с выходом новой версии стандарта на системы менеджмента качества ISO 9001:2015 возникла необходимость пересмотра целого ряда стандартов, опирающихся на требования ISO 9001. В связи с этим, был разработан и принят первый международный отраслевой стандарт железнодорожного сектора ISO/TS 22163:2017.

Стандарт ISO/TS 22163:2017 разработан на базе стандартов ISO 9001:2015 и действующей версии IRIS 02.1, который главным образом коснулся производителей подвижного состава – вагонов, локомотивов, комплектующих узлов и деталей, а также компонентов инфраструктуры и путевых машин. Таким образом, требования стандарта ISO/TS 22163:2017 заменяют требования стандарта IRIS.

Исходя из выше сказанного, целесообразно провести сравнение требований данных стандартов, для того, чтобы понять, какие новые требования предъявляются стандартом ISO/TS 22163:2017. Анализ сравнения стандартов IRIS и ISO/TS 22163:2017 приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ сравнения стандартов IRIS и ISO/TS 22163:2017

IRIS	ISO/TS 22163:2017
4 Система менеджмента качества	**4 Среда организации**
	4.1 Понимание организации и её среды
	4.2 Понимание потребностей и ожидание заинтересованных сторон
	4.3 Определение области применения системы менеджмента качества
	4.4 Система менеджмента качества и её процессы
4.1 Общие требования	8.1.1 Планирование передачи процессов для выполнения сторонними организациями или передачи прав на процессы
	8.4 Управление процессами, продукцией и услугами, поставляемыми внешними поставщиками
4.2 Требования к документации	7.5 Документированная информация
4.2.1 Общие положения	7.5.1 Общие положения
4.2.2 Руководство по качеству	4.3 Определение области применения системы менеджмента качества
4.2.3 Управление документацией	7.5.1 Общие положения
	4.4.3 Система менеджмента качества и её процессы. Дополнительные положения
	4.4 Система менеджмента качества и её процессы
	7.5.2 Создание и актуализация
4.2.4 Управление записями	7.5.3 Управление документированной информацией
	7.5.2 Создание и актуализация
4.3 Менеджмент знаний	7.5.3 Управление документированной информацией
	7.1.6 Знания организации
4.4 Менеджмент Проектов с несколькими Площадками	8.1.1 Планирование передачи процессов для выполнения сторонними организациями или передачи прав на процессы
5 Ответственность руководства.	**5 Лидерство**
5.1 Обязательства руководства	5.1 Лидерство и приверженность
5.2 Ориентация на потребителя	5.1.1 Общие положения
	5.1.2 Ориентированность на потребителя
5.3 Политика в области качества	5.2 Политика
5.3.1 Бизнес-план.	5.2.1 Разработка политики в области качества
	5.2.2 Доведение политики в области качества
	5.2.3 Политика в области качества. Дополнительные положения
	5.2.4 Политика в области безопасности
	6.4 Бизнес-план

Продолжение таблицы 1

IRIS	**ISO/TS 22163:2017**
5.4 Планирование	**6 Планирование**
5.4.1 Цели в области качества	6.2 Цели в области качества и планирование их достижения
5.4.2 Планирование создания, поддержания и улучшения системы менеджмента качества	4.4 Система менеджмента качества и её процессы
5.5 Ответственность, полномочия и обмен информацией	5 Лидерство
5.5.1 Ответственность и полномочия.	5.3 Функции, ответственность и полномочия в организации
5.5.2 Представитель руководства	5.3 Функции, ответственность и полномочия в организации
5.5.3 Внутренний обмен информацией	7.4 Обмен информацией
5.5.4 Менеджмент взаимоотношений с потребителями	5.1.2 Ориентированность на потребителя
5.6 Анализ со стороны руководства	9.3 Анализ со стороны руководства
5.6.1 Общие положения	9.3.1 Общие положения
5.6.2 Входные данные для анализа	9.3.2 Входные данные анализа со стороны руководства
5.6.3 Выходные данные анализа	9.3.3 Выходные данные со стороны руководства
6 Менеджмент ресурсов	**7 Средства обеспечения**
6.1 Обеспечение ресурсами	7.1 Ресурсы
	7.1.1 Общие положения
6.2 Человеческие ресурсы	7.1.2 Человеческие ресурсы
	7.2 Компетентность
6.2.1 Общие положения	7.2.1 Компетентность. Дополнительные положения
	7.2 Компетентность
6.2.2 Компетентность, подготовка и осведомленность	7.2.1 Компетентность. Дополнительные положения
	7.2 Компетентность
6.2.2.1 Навыки в проектировании Продукции .	7.2 Компетентность
	7.2.1 Компетентность. Дополнительные положения
	7.3 Осведомленность
	7.3.1 Осведомленность. Дополнительные положения
6.2.2.2 Мотивация и вовлечение работников	7.2.1 Компетентность. Дополнительные положения
	5.1 Лидерство и приверженность
6.2.2.3 Подготовка персонала	7.2 Компетентность
6.2.2.4 Управление деятельностью	7.2.1 Компетентность. Дополнительные положения
	9.2.3.Внутренний аудит
6.3 Инфраструктура	7.1.3 Инфраструктура
6.4 Производственная среда.	6.4 Производственная среда.

Продолжение таблицы 1

IRIS	ISO/TS 22163:2017
6.5 План действий на случай непредвиденных обстоятельств	6.1.4 Планирование действий при непредвиденных обстоятельствах
7 Процессы жизненного цикла продукции	**8 Деятельность на стадиях жизненного цикла продукции и услуг**
7.1 Планирование Процессов жизненного цикла Продукции	8.1 Планирование и управление деятельностью на стадиях жизненного цикла продукции и услуг
7.2 Процессы, связанные с потребителями	8.2 Требования к продукции и услугам
7.2.1 Определение требований, относящихся к Продукции	8.2.2 Определение требований, относящихся к продукции и услугам
7.2.2 Анализ требований, относящихся к Продукции	8.2.2.1 Определение требований, относящихся к продукции и услугам.
	8.2.3 Анализ требований к продукции и услугам
	8.2.4 Изменения требований к продукции и услугам
	8.2.5 Требования к продукции и услугам. Дополнительные положения
7.2.3 Связь с потребителями	8.2.1 Связь с потребителем
7.2.4 Менеджмент при проведении тендера	8.1.2 Менеджмент при проведении тендера
7.3 Проектирование и разработка	8.3 Проектирование и разработка продукции и услуг
7.3.1 Планирование проектирования и разработки.	8.3.1 Общие положения
7.3.2 Входные данные для проектирования и разработки	8.3.1.1 Общие положения. Дополнительные положения
	8.3.2 Планирование проектирования и разработки
	8.3.2.1 Планирование проектирования и разработки. Дополнительные положения
	8.3.3 Ресурсы для проектирования и разработки
7.3.3 Выходные данные проектирования и разработки	8.3.3.1 Ресурсы для проектирования и разработки. Дополнительные положения
	8.3.5 Выходные данные проектирования и разработки
7.3.4 Анализ проекта и разработки	8.3.5.1 Выходные данные проектирования и разработки. Дополнительные положения
	8.3.4 Средства управления проектированием и разработкой
7.3.5 Верификация проекта и разработки	8.3.4.1 Средства управления проектированием и разработкой. Дополнительные положения.
	8.3.4.2 Анализ проектирования
	8.3.4.3 Верификация проектирования

