

Министерство образования и науки РФ
Нижекамский химико-технологический институт (филиал)
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Казанский государственный технологический университет»

**Кафедра государственного, муниципального управления,
социологии и менеджмента**



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ И СООБЩЕНИЙ

**Нижекамск
2011**

УДК 65.01
А 43

Актуальные проблемы управления : сборник научных работ и сообщений / отв. ред. Н.В. Губина. – Нижнекамск : Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) КГТУ, 2011. – 184 с.

Сборник содержит тезисы докладов научно-практических конференций и круглых столов, проводимых кафедрой государственного, муниципального управления, социологии и менеджмента в 2009-2010 гг. В публикациях освещены социальные, правовые и экономические аспекты управления в современном обществе.

Предназначен для студентов и аспирантов социально-экономических специальностей.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Нижнекамского химико-технологического института (филиала) КГТУ.

Ответственный редактор: *Губина Н.В.*, зав. кафедрой государственного, муниципального управления и социологии НХТИ, доктор социологических наук, профессор;

Технический секретарь: *Тухватуллина М.А.*, старший преподаватель, руководитель НИРС кафедры государственного, муниципального управления и социологии НХТИ.

Редакционная коллегия:

Губина Н.В., доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой государственного, муниципального управления и социологии НХТИ;

Александрова И.В., кандидат социологических наук, доцент, зам. зав. кафедрой государственного, муниципального управления и социологии НХТИ;

Тухватуллина М.А., старший преподаватель, руководитель НИРС кафедры государственного, муниципального управления и социологии НХТИ;

Сабитова Э.Н., старший преподаватель кафедры государственного, муниципального управления и социологии НХТИ;

Тухватуллин А.И., старший преподаватель кафедры государственного, муниципального управления и социологии НХТИ.

УДК 65.01

© Нижнекамский химико-технологический институт
(филиал) КГТУ, 2011

СЕКЦИЯ 1

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ:
НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ**

Губина Н.В.,
доктор социологических наук, профессор,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ
Салахов А.Р.,
студент
Нижекамского химико-технологического института КГТУ

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛЕЙ В УЧЕБНОЙ ГРУППЕ

Готовя специалистов-менеджеров, следует помнить, что будущий управленец должен использовать новые методы и стили управления, но делать это он сможет только тогда, когда научится анализировать свои силы и возможности и сумеет приспособлять свои ограничения к меняющейся ситуации. Только в этом случае он останется психологически здоровым и сумеет эффективно выполнять возложенные на него государством и обществом обязанности.

Не все качества можно определить визуально, поэтому студентов необходимо провести через систему психологического тестирования, предварительно определив, какие психологические и деловые качества необходимы им в будущей работе.

Одним из необходимых качеств является умение работать в команде. Несмотря на быстро возрастающее признание потребности в командной работе, до сих пор потенциальные возможности команд в деятельности больших организаций практически не используются. Причиной является то, что руководители недостаточно четко понимают, что такое команда, как ее создавать и как использовать.

На бытовом уровне *команда* определяется как несколько человек, действующих совместно при выполнении какой-либо работы или деятельности. В социологии существует более сложное определение термина «*команда*». Ученые считают, что команда – это группа индивидов, которые распределяют между собой рабочие операции и ответственность за получение конкретных результатов. Члены команды взаимозависимы в работе, т.е. для достижения разделяемых целей они нуждаются в работе других членов.

Взаимозависимость означает, что каждый член команды вносит свой индивидуальный вклад в общую работу. Члены команды за-

висят от работы каждого. В команде все делятся рабочей информацией друг с другом. Члены команды воспринимаются как равноправные участники процесса деятельности и имеют возможность влиять друг на друга.

Разделяемая ответственность – это ответственность за командные цели, понимаемая и разделяемая всеми.

Командные результаты разделяются всеми членами группы и фокусируют групповую активность.

Таким образом, *команда* – это группа людей, имеющих общие цели, взаимодополняющие навыки и умения, высокий уровень взаимозависимости и разделяющих ответственность за достижение конечных результатов.

Главным отличием команд от традиционных рабочих групп является наличие синергетического эффекта [1].

Отличительной особенностью команды является также четкое распределение ролей между членами группы.

М. Белбин пришел к выводу, что группа, в которой есть исполнители самых разнообразных ролей, будет более эффективной в деятельности по сравнению с моноструктурной группой. Не во всех группах может наблюдаться полный набор ролей, и не все члены группы полностью могут реализовать свою роль. Поэтому М. Белбин рекомендует членам команды осваивать навыки работы еще как минимум одной дополнительной роли, чтобы группа имела возможность эффективно достичь поставленной цели.

При исследовании структуры студенческой группы 4707, была поставлена *цель*: определить склонность студентов выполнять одну из пяти ролей, описанных с помощью психогометрии.

В качестве *основной гипотезы* выдвигалось предположение, что неудовлетворительное состояние учебной деятельности группы позволяет говорить о низкой дифференцированности ее ролевой структуры.

Психогометрическая методика позволяет дифференцировать членов команды, исходя из представления о геометрической форме, с какой ассоциирует себя личность [2]. На основании этого можно, во-первых, дать подробную характеристику личных качеств и особенностей поведения любого человека на быденном, понятном каждому языке; во-вторых, составить сценарий поведения для каждой формы личности в типичных ситуациях.

Психогеометрия как система сложилась в США, ее автор Стю-зен Деллингер – специалист по социально-психологической подготовке управленческих кадров. Точность диагностики с помощью психогеометрического метода достигает 85%, что подтвердили исследования А.А. Алексеева и Л.А. Громовой [3]. Психогеометрия – уникальная практическая система анализа личности, которая позволяет определить структуру группы мгновенно.

Тест основан на последовательном выборе одной из предложенных фигур, в отношении которой испытуемый может сказать: это – «Я»! Первоначально для выбора предлагается пять фигур: квадрат (2), прямоугольник (4), треугольник (1), зигзаг (5), круг (3). При последующих этапах выбор совершается из оставшегося количества фигур. Таким образом, составляется упорядоченный ряд геометрических форм. Фигура, стоящая на первом месте, – это основная субъективная форма личности. Она дает возможность определить доминирующие черты характера и особенности поведения. Остальные четыре фигуры – это своеобразные модуляторы, окрашивающие действия первой фигуры. Сила их влияния убывает с увеличением порядкового номера. Последняя фигура указывает на форму человека, взаимодействие с которым будет представлять для обследуемого наибольшие трудности.

Для того чтобы команда состоялась и могла эффективно функционировать, в ней должны присутствовать все четыре основные формы. При этом Треугольник должен занимать место лидера и стратега, Квадрат – обеспечивать тактическое решение задач, Зигзаг – генерировать новации, а Круг – осуществлять внутригрупповые и межгрупповые коммуникации. Увеличение численности команды должно происходить в большей мере за счет Квадратов, затем Кругов, а Треугольники и Зигзаги должны присутствовать в команде в единичном экземпляре. Наличие Прямоугольников в команде должно стать случайным явлением, так как Прямоугольник является временной формой личности и символизирует состояние перехода и изменения. Прямоугольник на первое место выбирают люди, не удовлетворенные тем образом жизни, который они ведут сейчас, и поэтому занятые поисками лучшего положения. Причины прямоугольного состояния человека могут быть самыми различными (изменение служебного статуса, места работы,

семейного положения и т.п.), но объединяет их одно – значимость изменений для определенного человека [4].

Рассмотрим, как обстоит дело с психогеометрическими типами в гр.4707. После тестирования определились следующие выборы студентов 1 - (2,5,3,1,4); 2 - (5,4,1,2,3); 3 - (5,2,1,3,4); 4-(5,2,1,4,3); 5 - (5,2, 4,1,3); 6 - (2, 5, 3,4,1); 7 - (1,5,2, 3,4); 8 - (4,2, 3, 1,5); 9 - (5, 1, 2,3,4); 10 - (3,1, 5, 4, 2). Эти результаты показывают, что в данной учебной группе нарушен баланс ролей, который обеспечил бы ее эффективную жизнедеятельность, так как половина студентов (5 из 10) оказалось «зигзагами», которые не склонны к командной работе и воспринимают окружающих в качестве конкурентов, а не партнеров. В группе нет стабилизирующего большинства, состоящего из «квадратов» и «кругов» (их всего 3 человека), кроме того, в группе есть один неустоявшийся тип –«прямоугольник», что также наносит вред стабильным взаимоотношениям членов группы.