Продолжение таблицы 1

IRIS	**ISO/TS 22163:2017**
7.3.6 Валидация проекта и разработки	8.3.4.4 Валидация проектирования
7.3.7 Управление изменениями проекта и разработки	8.3.6 Изменения проектирования и разработки
7.3.8 Одобрение проекта	8.5.6 Управление изменениями
	8.3.4.4 Валидация проектирования
7.4 Закупки	8.4 Управление процессами, продукцией и услугами, поставляемыми внешними поставщиками
7.4.1 Процесс закупок	8.4 Управление процессами, продукцией и услугами, поставляемыми внешними поставщиками
	8.4.1 Общие положения
	8.4.1.1 Общие положения. Дополнительные сведения
	8.4.1.1.1 Классификация внешних поставщиков и продукции, процессов и услуг, поставляемых ими
	8.4.1.1.2 Оценка внешних поставщиков
	8.4.1.1.3 Утверждение внешних поставщиков
	8.4.1.1.4 Отбор предложений внешних поставщиков
	8.4.2 Тип и степень управления
7.4.2 Информация по закупкам	8.4.3 Информация, предоставляемая внешними поставщиками
	8.4.3 Информация, предоставляемая внешними поставщиками. Дополнительные сведения.
7.4.3 Верификация закупленной Продукции	8.4.2 Тип и степень управления
	8.4.2.1 Одобрение выпуска процессов, продукции и услуг, поставляемых внешними поставщиками
	8.4.2.2 Верификация после выпуска процессов, продукции и услуг, поставляемых внешними поставщиками
	8.4.2.3 Мониторинг эффективности, переаттестация и определение рейтинга внешнего поставщика
	8.4.3 Информация, предоставляемая внешними поставщиками
	8.6 Выпуск продукции и услуг
7.4.4 Менеджмент Цепи поставок	8.4.4 Менеджмент цепи поставок
7.5 Производство и обслуживание.	8.5 Производство продукции и предоставление услуг

Продолжение таблицы 1

IRIS	ISO/TS 22163:2017
7.5.1 Управление производством и обслуживанием	8.5.1 Управление производством продукции и предоставлением услуг
	8.5.1.1 Управление производством продукции и предоставлением услуг. дополнительные положения
	8.5.1.1.1 Управляемые условия
	8.5.1.1.2 Верификация процесса производства и оказания услуг
	8.5.1.1.3 Валидация процесса производства и оказания услуг
	8.5.5 Деятельность после поставки
7.5.1.1 Составление графика производства	8.5.7 Составление графика производства
7.5.1.2 Производственная документация	8.5.1.1.1 Управляемые условия
7.5.1.3 Управление изменениями Процесса производства	8.5.6 Управление изменениями
7.5.1.4 Управление оборудованием и инструментами	8.5.1.3 Производственное оборудование
7.5.2 Валидация Процессов производства и обслуживания	8.5.1 Управление производством продукции и предоставлением услуг
	8.5.1.1.2 Верификация процесса производства и оказания услуг
	8.5.1.1.3 Валидация процесса производства и оказания услуг
	8.5.1.2 Специальные процессы
7.5.3 Идентификация и прослеживаемость	8.5.2 Идентификация и прослеживаемость
	8.5.2.1 Идентификация и прослеживаемость. Дополнительные положения
7.5.4 Собственность потребителей	8.5.3 Собственность потребителей или внешних поставщиков
	8.5.3.1 Собственность потребителей или внешних поставщиков. Дополнительные положения
7.5.5 Сохранение соответствия Продукции	8.5.4 Сохранение
	8.5.4.1 Сохранение. Дополнительные положения
7.6 Управление оборудованием для мониторинга и измерений	7.1.5 Ресурсы для мониторинга и измерения 7.1.5.1 Общие положения 7.1.5.2 Прослеживаемость измерений 7.1.5.3 Ресурсы для мониторинга и измерения. Дополнительные сведения
7.7 Менеджмент проекта	8.1.3 Менеджмент проекта
7.7.1 Менеджмент интеграции	8.1.3.1 Менеджмент интеграции проекта
7.7.2 Менеджмент содержания работ	8.1.3.2 Менеджмент содержания проекта
7.7.3 Тайм менеджмент	8.1.3.3 Менеджмент времени проекта

Продолжение таблицы 1

IRIS	ISO/TS 22163:2017
7.7.4 Менеджмент затрат	8.1.3.4 Менеджмент стоимости проекта
7.7.5 Менеджмент качества	8.1.3.5 Менеджмент качества проекта
7.7.6 Менеджмент человеческих ресурсов	8.1.3.6 Менеджмент человеческих ресурсов проекта
7.7.7 Менеджмент коммуникаций	8.1.3.7 Менеджмент обеспечения коммуникаций внутри проекта
7.7.8 Менеджмент рисков и возможностей	8.1.3.8 Менеджмент рисков и возможностей 8.1.3.9 Менеджмент снабжения проекта
7.8 Менеджмент конфигурации	8.1.4 Менеджмент конфигурации
7.9 Контроль первого изделия (FAI)	8.9 Контроль первого изделия
7.10 Ввод Продукции в эксплуатацию / Сервисное обслуживание у потребителей .	
7.11 Безотказность, готовность, ремонтопригодность и безопасность/ стоимость жизненного цикла (RAMS/LCC)	8.8 RAMS/LCC
7.12 Менеджмент морального износа Продукции	8.10 Менеджмент морального износа продукции
7.13 Управление изменениями	8.1.5 Менеджмент изменений
8 Измерение, анализ и улучшение	**9 Оценка результатов деятельности**
	9.1 Мониторинг, изменение, анализ и оценка
8.1 Общие положения	9.1.1 Общие положения
8.2 Мониторинг и измерение	9.1 Мониторинг, изменение, анализ и оценка
	9.1.1 Общие положения. Дополнительные положения
8.2.1 Удовлетворенность потребителей	9.1.2 Удовлетворенность потребителей
	9.1.2.1 Удовлетворенность потребителей. Дополнительные положения
8.2.2 Внутренние аудиты.	9.2 Внутренний аудит
	9.2.3 Внутренний аудит. Дополнительные положения
	9.2.3.1 Программа аудита
	9.2.3.2 Менеджмент аудиторов
8.2.3 Мониторинг и измерение Процессов	9.1.1.1 Общие положения. Дополнительные сведения
8.2.4 Мониторинг и измерение Продукции	8.6 Выпуск продукции и услуг
8.3 Управление несоответствующей Продукцией	8.7 Управление несоответствующими результатами процессов
	8.7.3 Управление несоответствующими результатами процессов. Дополнительные положения
8.3.1 Управление несоответствующим Процессом	10.2 Несоответствия и корректирующие действия
	10.2.3 Несоответствия и корректирующие действия. Дополнительные положения

Окончание таблицы 1

IRIS	ISO/TS 22163:2017
8.3.2 Разрешение потребителя на отклонение	8.1.3.7 Менеджмент обеспечения коммуникаций внутри проекта
	8.6.1 Выпуск продукции и услуг. Дополнительные сведения
	8.1.5 Менеджмент изменений
8.4 Анализ данных	9.1.3 Анализ и оценка
	9.1.3.1 Анализ и оценка. Дополнительные сведения
8.5 Улучшение	**10 Улучшение**
8.5.1 Постоянное улучшение	10.1 Общие положения
	10.3 Постоянное улучшение
8.5.2 Корректирующие действия	10.23 Несоответствия и корректирующие действия
	10.2.3 Несоответствия и корректирующие действия. Дополнительные положения
8.5.3 Предупреждающие действия	6.1 Планирование действий при непредвиденных обстоятельствах
	10.3 Постоянное улучшение

Проанализировав требования стандартов IRIS и ISO/TS 22163:2017, можно сказать о том, что ISO/TS 22163:2017 содержит расширенные требования к организации в отношении:

- рисков и возможностей, инструменты идентификации и оценки рисков, разработки мероприятия по их минимизации;
- построения процессной модели системы менеджмента бизнеса,
- управления аутсорсингом или трансфером процессов;
- менеджмента тендера;
- управления проектами;
- взаимодействия с заказчиками;
- менеджмента инноваций;
- обязательных и рекомендуемых KPI;
- удовлетворенности потребителей;
- внутренних аудитов;
- анализа процессов.

На основе проведенного анализа, можно подвести итог, что стандарт ISO/TS 22163:2017 содержит в себе современные требования к качеству продукции и услуг железнодорожной отрасли по всей цепочке поставок.

Список использованных источников

1. Характеристика железнодорожного транспорта [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.transportall.ru.

2. IRIS. Международный стандарт железнодорожной промышленности. Версия 02. Введ.18.07.2009 [Текст]. – М.: НП «ОПЖТ», 2009. – 57 с.

3. ISO/TS 22163:2017. Система менеджмента качества на железнодорожном транспорте. Требования к системе менеджмента бизнеса для железнодорожных предприятий: ISO 9001:2015 и частные требования, применяемые на железнодорожном транспорте [Текст]. – Введ. 01.05.17. – М. : Стандартинформ, 2017. – 96 с.

УДК 005.311.11:303.62

Оценка качества образования обучающимися

Хаджиева Р.С. [1], Кольчурина И.Ю. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье обоснована важность оценки качества образования обучающимися, рассмотрены основные нормативные документы по оценке качества образования, приведены рекомендации по привлечению обучающихся к менеджменту качества образования.

Ключевые слова: качество образования, обучающийся, независимая оценка, студенческий стандарт качества образования.

В 2005 году Европейская ассоциация гарантии качества высшего образования (ENQA) опубликовала Европейские стандарты и директивы в области качества образования. Членство России в Болонском процессе с того же 2005 года обязывает российские образовательные учреждения выполнению положений этих документов, которые также касаются аспекта оценки качества образования обучающимися, в частности «...Необходимо усиленно вовлекать обучающихся в процесс введения системы гарантии качества» [1]. Для достижения установленных международных параметров целесообразно регулярно оценивать степень соответствия совокупности установленных характеристик в области образования университета и сравнивать его с состоянием в других вузах. Эта процедура называется самооценкой или независимой оценкой и проводится во многих организациях, в том числе в рамках различных конкурсов в области качества.

В российской системе высшего образования в настоящее время преобладает внешняя оценка качества образования, ориентированная на принятые стандарты и показатели эффективности. Основными элементами этой системы является стандартизация образовательных программ посредством разработки Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС), процедуры государственной регламентации деятельности (лицензирование, аккредитация).

В рамках существующей системы образования, в условиях которой наблюдается переход к свободному рынку образовательных услуг, сложилось четкое понимание необходимости не только внешней – государственной и экспертной оценки системы высшего образования, но и внутренней, выражающей мнение студенческого сообщества в отношении качества получаемых образовательных услуг. В соответствии с требованиями

Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» каждая образовательная организация высшего образования получила значимую автономию и соответственно большую ответственность [2]. В связи с этим, процедуры проведения внутренней независимой оценки университета переходят в разряд обязательных.

В проекте приказа Минобрнауки России № 1547 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность» перечислены показатели удовлетворённости обучающихся образовательным процессом [3]. Данные по показателям целесообразно изучать посредством проведения анкетирования. Анализ результатов анкетирования рекомендуется проводить в 2 этапа. Сначала выполняется расчет показателей (промежуточных и итоговых баллов), позволяющих ранжировать организации. Затем проводится анализ полученных значений показателей, по результатам которого выделяют лучшие и худшие практики и формируют предложения по устранению выявленных недостатков.

Информация о результатах независимой оценки размещается региональными органами управления в сфере образования и органами местного самоуправления [4].

Обеспечение высокого качества образования на основе сохранения его фундаментальности и соответствия актуальным и перспективным потребностям личности, общества и государства является главной задачей российской образовательной политики. В законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» понятие качества образования определяется следующим образом: «...– это комплексная характеристика образовательной деятельности и подготовки обучающегося, выражающая степень их соответствия федеральным государственным образовательным стандартам, образовательным стандартам и (или) потребностям физического или юридического лица, в интересах которого осуществляется образовательная деятельность, в том числе степень достижения планируемых результатов образовательной программы» [2].

Для внедрения системы студенческой оценки качества образования в России в 2014 году был создан студенческий стандарт качества образования, разработанный Всероссийским общественным движением «За качественное образование» и принятый на заседании Комиссии по вопросам качества образования Министерства образования и науки Российской федерации по делам молодежи при поддержке IV Всероссийского форума студенческих организаций. Деятельность Всероссийского общественного движения имеет три направления:

– общественная аккредитация (независимая оценка качества образования образовательных организаций высшего образования);

– качественное образование (включение обучающихся образовательных организаций высшего образования в оценку и повышение качества образования);

– мониторинг процесса (общественный контроль за социальными изменениями и рисками при оптимизации и модернизации системы образования).

Стандарт содержит совместно выработанный студентами и экспертами набор показателей качества условий и результатов обучения. Для проведения оценки были созданы механизмы оценки качества образования: анкета, система студенческих приемных и студенческие оценочные комиссии. Вместе с тем, в стандарте выявлены наиболее значимые для обучающихся параметры системы образования, которые сгруппированы в трёх смысловых блоках:

– значимые для студентов условия и факторы образовательного процесса, включающие в себя учебную, научную и воспитательную деятельность, а также компетенции профессорско- преподавательского состава образовательной организации;

– факторы материально – технического, административного и информационного сопровождения образования, прямо или косвенно влияющие на процесс получения образования и результаты обучения;

– критерии, позволяющие планомерно оценить доступность образовательной среды образовательной организации для лиц с ограниченными возможностями здоровья, поскольку качественное образование должно быть доступно всем категориям обучающихся, эстетических, эргономических и иных норм, научную организацию труда и обучения [5].

Таким образом, применение студенческого стандарта способствует созданию комплексной системы оценки обучающимися качества образования, которая позволяет руководству образовательной организации получить эффективный инструмент для проведения самообследованиия и учета позиции обучающихся при выстраивании стратегии развития образовательной организации.

Студенческое самоуправление в ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» в сфере качества образования представлено действующим комитетом качества образования Объединенного совета обучающихся, основной задачей которого является мониторинг и оценка образовательного процесса.

В рамках рассматриваемого вопроса был проведён анализ соответствия мероприятий, направленных на оценку деятельности комитета качества образования требованиям приведённых документов.

Комитет качества образования является представительным органом студенческого самоуправления, осуществляющим реализацию права обучающихся в менеджменте образовательных услуг посредством проведения анкетирований, как наиболее действенных источников выявления потребностей обучающихся, содействия в решении задач по подготовке квалифицированных специалистов. Комитет активно взаимодействует с администрацией университета, в частности, специалистами в области качества. Посредством консолидации с кафедрой социально-гуманитарных дисциплин

разрабатываются анкеты, а результатом сотрудничества с кафедрой менеджмента качества – формирование рекомендаций по повышению качества образовательных процессов с учётом мнений обучающихся. Представители комитета входят в состав всероссийских студенческих проектов по участию в процедурах общественного контроля и повышения качества высшего образования, поддержанных грантом Президента Российской Федерации. Между тем, подобное участие в форумах по обсуждению вопросов качества образования и обмену опытом носит не системный характер. Подобная проблема обусловлена тем, что студенческая оценка в России замкнута, т.е. осуществляется анализ данных в сравнении с данными внешних структур, таких как органы государственной власти, общероссийские и международные организации в области обеспечения гарантии качества образования. В России механизмы получения обратной связи в каждой образовательной организации выстроены интегрально, однако не хватает взаимодействия с внешними структурами и организациями. В отличие от опыта Европы отсутствует прочная система взаимодействия студенческих организаций по оценке качества между собой. Также на данный момент не налажен процесс диалога между студенческими организациями по оценке качества образования и внутренними структурами образовательных организаций – отделы и управления по качеству образования в каждой конкретной организации. На сегодняшний день студенческие организации взаимодействуют с управлениями и отделами по воспитательной работе, студенческими советами, которые напрямую не касаются вопросов качества образования.