Таким образом, наша гипотеза подтвердилась, и учебные проблемы группы могут быть объяснены ее деформированной ролевой структурой.

Литература

1 Галкина, Т. П. Социология управления: от группы к команде : учебное пособие / Т. П. Галкина. – М. : Финансы и статистика, 2001. – С. 154-155.

2 Применение тестов в социологии / под ред. Г. Г. Воробьева, В.П. Павлова. – М. : Изд-во МГУ, 2001. – С. 77-78.

3 Алексеев, А. А. Психогеометрия для менеджеров / А. А. Алексеев, Л. А. Громова. – М. : Знание, 1991. – С. 4-16.

4 Губина, Н. В. Социальная напряженность в монопрофильном городе: опыт социологического исследования : монография / Н. В. Губина. – Казань : РИЦ «Школа», 2007. – С.70.

*Александрова И.В.,
кандидат социологических наук, доцент, КГТУ*

АЛКОГОЛЬНАЯ КАТАСТРОФА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В РОССИИ

Демографическая концепция, утвержденная осенью 2007 года, предусматривает увеличение средней продолжительности жизни россиян к 2025 г. с нынешних 66 до 70 лет. Владимир Путин ставит еще более амбициозные цели: уже в 2020 г. люди будут жить до 75 лет, говорится в его плане развития страны. Однако власти пока не афишируют, как именно они собираются бороться с основной причиной преждевременной смертности в нашей стране – алкоголизмом. Ежегодно в России умирают более 2 млн. граждан, причем на первом месте среди факторов смертности уже многие годы стоят сердечно-сосудистые заболевания, далее следуют травмы, онкология и инфекции.

По неофициальным данным, примерно 500 тыс. "сердечников", которые ранее никогда не жаловались на проблемы с сердцем, умирают от передозировки алкоголя. Алкоголизм является также причиной травм со смертельным исходом и многих других хронических заболеваний, которые укорачивают жизнь человека.

Всемирная организация здравоохранения рассматривает уровень потребления алкоголя выше 8 л на человека в год как критический, за которым следует вырождение нации. Это подтверждает и то, что по уровню смертности Российская Федерация занимает 22-е место в мире, опережая Экваториальную Гвинею, Руанду и Буркина Фасо, а по продолжительности жизни россияне на 157 месте в списке из 200 государств. Женщины в России в среднем живут около 73 лет, а вот мужчины не доживают до 60!

«Необходимо принять концептуальные решения и приступить к реализации мер по выведению нации из пьяного угара», – говорит руководитель Роспотребнадзора Геннадий Онищенко. По его данным, в России на учете числится 2,5 млн алкоголиков, что примерно равно населению двух областей, еще порядка 600 тыс. не имеют диагноза, но без ежедневной дозы спиртного уже не могут. Реальное число алкоголиков в нашей стране, по оценкам Онищенко, приближается к 5 миллионам.

Столько в России не пили никогда. Для сравнения – в XIX веке на душу населения приходилось в среднем от 2 до 4 литров в год. Этот же показатель держался и в начале советского времени. Только с 1955-го года начался рост производства спиртных напитков. В результате, к антиалкогольной кампании «перестроечных» времен мы подошли с показателем 14 литров в год. Экономический кризис 2008-2009 года не снизил, а повысил данный показатель до 15,5-18 л. Снижение уровня заработной платы, повышение безработицы привели к тому, что алкоголь остался в потребительской корзине по двум причинам: на него всегда хватает денег, и он служит лекарством от депрессии. Однако борьба с алкоголизмом пока не прозвучала в перечне основных задач, которые России предстоит решить до 2020 года [1].