Для обучающихся качество образования связано с вкладом университета в индивидуальное развитие их как личности и уровнем профессиональной подготовки. Исходя из этого, анализ и оценка качества оказываемых услуг становится важнейшим аспектом исследовательской деятельности в области образования. Исследование удовлетворённости обучающихся качеством образовательных услуг обусловлено также переходом на новые образовательные стандарты, предусматривающие увеличение объема самостоятельной работы и, значит, повышение степени ответственности обучающихся за результаты своего обучения. Стоит отметить, что реализация в образовательной деятельности основного направления менеджмента качества – ориентация на потребителя, заключающегося в обеспечении выполнения требований и в стремлении превысить ожидания, несёт в себе некоторые трудности. Сложность реализации принципа в сфере образования связана с формированием профессиональных и личностных характеристик человека.

Понятие «качество образования» – философская, педагогическая, экономическая и социальная категория, что объясняет существование совокупности определений данного понятия. Качество образования обусловлено нормативными, социальными и личностными характеристиками и требует комплексного подхода как объект исследования. Социальные характеристики включают в себя такие концепции, как востребованность выпускников учебных заведений, показателями которой являются потребность

производства в выпускниках с высшим образованием конкретной специальности, успешность трудоустройства, профессионального становления и карьерного роста выпускников вузов. Личностные характеристики предполагают рассмотрение степени удовлетворенности преподавателей и обучающихся, вовлеченных в образовательный процесс, его содержанием, условиями и результатами учебного взаимодействия.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что для оценки удовлетворенности обучающихся целесообразно привлекать к данному процессу непосредственных потребителей образовательных услуг – самих обучающихся. Исследование качества образования должно быть направлено, прежде всего, на анализ качества выполнения высшим учебным заведением своих функций как социального института.

Для активного привлечения обучающихся к менеджменту качества образования рекомендуются следующие меры:

1) создание институтов наставничества с участием специалистов в области качества и социально-гуманитарных дисциплин;

2) вовлечение студенческих комитетов качества в межрегиональные и всероссийские объединения по данной тематике;

3) проведение мероприятий по ознакомлению с документами – Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации, учебные планы, программы учебных дисциплинам;

4) включение результатов обратной связи от обучающихся в индивидуальные планы работы преподавателей.

Список использованных источников

1. Болонский процесс. Стандарты и директивы ENQA /Сост. А.И. Кочетов, В.М. Григорьев // Информационные материалы. Сборник №1/Управление стратегического развития МИСиС. – М.: Издательский Дом МИСиС, 2008. – 75 с.

2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/.

3. Приказ Минобрнауки России от 5 декабря 2014 г. № 1547 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность» [Электронный ресурс]: Гарант.ру.– Электрон. дан. и прогр. – Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71393628/.– Загл. с экрана.

4. Методические рекомендации по расчету показателей независимой оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность (утв. Министерством образования и науки РФ 15 сентября 2016 г. № АП-87/02вн) [Электронный ресурс]: Гарант.ру. Электрон. дан. и прогр. – Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71393628/#4000/.– Загл. с экрана.

5. Студенческий стандарт качества образования [Электронный ресурс]: Гарант.ру. – Электрон. дан. и прогр. – Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71393628/.– Загл. с экрана.

6. Кольчурина И.Ю. Исследование удовлетворенности студентов качеством образовательных программ: опыт СибГИУ// И.Ю. Кольчурина, Е.С. Епифанцева, Р.С. Хаджиева// Ресурсоэффективные системы в управлении и контроле: взгляд в будущее: сборник научных трудов / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – Томск, 2017. С. 172.

УДК 658.562.47

Разработка методики приемочных испытаний тренажера контраварийной подготовки

Хамитов Р.М. [1], Морин С.В. [1], Абатурова А.А. [1], Ланц А.П. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Целью работы была разработка методики приемочных испытаний тренажера контраварийной подготовки в ходе работы над проектом акселерации. Сделан анализ требований, рассмотрены стандарты и методики разработки приемочных испытаний. На основе проанализированных требований и изученных методик был разработан документ «Методика приемочных испытаний тренажера контраварийной подготовки», участники проектной команды приобрели ключевые педагогические компетенции для преподавания дисциплины «Проектная деятельность». Разработанная методика была применена в ходе приемочных испытаний готового тренажера и может в дальнейшем использоваться в подобных испытаниях при изготовлении новых экземпляров тренажера.

Ключевые слова: методика приемочных испытаний, тренажер контраварийной подготовки.

Предметом исследования являлся опытный образец продукции: «Тренажер контраварийной подготовки» (рисунок 1) – это учебный комплекс обеспечивающий отработку обучающимися основных навыков рулевого управления, правильного положения рук на рулевом колесе и посадки на месте водителя, повышения координации действий при манипулировании, как в обычных, так и в экстремальных условиях, а также для первичного ознакомления с органами управления автомобилем и его системами. Автотренажер предназначен для автошкол, осуществляющих подготовку водителей транспортных средств категории «В». Практические занятия на тренажере являются обязательным элементом программы контраварийной подготовки водителей, осуществляющих управление специальным транспортом. Цели создания тренажера: создание доступных по стоимости автотренажерных комплексов, оснащенных аппаратными и программными средствами с фиксацией в базе данных результатов обучающихся; создание автотренажера для повышения профессиональной надежности водителей при выполнении ими различных задач в условиях плотных транспортных потоков и

в сложных погодных условиях, а также при движении в различных скоростных режимах.

Современные учебные тренажеры представляют собой совокупность технических средств, в структуре которых важное место занимают системы компьютерной регистрации сигналов, в значительной степени определяющие обучающие возможности тренажера. Поэтому весьма важными представляются задача объективной оценки соответствия технических характеристик и функциональных возможностей тренажера требованиям технического задания (ТЗ) и задача определения пригодности подсистемы сбора информации для подготовки обучающихся на курсах контраварийной подготовки. Эти задачи решаются в процессе испытаний программно-аппаратных средств тренажера. Их сложность усугубляется ограниченными сроками проведения испытаний, а также отсутствием научно обоснованной методической базы для их решения.

Рисунок 1 – Опытный образец тренажера.

На основе анализа требований технического задания, изучения методик и стандартов испытаний была сформулирована цель приёмочных испытаний: подтверждение соответствия характеристик объекта испытаний требованиям ТЗ в условиях, максимально приближенных к условиям реальной эксплуатации (применения, использования), а также для подтверждения эксплуатационной пригодности объекта испытаний.

Помимо основных требований технического задания (таблица 1) при разработке методики приёмочных испытаний необходимо было рассмотреть и учесть требования к выполняемым функциям, порядку и способам

взаимодействия с сопрягаемыми объектами, к совместимости и программному обеспечению, к электропитанию, к конструкции, требования к комплектующим, требования безопасности, требования к надежности, требования по эргономике и технической эстетике, требования к эксплуатации, удобству технического обслуживания и ремонта, требования к стойкости к внешним воздействующим факторам.

Таблица 1 – Основные технические требования

Наименование технического параметра	**Значение параметра**
1 Сечение профиля для рамы сварной конструкции из трубчатого профиля квадратного сечения, обеспечивающая структурную целостность и взаиморасположение узлов и агрегатов конструкции.	50х50 мм
2 Параметры микроконтроллера	
2.1 Наименование	ATmega2560
2.2 Тактовая частота	16 MHz
2.3 Интерфейс	USB 2.0
2.4 Рабочее напряжение	5В
2.5 Цифровые входы/выходы	54 (14ШИМ)
2.6 Флэш-память	256 КВ (8 КВ для загрузчика)
2.7 ОЗУ	8 КВ
3 Технические параметры ПК	
3.1 CPU	Core i3, 2,5 ГГц или более производительный
3.2 RAM	≥ 4 Гб
3.3 HDD	≥ 0,5 Тб
3.4 OS	Windows 7 и выше
3.5 Наличие USB	≥ 2xUSB2.0
3.6 Монитор	≥ 15”

Система компьютерной регистрации сигналов разработанного тренажера представляет собой сложный комплекс программно-аппаратных средств формирования, коммутации и передачи сигналов различных датчиков (рисунок 2), управляемая с помощью вычислительной системы тренажера. Решение проблемы объективной оценки соответствия этой системы выполняемым на тренажере задачам подготовки обучающихся требует прежде всего проведения детального анализа всего многообразия функциональных параметров и технических характеристик компонентов тренажера, а также разработки методов, программных и технических средств, используемых при их оценке.

В ходе работы над проектом проведены исследования, посвященные разработке методического обеспечения испытаний программно-аппаратных средств регистрации сигналов тренажера, включающие:

– исследование объекта испытаний - определение состава программных и аппаратных средств тренажера контраварийной подготовки;

– определение перечня характеристик, подлежащих определению и оценке при испытаниях программно-аппаратных средств;

– разработку методов определения технических характеристик и функциональных возможностей при испытаниях;

– разработку методики испытаний программных и аппаратных средств тренажера контраварийной подготовки.

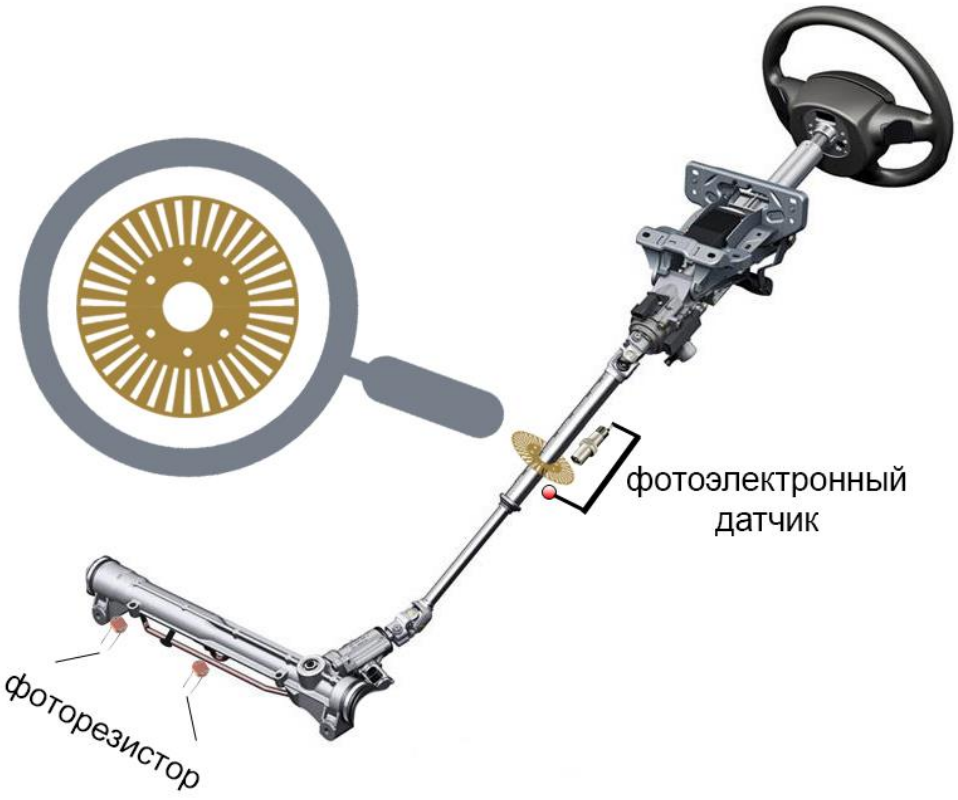


Рисунок 2 – Схема расположения датчиков тренажера

Методы исследования:

– кабинетное исследование (анализ вторичной информации);

– полевые исследования (анкетирование, экспертный опрос).

Исследование данных вопросов показало, что в качестве основных методов при проведении испытаний программных и аппаратных средств тренажера целесообразно использовать метод экспертных оценок и аналитический метод. При испытаниях должны также применяться технические и программные средства, к основным из которых следует отнести: специальные диагностические программы, секундомер, мультиметр, рулетка, штангенциркуль, угломер.

Готовая методика содержит следующие основные разделы.

1. Общие положения.
2. Общие требования к условиям, обеспечению и проведению испытаний.
3. Требования безопасности.

4. Определяемые показатели и точность их измерений.
5. Режимы испытаний.
6. Методы испытаний или измерений показателей.
7. Отчетность.
8. Приложения.

Разработанная методика приемочных испытаний позволила провести испытания следующих компонентов тренажера:

– регистрирующих датчиков тренажера;

– аппаратных средств блока управления тренажером;

– программы управления и программы отображения цифровых сигналов с датчиков тренажера и результатов прохождения упражнения.

Список использованных источников

1. Организация контроля и испытаний продукции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.В. Петухова, С.М. Горюнова. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785788215068.html

2. ГОСТ Р 15.000-2016 Система разработки и постановки продукции на производство. Основные положения. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.07.2017. – Москва : Стандартинформ, 2017 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электронные данные. – Москва, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

3. ГОСТ 21552-84 Средства вычислительной техники. Общие технические требования, приемка, методы испытаний, маркировка, упаковка, транспортирование и хранение. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.1986. – Москва : Изд-во стандартов, 1999 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электронные данные. – Москва, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

4. ГОСТ 16504-81. Система государственных испытаний продукции. Испытания и контроль качества продукции. Основные термины и определения. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.1982. – Москва : Стандартинформ, 2011 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электронные данные. – Москва, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

5. ГОСТ 19.301-79 Единая система программной документации. Программа и методика испытаний. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.1981. – Москва : Стандартинформ, 2010 // Техэксперт : информационно-справочная система. – Электронные данные. – Москва, 2018. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

УДК 005.6

Исследование возможности применения концепции бенчмаркинга в условиях производственного предприятия

Юршина Е.А. [1], **Феоктистов А.В.** [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В статье описано исследование возможности применения концепции бенчмаркинга в условиях производственного предприятия. Практическая значимость проведенного исследования заключается в возможности использования рекомендаций и предложений по развитию конкуренции предприятия в направлении обеспечения высокого качества продукции и услуг.

Ключевые слова: конкуренция, качество продукции, концепция, модель усовершенствованного процесса.

Актуальность темы исследования. Современные российские условия сформировали высокий конкурентный уровень во многих отраслях производственной деятельности, данная ситуация характеризуется наличием проблем в сфере предпринимательства. Для того чтобы предприятию «укрепиться» недостаточно просто производить продукцию, необходимо превосходить своих конкурентов, в свою очередь, для достижения преимущества необходимо анализировать их сильные и слабые стороны, знать и использовать их опыт [1].

Конкурентные отношения влекут за собой развитие предприятий, наиболее эффективно организующих свою деятельность, и разорение тех, кто отстает от требований рынка. Конкуренция требует от предприятий умения оптимально использовать стратегическое планирование, методы и инструменты управления деятельностью, сочетая их с внедрением новых технологий, опираясь на экономические и правовые предпосылки в мировой экономике.