Масштаб сокрытия правдивой информации об алкоголизме у нас достигает, по некоторым данным, 90%. В США и Европе эта цифра колеблется от 20 до 50%.

Все многочисленные исследования на эту тему сталкиваются с одной серьезной проблемой – жители нашей страны умышленно занижают "самоотчет" по потреблению алкоголя, то есть тщательно скрывают реальное положение вещей. Только специально разработанные методики позволили исследовательскому центру РО-МИР провести социологический опрос, который прояснил наконец реальную картину российского пьянства. Как выяснилось в ходе исследования, лишь четверть россиян нельзя назвать пьяницами, а каждая вторая госпитализация прямо или косвенно связана с последствиями чрезмерного употребления алкоголя, более половины россиян (73,5%) выпивают регулярно и только 26% могут назвать себя трезвенниками. При этом процент людей, которые совсем не пьют, выше в крупных городах и, соответственно, ниже в городах малых и в сельской местности. 5% россиян честно признались, что прикладываются к бутылке ежедневно, каждый пятый выпивает один или два раза в месяц, 25% выпивают реже одного раза в месяц. Следует обратить внимание также на сезонный характер потребления алкоголя. Весной и летом в два-три раза увеличивается потребление пива (многие наркологи уже заговорили о пивном алкоголизме как об устойчивой тенденции – 25% из алкоголиков не употребляют ничего кроме пива). Осень и зима традиционно являются временем перехода на крепкие алкогольные напитки [2].

Еще один настораживающий факт: только 34% крепких алкогольных напитков, потребляемых россиянами, сертифицированы, большая же часть продается нелегально, а качество их как минимум подозрительно. Все это, естественно, ведет к плачевным результатам. Более половины россиян хоть раз в жизни испытали синдром похмелья. По мнению профессора РУДН, руководителя отделения соматической реабилитации в наркологии Национального научного центра наркологии Минздрава Павла Огурцова, вовремя не вылеченное похмелье может привести к гипертоническому кризу, острой коронарной недостаточности, тяжелой аритмии, предынфарктному состоянию и даже к синдрому внезапной смерти.

Если человек выпивает в день 300-500 граммов водки, то, перейдя на пиво, выпьет столько, чтобы получить ту же дозу, – 6 – 8 бутылок. Таким образом, пиво не только входит в привычку, но и в биохимические процессы в организме. По статистике, каждый россиянин в год выпивает в среднем 30 литров пива. По словам главного детского нарколога Минздрава России Алексея Надеждина, пристрастие к пиву особенно распространено среди молодых людей. По данным медиков, многие из современных 16-17-летних подростков выпивают более трех литров пива в день. Если пол-литровая бутылка пива равноценна 60 граммам водки, то выходит, что такой подросток потребляет около 400 граммов водки ежедневно. Многие бьют по этому поводу тревогу и призывают усилить контроль за продажей и потреблением хмельного напитка.

По мнению Геннадия Онищенко, необходимо ограничить рекламу пива на телевидении, заменить ее антирекламой, остановить рост содержания спирта в этом напитке.

Анализ данных фактов показал, что первоочередными в борьбе с алкоголизацией населения, на наш взгляд, должны стать следующие меры:

1. Необходимо ввести государственную монополию на розничную продажу алкоголя, но главное – нужно оградить от него детей и подростков. Многочисленные исследования показывают: чем позже молодой человек попробует алкоголь, тем меньше шанс, что у него возникнут проблемы со спиртным в будущем.

2. «Следует перенять опыт Финляндии, где эти проблемы уже давно успешно решили, – отметил профессор Российского госу-

дарственного университета Андрей Коротаяев. – В магазинах, продающих алкоголь, рядом с кассой висит видеокамера. Если продавец сомневается, что покупателю больше 18 лет, он просит его предъявить документы. Камера фиксирует и действия продавца, и дату рождения в паспорте».

Помимо ограничения продажи, немаловажную роль играет просветительская работа в школах.