Представляется совершенно необходимым использовать такой современный инструмент управления деятельностью, как бенчмаркинг. В отличие от обычного конкурентного анализа, выводы и итоги которого зачастую носят лишь информационный характер, бенчмаркинг завершается этапами внедрения изменений и совершенствования деятельности производственного предприятия [2].

Цель исследования заключается в возможности применения концепции бенчмаркинга в условиях производственного предприятия.

Достижение цели исследования обусловило постановку следующих основных задач:

- установление области исследования бенчмаркинга;
- выбор партнеров для бенчмаркинга;
- проведение сравнительного анализа;
- разработка мероприятий по совершенствованию процесса;
- разработка модели усовершенствованного процесса.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в возможности использования рекомендаций и предложений по развитию конкуренции предприятия в направлении обеспечения высокого качества продукции и услуг. Данное исследование позволяет:

– наиболее эффективным способом применить концепцию бенчмаркинга;

– оценить результативность применение концепции бенчмаркинга на конкретном примере.

В свою очередь, реализация концепции бенчмаркинга с точки зрения методики довольно проста. Этапы проведения бенчмаркинга проиллюстрированы на рисунке 1.

Рисунок 1 – Колесо бенчмаркинга

При установлении области исследования необходимо выбрать процесс на предприятии, по которому в дальнейшем будет проходить сравнительный анализ с процессом конкурентов и который требует улучшений. А также, на этом этапе определяются показатели данного процесса. При выборе анализируемого процесса необходимо опираться на критические факторы успеха, такие как, например, качество продукции, технология производства, обслуживание оборудования [3].

Анализ и выбор предприятий-конкурентов, которые добились определенных успехов в данной сфере деятельности, и опыт которых может послужить хорошим примером для собственного предприятия, сопровождается

предварительным сбором информации и непосредственным анализом процесса конкурентов по выбранным ранее показателям, а также документирование полученных данных. После проведения сравнительного анализа, на основании полученных данных, следует разработать мероприятия по совершенствованию процесса, а также модель усовершенствованного процесса. Новый процесс содержит в себе все лучшее, что было выявлено в результате сравнения [4].

На последнем этапе, фактически, происходит проектирование процесса «как должно быть». Создается новый процесс, который содержит в себе все лучшее, что было выявлено в результате. Для внедрения изменений в существующие процессы используется технология управления изменениями. Каждое требуемое изменение фиксируется, определяется ответственный, за его внедрение, после чего предприятие-инициатор информируется о проделанной работе.

Каждое требуемое изменение фиксируется, определяется ответственный, за его внедрение, после чего предприятие-инициатор информируется о проделанной работе. Инициатору бенчмаркинга предоставляется полный комплект документов, который состоит из отчета об идентифицированных слабых местах процесса, SWOT-анализа, а также перечня разработанных мероприятий по совершенствованию процесса и модели уже усовершенствованного процесса [5].

Список использованных источников

1. Донцова Л.В. Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля. Монография; Проспект – М., 2016. – 248 с.
2. Коваленко А. И. Бенчмаркинг в системе конкурентных действий предпринимательских структур; Синергия – М., 2014. – 189 с.
3. Соловьева Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры; Юрайт – М., 2015. – 63 с.
4. Хайниш С. В., Климова Э. Т. Бенчмаркинг на предприятии как инструмент управления изменениями: моногр.; Едиториал УРСС – М., 2012. – 144 с.
5. Серпилин А. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия/ А. Серпилин // проблемы теории и практики управления. – 2000. - №6. – С.39-42.

УДК 005.642.5

Управление процессом «Менеджмент тендера» в системе менеджмента бизнеса

Янченко А.Р. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Пономарева К.В. [1]

[1]ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: представлено описание процесса менеджмента тендера в системе менеджмента бизнеса на основе стандарта ISO/TS 22163:2017, а также приведена блок схема процесса проведения тендера.

Ключевые слова: тендер, процесс менеджмента тендера, блок-схема процесса, система менеджмента бизнеса.

В современном мире наибольшая эффективность управления бизнесом, достигается не за счет наработанных связей, а за счет максимального использования рыночных механизмов и, в первую очередь, конкурентной борьбы поставщиков.

Европейская железнодорожная ассоциация UNIFE и ее исполнительный орган – IRIS Group в мае 2017 года, провела работу по разработке и утверждению нового международного стандарта, ISO/TS 22163:2017 «Железные дороги. Система менеджмента качества. Требования к системам менеджмента бизнеса для предприятий железнодорожной отрасли: ISO 9001:2015 и частные требования, применимые в железнодорожной отрасли», за основу были взяты ISO 9001:2015 и стандарта на системы менеджмента бизнеса в железнодорожной отрасли IRIS [1].

Целью технических условий ISO/TS 22163:2017, подготовленных UNIFE, является развитие и постоянное совершенствование СМБ для обеспечения качества продукции и безопасности мировой железнодорожной промышленности [2].

Основным способом обеспечения как государственных, так и частных закупок являются тендеры – способ выдачи заказов на поставку товаров, предоставление услуг или проведение подрядных работ по заранее объявленным в конкурсной документации условиям, в оговоренные сроки на принципах состязательности, справедливости и эффективности.

Процесс менеджмента тендера в дополнение к требованиям, относящимся к продукции, должен быть сформирован в организации.

Требования на этапе тендера должны быть:

- индивидуально рассмотрены на совместимость (т.е. пункт за пунктом);
- обсуждены и обновлены с учетом предложенных изменений;
- оценены и приняты к сведению;
- соответствующим образом переданы, поняты, признаны и выполнены теми, кто вовлечен в этот процесс;
- полными;
- ясными;

– точными;
– недвусмысленными,

а так же, могут быть переданы, испытаны, технически сопровождены и выполнимы, а результаты деятельности процесса менеджмента тендера должны быть измерены с помощью KPI [3].

Процесс проведения тендера (рисунок 1), включает следующие этапы:

– решение заказчика о проведении конкурса;
– подготовка конкурсной документации;
– предквалификация;
– предоставление/получение конкурсной документации;
– подготовка конкурсных заявок поставщиками;
– подготовка/подача конкурсных заявок;
– вскрытие конкурсных заявок;
– оценка конкурсных заявок;
– экспертиза заявок;
– запросы уточнений конкурсных предложений;
– выбор победителя;
– подтверждение квалификации победителя;
– присуждение контракта.

До предоставления коммерческого предложения организация должна применить межфункциональный подход (включая поставщиков, когда это необходимо) для изучения требований потребителя, законодательных и нормативных требований. Организация также должна подтвердить возможность поставки продукции, требуемой по условиям тендера, оформить соответствующие документы.

Во время анализа тендера организация должна одобрить предложение, включая планирование, ресурсы и ценообразование. Должны быть сформулированы, проконтролированы и обоснованы, как минимум, требования к проекту/продукции, риски и возможности [4].

Грамотное управление процессом менеджмента тендера, исходя из стандарта ISO/TS 22163:2017, открывает возможности для разных категорий участников торгов [5].

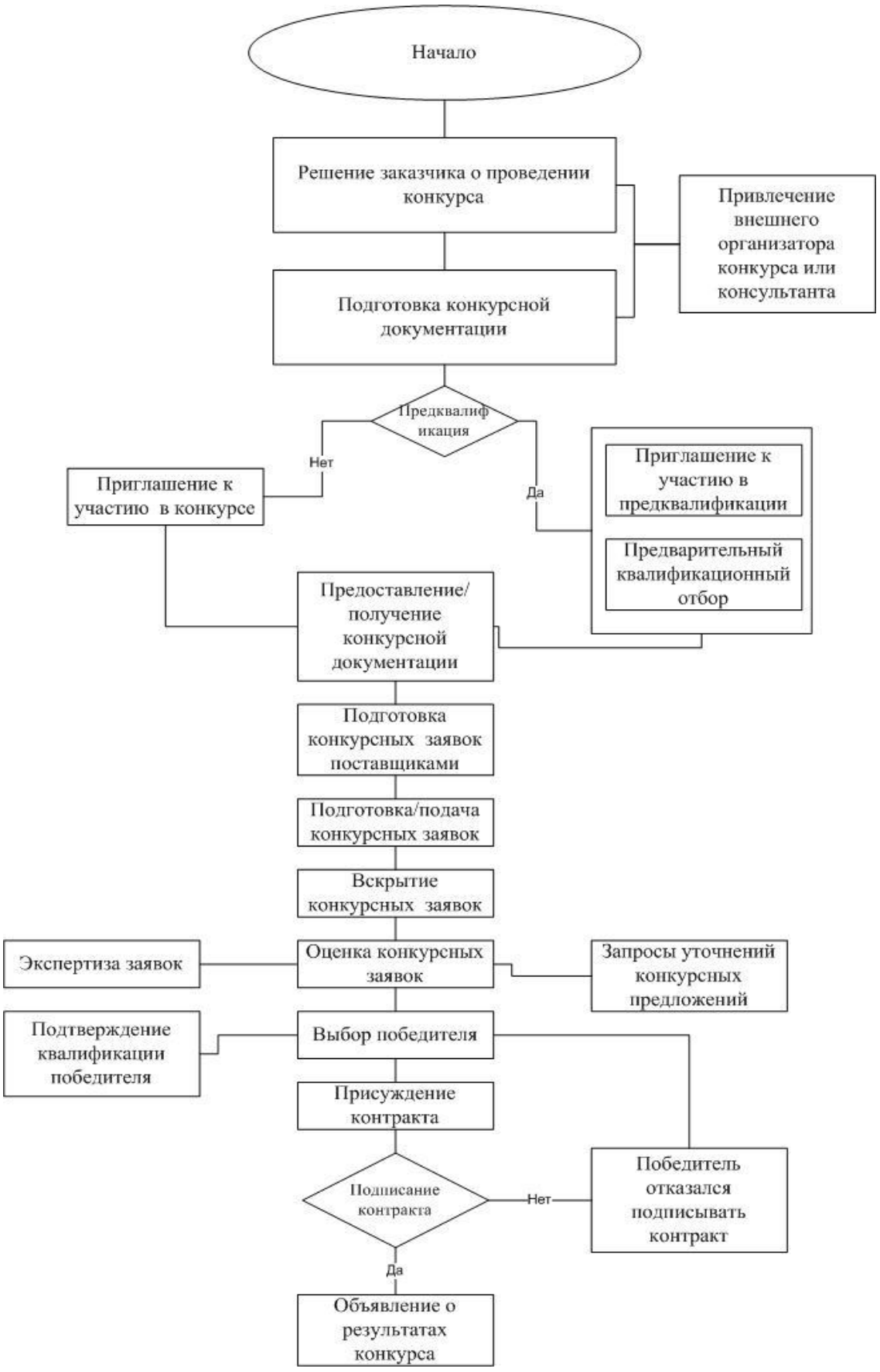


Рисунок 1 – Процесс проведения тендера на оказание работ

В первую очередь для высшего руководства:

– обеспечить прозрачность принимаемых решений в процессе закупок;

– ускорить тендерные процессы;

– обеспечить контролируемость тендерных процессов;

– обеспечить соблюдение критериев выбора контрагента;

– гарантировать включение ключевых требований в условия заключаемых договоров;

– снизить риски по заключенным договорам;

– увеличить эффективность работы тендерной комиссии;

– снизить суммовой порог договоров, для которых проведение тендеров будет эффективным.

Для тендерной комиссии:

– облегчить подготовку материалов, повесток, протоколов заседаний комиссий;

– обеспечить своевременное ознакомление заинтересованных лиц с протоколами заседаний тендерной комиссии;

– ускорить процедуры согласования документации;

– обеспечить оперативность проведения внеочередных и срочных тендеров, а также оперативность принятия решений;

– обеспечить должный уровень конфиденциальности в закрытых тендерах;

– обеспечить контроль сроков приема и рассмотрения оферт.

Для подразделений – инициаторов закупок:

– ускорить подготовку и согласование конкурсной документации;

– ускорить процесс выбора контрагента;

– организовать базу знаний по поставщикам и их предложениям;

– обеспечить соответствие условий договоров конкурсной документации;

– упростить процедуры подготовки, проведения и использования результатов тендера.

Список использованных источников

1. Никаноров П. Новые стандарты – жаркий сентябрь 2018-го / П. Никаноров // Стандарты и качество : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=118164

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 03.07.2018) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/.

3. Система KPI (Key Performance Indicator): разработка и применение показателей бизнес-процесса. Показатели эффективности [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.businessstudio.ru /articles /article/ sistema_kpi_key_performance_indicator_razrabotka_i/.

4. Требования IRIS: новый взгляд на взаимосвязь процессов и ключевых показателей деятельности (KPI) [Электронный ресурс]. Режим

доступа: http://www. businessstudio.ru /articles /article /trebovaniya_ iris_novyy_vzglyad_na_vzaimosvyaz_prots/.

5. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ 4
Методологические и понятийные проблемы корпоративной идентификации на современном этапе 4
к.т.н., Лашкова Е.Г. [1], к.т.н., Куценко А.И. [1] 4
Особенности развития DIY-ритейла в России 11
М.В. Цымбалюк [1] 11
Роль маркетинга в электроэнергетике на примере Карагандинской ГРЭС-1 15
Береговская А.С. [1], к.э.н. Дубовик Ю.В. [2] 15
Технологии виртуальной и дополненной реальности в маркетинге 21
Клепикова А.Ю. [1] 21
«Применение социальных сетей как рекламно-информационной площадки для продвижения услуг предприятия-провайдера на примере АО «РИКТ»» 25
Конюхова Е.С. [1] 25
Опыт применения и классификация интерактивной наружной рекламы 30
Сковыро Д.В. [1] 30
Междисциплинарный подход в обучении специалистов по рекламе и связям с общественностью 34
к.пед.н., О.А. Попова [1] 34
СЕКЦИЯ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 38
Формирование имиджа вуза как элемента его репутационной характеристики 38
Бобко Т. В. [1], Сакнова К. В. [1], Мкртумян А. А. [1] 38
Проблемы формирования кадрового резерва в муниципальных образованиях малых городов России 44
Батищева А.С. [1], Бобко Т.В. [1] 44
Проблемы нематериального стимулирования в системе мотивации государственных служащих 51
Батищева А.С. [1] 51
Управленческие инструменты повышения производительности труда в условиях снижения темпов экономического роста организаций нашей страны 58
Безикова Е.С. [1], Бобко К.И. [1] 58
Проблемы формирования кадровой политики в условиях спада (на примере ОАО «Завод Универсал») 64
Гера Д.М. [1], Зинович А.Е. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1] 64
Методы управления женским коллективом руководителем-женщиной (на примере МБНОУ «Лицей №11») 68
Голыбина Н.С. [1], Казанцева Г.Г. [1] 68
Выявление и развитие одаренной студенческой молодежи (на примере РУКМЦПСТВ «Карьера» «Сибирского государственного индустриального университета» г. Новокузнецк) 72
Горлова К.В. [1], к.э.н., Казанцева Г.Г. [1], Рыбалкина Л.Г. [1] 72
Карьерная политика организации в условиях интенсивной конкуренции (на примере ООО «Держава Групп») 78