3. Необходимо вести просветительскую работу, подробно рассказывать детям о вреде алкоголя. Причем делать это должны не только педагоги на специальных уроках, но и родители. В России пока опасность алкоголя недооценивают и в семье, и в школе, более 80% подростков пьют спиртное регулярно [3].

4. Запретить продавать алкоголесодержащие напитки крепостью более 5% на территориях, прилегающих к детским, образовательным, медицинским, физкультурно-оздоровительным и спортивным учреждениям.

Литература

1 Электронный ресурс. Режим доступа : <http://www.demoscop.ru>, свободный.

2 Электронный ресурс. Режим доступа : <http://zabinfo.ru>, свободный

3 «Новые известия», 26 марта 2008 года

Аппакова Е.Г.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ;

Большакова Н.С.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ;

Шарипова Л.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

СПОСОБНОСТЬ К ИННОВАЦИЯМ

Инновации – есть обновление, преобразование какой-либо деятельности, приводящие к замене одних её элементов другими, более совершенными, либо дополнению уже имеющихся элементов новыми [1].

Объектом изучения является группа 4706.

Предметом исследования выступает способность к инновациям.

Целью исследования является изучения способности студентов группы 4706 к нововведениям в группе.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретическую основу термина «инновация»;
- рассмотреть действия, приводящие к изменению;
- изучить способность группы 4706 к инновациям.

Гипотеза: группа 4706 способна к нововведениям в группе.

Инновация – это целенаправленные изменения и нововведения в социальной организации.

К социальным нововведениям относят, прежде всего, экономические и управленческие, а именно создание новых организационных структур, новых форм организации труда, новых способов выработки и принятия решения, принципиально новых форм контроля. К управленческим инновациям относят также широкие социальные преобразования, связанные с изменением системы вла-

сти и ответственности, формированием новой организационной культуры и т.д.

Любое нововведение осуществляется более эффективно в тех организациях, плотность которых относительно низка. Перед тем как переходить к действиям по изменению деятельности необходимо выявить отдельные лица и группы, чья приверженность к переменам непременно требуется для их осуществления [2].

Рассмотрев теоретические аспекты и проанализировав способность к инновациям можно сделать следующий вывод, что в группе 4706 не способны к инновациям. Данные выводы сделаны на основе метода социологического исследования-наблюдения. Анализ наблюдения за группой 4706 в течение всего периода совместного обучения позволил сделать следующий вывод: каждый член группы способен к инновациям, но в совместной деятельности это не проявляется. Следовательно, гипотеза опровергнута.

Литература

1 Электронный ресурс. Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Инновации>, свободный.

2 Бурганова, Л. А. Социология управления : Учебник / Л. А. Бурганова. – К. : КГТУ, 2007. – 253 с.

Бабаева В.А.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ;

Муллахметова Г.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛЕЙ И СТАТУСОВ В МАЛОЙ ГРУППЕ

Актуальность исследования обусловлена тем, что при характеристике процессов, связанных с образованием малых групп, будет в виду лишь процесс образования реальных естественных малых

групп. Чаще всего они определяются внешними по отношению к группе факторами, например, условиями развития какого-либо социального института или организации, в рамках которых возникает малая группа (например, создается новый отдел в учреждении). В более широком смысле можно сказать, что малая группа задается определенной потребностью общественного разделения труда и вообще функционирования общества. Человек ежедневно взаимодействует с разными людьми и социальными группами. Входя одновременно во многие социальные группы, он занимает в каждой из них соответствующее положение, обусловленное взаимоотношениями с другими членами группы. Для анализа степени включения индивида в различные группы, а также положений, которые он занимает в каждой из них, используются понятия социального статуса и социальной роли. Социальная роль – это модель поведения человека, объективно заданная социальной позицией личности в системе социальных, общественных и личных отношений. Другими словами, социальная роль – «поведение, которое ожидается от человека, занимающего определенный статус»[1].

Цели и задач исследования. В качестве цели мы решили определить значение социальной роли в коллективе. А задачами являются:

- определить сущность и свойство социальной роли;
- выделить виды социальных ролей;
- рассмотреть функции социальных ролей;
- рассмотреть основные характеристики социальной роли.