Ершова А.Ю. [1], Жахалова А.А. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1] ... 78
Внедрение мероприятий по устранению синдрома профессионального выгорания работников на рабочем месте (на примере МБУ КЦСОН «Кузнецкого района» г. Новокузнецк) ... 83
Есаревская Е.С. [1] ... 83
Формирование эффективной кадровой политики в условиях организационной стратегии роста (на примере ООО «Магнит») ... 87
Игнатян Н.С. [1], Розенфельд В.А. [1], к.э.н., Думова Л.В. [1], к.э.н., Борисова Т.Н. [1] 87
Совершенствование системы материального стимулирования труда (на примере предприятия МКОУ «Детский дом-школа №95», «Дом детства») ... 91
Савченко М.М. [1] ... 91
Построение системы мотивации на основе сбалансированной системы показателей ... 96
Хохлова М. А. [1], к.э.н. Матасова О.И. [1], к.э.н. Мельникова И.Ю. [1] ... 96
СЕКЦИЯ. ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ... 101
Ловушка дешевого труда ... 101
Сковер А.Р. [1] ... 101
Особенности инвестиций в человеческий капитал и их отражение в кадровой политике предприятий Кемеровской области ... 105
Аксенова А.В. [1], Веревкина Д.В. [1], Савченко М.М. [1] ... 105
Оптимизация численности сотрудников унитарных предприятий (на примере ФГУП «Почта России») ... 110
Чернокожева Е.В. [1], Чумаркова А.А. [1] ... 110
Развитие человеческих ресурсов как основа развития организационного потенциала (на примере ПАО «Сбербанк») ... 114
Барган Е.И. [1], Королёв С.В. [1], Матвиенко Е.С. [1] ... 114
Пути сокращения производственного травматизма и профессиональной заболеваемости на предприятиях Кемеровской области ... 118
Батищева А.С. [1], Пашура А.С. [1], Шишкина Е.С. [1] ... 118
Современные подходы к оценке человеческого капитала ... 125
Денисова К.О. [1], Рябикина М.Н. [1], Нечаева К.А. [1] ... 125
Повышение производительности труда за счёт инвестиций в обучение сотрудников на примере ПАО «ФСК ЕС» ... 128
Ермакова М.М. [1], Семынина А.И. [1] ... 128
Повышение производительности труда работников за счёт обучения, переподготовки и повышения квалификации (на примере ОАО «Завод Универсал», г. Новокузнецк) ... 133
Кислицын Д.Ю. [1], Копылов В.В. [1] ... 133
Инвестиции в человеческий капитал как система конкурентоспособности предприятий Кемеровской области ... 137
Шурупова Ю.В. [1], Штезель Т.А. [1], Балабанова В.В. [1] ... 137
СЕКЦИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И СТАНДАРТИЗАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННОГО И ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ... 141

Возможности применения бенчмаркинга в повышении конкурентных преимуществ услуги по предоставлению в аренду компьютеров и программного обеспечения 141
Аминова Л.Р. [1], Буйневич И.А. [1], Пустуева Л.Ю. [1], Волкова Т.А. [1] 141
Новый ГОСТ Р 7.0.97-2016 и его сравнение с ГОСТ Р 6.30-2003..... 147
Анисимов П.С. [1], Карташова Ю.Г. [1], Посмитная П.А. [1] 147
К вопросу внедрения системы менеджмента бизнеса на металлургическом предприятии 149
Сущность формирования гибкой системы управления предприятием 153
Бакенова А.А. [1] 153
Аутсорсинг в российских компаниях..... 157
Болатбекова Д.Г. [1] 157
Исследование возможностей применения метода QFD как инструмента управления качеством 161
Горохова К.А. [1], Пищулина К.С. [1], Феоктистов А.В. [1] 161
Условия внесения изменений в стандарты в связи с разработкой и внедрением новых видов объектов инфраструктуры высокоскоростного железнодорожного транспорта 165
Горшкова А.В. [1], Кроткова М.А. [1], Дюжакова Н.Е. [1] 165
Переход предприятий автомобильной отрасли на новую версию стандарта IATF 16949 169
Актуальные проблемы государственной регистрации актов гражданского состояния 173
Евсеева Е.Д. [1], Загуляев Д.В. [1] 173
Система менеджмента бизнеса как инструмент повышения конкурентоспособности организации, выпускающей продукцию для железных дорог..... 177
Епифанцева Е.С. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Храмова С.А. [1] 177
Факторы мотивации персонала в малом бизнесе..... 181
Калаева Д.С. [1] 181
Особенности документооборота в дошкольных образовательных учреждениях185
Кинякина Е.А. [1], Белоусова Е.А. [1], Морин С.В. [1], Абатурова А.А. [1], Модзелевская О.Г. [1] 185
Система менеджмента качества в ведомственном вузе 190
Кичигина О.Ю.[1] 190
Необходимость разработки инструкции по делопроизводству в ОАО «Сибирь-Полиметаллы»..... 194
Кнауб В.А. [1], Кажикина О.О. [1], Посмитная П.А. [1] 194
Особенности сертификации системы менеджмента бизнеса в соответствии с требованиями стандарта ISO/TS 22163:2017..... 196
Костромина О.Н. [1], Кольчурина И.Ю. [1] 196
Значимость мотивации в повышении качества работы организации..... 201
Кравченко Д.А. [1] 201

Особенности систем автоматизации документационного обеспечения управления и архивного дела 205
Морин С.В. [1], Хамитов Р.М. [1], Абатурова А.А. [1], Модзелевская О.Г. [1], Гуляева Е.В. [1] 205
Совершенствование работы с документами в Администрации Кузедеевского сельского поселения 209
Николаева А.Ю. [1], Борщинская Е.А. [1] 209
Предпосылки и формы реализации информационных технологий в государственном и муниципальном управлении 213
к.ф.-м.н. Новоселова Д.В. [1] 213
Анализ методов, применяемых для оценки качества образования 216
Прохорова А.А. [1], Кольчурина И.Ю. [1] 216
Анализ результатов анкетирования обучающихся СибГИУ 219
Пустуев А.Н. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Кольчурина М.А. [1] 219
Вопросы маркетинга продуктов научно-технической деятельности 224
Сысоева Н.В. [1], Никитина А.И. [1] 224
Создание психологически безопасной и комфортной образовательной среды в современной школе 228
Тропезникова О.В.[1] 228
Эволюция требований к системе менеджмента организации, выпускающей продукцию для железнодорожного транспорта 232
Фрянова Ю.И. [1], Кольчурина И.Ю.[1] 232
Оценка качества образования обучающимися 241
Хаджиева Р.С. [1], Кольчурина И.Ю. [1] 241
Разработка методики приемочных испытаний тренажера контраварийной подготовки 246
Хамитов Р.М. [1], Морин С.В. [1], Абатурова А.А. [1], Ланц А.П. [1] 246
Исследование возможности применения концепции бенчмаркинга в условиях производственного предприятия 251
Юршина Е.А. [1], Феоктистов А.В. [1] 251
Управление процессом «Менеджмент тендера» в системе менеджмента бизнеса254
Янченко А.Р. [1], Кольчурина И.Ю. [1], Пономарева К.В. [1] 254

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Часть 2

Сборник научных статей

Компьютерная верстка К.В. Рыков

Подписана в печать 27.04.2018 г.
Формат бумаги 60×84 1/16. Бумага писчая. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 16.43. Уч.-изд. л. 17,70. Тираж 100 экз. Заказ 188.

Сибирский государственный индустриальный университет
654007, г. Новокузнецк, ул. Кирова, 42.
Издательский центр СибГИУ