Объект и предмет исследования. Объектом является эмпирический анализ определения социальных ролей в разных коллективах, а предметом является определение теоретической интерпретаций и понятий социальных ролей.

Проблема малой группы является традиционной проблемой социальной психологии. Интерес к исследованиям малых групп возник давно, по существу, вслед за тем, как начала обсуждаться проблема взаимоотношений общества и личности, и в частности, вопрос о взаимоотношениях личности и среды ее формирования. Интуитивно любым исследователем, приступившим к анализу этой проблемы, малая группа «схватывается» как та первичная среда, в которой личность совершает свои первые шаги и продолжает далее свой путь развития. При анализе малой группы особое внима-

ние уделяется таким понятиям, как социальный статус и социальная роль.

Социальный статус – положение индивида в социальной системе, этот статус имеет соответствующий список прав и обязанностей. Статус можно сравнить с пустой ячейкой в организации или группе, которую может занимать тот или иной человек, люди приходят и уходят, а статусы в организации остаются. Организация – это система взаимосвязанных и специализированных статусов. Каждый статус имеет свою функцию в организации, например, функция руководителя состоит в руководстве рядовыми сотрудниками, функция учителя – в обучении учащихся, функция рабочего в управлении и ремонте технических устройств и т.д. Каждый человек занимает одновременно несколько статусов, например, рабочего, студента, члена партии, автора газетной публикации, посетителя больницы и т.д. Статус делится на виды – это прирождённый статус, например, национальность, сословие, пол, раса, каста, и достижимый статус, например, президент страны, академик, генерал.

Социальная роль – это такое поведение, которое окружающие ожидают от человека, занимающего определённый статус. Т. Парсонс составил классификацию социальных ролей:

- одни роли требуют эмоциональной сдержанности, например, роли судьи, зубного врача, владельца похоронного бюро, хирурга, поэтому на эти роли лучше всего подходят техники. Другие роли напротив, требуют откровенного показного выражения чувств, например, роли актёра или вдовы на похоронах, поэтому для исполнения этих ролей лучше всего подходят психологи;

- по способу получения роли бывают приписанные (ребёнку предписано играть в песочнице) и достигнутые (руководитель, президент страны, академик);

- одни роли ограничены рамками, например, полномочия учителя ограничены рамками устава школы, он может поставить неудовлетворительную отметку за плохие знания, но он не может диктовать ученику длину юбки и фасон причёски. Другие роли, не имеют рамок, например родители волнуют все стороны жизни малыша;

- одни роли предусматривают общение с людьми по формальным правилам, в «казённом» стиле, примеры таких ролей – роли

чиновника, полицейского или судьи. Другие роли допускают неформальные, личные отношения, например, мы не должны платить деньги брату или сестре за оказанную услугу. К первым ролям имеют склонность техники.

Люди, имеющие один статус, могут играть в обществе различные роли. Ролевое поведение должно соответствовать социальным нормам и ожиданиям, предъявляемым группой индивиду, установившийся ролевой набор личности, индивида достаточно трудно, практически невозможно изменить. Таким образом, социальная роль состоит из ролевого ожидания (экспектации) и исполнения этой роли (игры). Рассматривая онтогенез отдельно взятого индивида, можно заметить, что по мере взросления человека меняются социальные роли. Человек не рождается с готовыми способностями, характером и т.д. Эти свойства формируются в течение жизни в тесной взаимосвязи с природной предрасположенностью. Развитие личности, т.е. формирование системы ее социально-положительных качеств, требует определенных общественных предпосылок, социального запроса, нейтрализации факторов, ведущих к отчуждению личности. Естественно, что индивиду приходится постоянно адаптироваться к меняющимся социальным ролям, соответственно, к изменяющимся ожиданиям и нормам. Социальные роли воздействуют на развитие личности, ускоряя либо замедляя его. Развитию личности способствует взаимодействие с лицами, играющими целый ряд ролей, а также ее участие в максимально возможном ролевом репертуаре. Чем больше социальных ролей способен воспроизвести индивид, тем более приспособленным к жизни он является. Таким образом, процесс развития личности часто выступает как динамика освоения социальных ролей. Необходимо отметить, если на ранних этапах социализации индивид не выполняет функции, присущие социальной роли, исполняемой им, то и на последующих этапах социализации это оказывает воздействие, приводя к нарушениям в развитии личности, нарушению характера транзакций в общении с людьми. Виды социальных ролей определяются разнообразием социальных групп, видов деятельности и отношений, в которые включена личность. В зависимости от общественных отношений выделяют социальные и межличностные роли.

Социальные роли связаны с социальным статусом, профессией или видом деятельности (учитель, ученик, студент). Это стандартизированные безличные роли, строящиеся на основе прав и обязанностей, независимо от того, кто эти роли исполняет.

Межличностные роли связаны с межличностными отношениями, которые регулируются на эмоциональном уровне. В межличностных отношениях в группе индивид может воспроизвести различные устоявшиеся социальные роли, выполняя определенные функции, например:

- альфа – лидер группы, наиболее энергичен, авторитетен, пользуется правом первоочередного присвоения благ;

- бета – второе лицо в группе с соответствующим правом на блага, менее энергичен, но часто более интеллектуален, чем альфа, обычно является хранителем групповых норм и правил;

- гамма-1 – приближенные, опора, соратники, команда альфы;

- гамма-2 – обычно многочисленная группа инертных, подчиняющихся членов группы, становящиеся жертвами манипуляций представителей верхнего уровня;

- гамма-3 – оппозиция, подгруппа недовольных своим статусом, но вынужденных подчиняться, по отношению к ним применяется политика «кнута или пряника», причем «пряником» может быть введение в число приближенных (кооптация), а «кнутом» – ограничение прав, полученного вознаграждения, довольства, изгнание из группы и вплоть до физической расправы;

- гамма-4 – шут, позволяющий себе (с разрешения лидера) критические замечания, поддерживая видимость демократии, свободы слова и т.п., по статусу может быть от гамма-1 до гамма-3;

- омега – «козел отпущения» – лицо, принимающее на себя групповую агрессию.

Если же индивид не выполняет функции, соответствующие определенной социальной роли, это приводит к усложнению межличностных отношений в группе. В жизни в межличностных отношениях каждый человек выступает в какой-то доминирующей социальной роли, своеобразном социальном амплуа как наиболее типичном индивидуальном образе, привычном для окружающих. Изменить привычный образ крайне трудно как для самого человека, так и для восприятия окружающих его людей. Чем более длительный период времени существует группа, тем привычнее ста-

новятся для окружающих доминирующие социальные роли каждого участника группы и тем сложнее изменить привычный для окружающих стереотип поведения.

Особое внимание необходимо уделить лидерам группы как формальным, так и неформальным. Поскольку любая группа – это сложно устроенный и во многом самоорганизующийся объект управления, то эффективнее оказывать влияние на группу в целом через неформальных лидеров и лидеров «мнения». Лидером обычно является человек, принимающий на себя ответственность, быстро распределяющий задания, оперативно принимающий решения, пользующийся уважением и поддержкой членов группы. невыполнение лидером своих функций может привести к развалу группы, деструкции. Развитие межличностных отношений, формирование групповых норм, ценностей, взаимной ответственности влияют на эффективность деятельности группы.

Также можно рассмотреть социометрию как метод изучения малых групп при помощи описания системы межличностных отношений между их членами. Социометрические методики исследования групп и первичных коллективов используются социальными психологами и социологами для исследований на предприятиях, в школах, вузах, спортивных коллективах, а также для формирования особых групп и коллективов, для которых проблема межличностных отношений и психологической совместимости имеет исключительно важное значение. Социометрическая техника исследования малой группы построена на том, что исследуемые лица выбирают (или отвергают) партнеров для совместной работы, совместного проведения свободного времени, совместной учебы, соседа по парте и т.д. По числу полученных от других членов группы выборов (или отказов) и их интенсивности (в соответствии со степенью желанности или нежеланности) можно судить о популярности, авторитете, положении человека в коллективе. Если же учесть число всех членов коллектива, охваченных социометрическим изучением, число всех теоретически возможных выборов и число выборов, действительно сделанных в коллективе (односторонних и взаимных), то можно вычислить, количественно определить интеграцию и сплоченность коллектива. Кроме того, важно соблюдение следующих правил социометрического обследования:

- границы обследуемой группы должны быть четко обозначены; группа должна иметь определенный опыт совместной деятельности (обычно не менее трех месяцев);
- опрос членов группы должен проводиться посторонним для данного коллектива лицом;
- все выборы членами группы должны делаться самостоятельно;
- вопросы должны формулироваться таким образом, чтобы они были понятны всем членам группы;
- критерии должны быть существенны для членов группы.

Таким образом, социальные роли устойчивы и оказывают решающее воздействие на развитие личности, ее общественное самоопределение. Определенность личности является основой организованной социальной жизни. Только когда человек определен и помещен на соответствующее место, может быть установлена его ответственность. Каждый человек, обладающий устойчивым представлением о себе, легко находит свое место в действиях группы, членом которой он является. Поскольку он встречает со стороны других соответствующее отношение, это усиливает его чувство определенности и дает возможность продолжать исполнение своих обязанностей.

Литература

- 1 Громов, И. А. Западная социология / И. А. Громов, И. А. Мацкевич, В. А. Семёнов. – СПб. : ООО «Издательство ДНК», 2003. – С. 537.
- 2 Еникеев, М. И. Общая и социальная психология : Учебник для вузов / М. И. Еникеев. – М. : Издательская группа НОРМА-ИНФРА. – М., 2002. – 624 с.
- 3 Андреева, Г. М. Социальная психология : Учебник для вузов / Г. М. Андреева. – М., 2006. – 229 с.
- 4 Сухов, А. Н. Социальная психология : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Сухов, А. А. Бодалев, В. Н. Казанцев и др. – М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 600 с.
- 5 Платонов, Ю. П. Социальные статусы и социальные роли [Электронный ресурс] / Ю. П. Платонов. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru>, свободный.

6 Кравченко, А. И. Социальные роли и социальные стратификации [Электронный ресурс] / А. И. Кравченко. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru>, свободный.

7 Семечкин, Н. И. Социальное влияние в группах [Электронный ресурс] / Н. И. Семечкин. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru>, свободный.

8 Кларин, М. В. Влияние статуса [Электронный ресурс] / М. В. Кларин. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru>, свободный.

Большакова Н.С.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Никифорова Н.И.,

кандидат социологических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БЫТОВЫМИ ОТХОДАМИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Эффективная система комплексного управления отходами в Республике Татарстан может быть создана при разработке единого подхода к системе обращения с отходами, включающей сбор, утилизацию, обезвреживание, транспортировку, хранение, захоронение и контроль над этими операциями на всех уровнях власти.

Управление отходами должно базироваться на четырех принципах:

- минимальное воздействие на окружающую среду. Простое количественное сокращение отходов не является главной целью процесса минимизации. Основным критерием во всех случаях должно быть максимальное снижение негативного влияния отходов на окружающую среду;

- минимизация бюджетных затрат;

- максимальное использование и обезвреживание отходов;

- комплексный подход к решению указанных проблем.

При создании системы управления отходами необходимо учесть следующие пути регулирования процесса управления отходами:

- экономическое регулирование обращения с отходами;
- создание нормативной правовой базы, регламентирующей систему сбора и утилизации отходов;
- применение организационно-управленческих решений;
- государственный контроль и надзор.

Основными принципами экономического регулирования сферы обращения с отходами являются:

- уменьшение количества отходов и вовлечение их в хозяйственный оборот;
- размещение отходов на полигонах на платной основе;
- экономическое стимулирование деятельности в области обращения с отходами.

Задачей экономического регулирования сферы обращения с отходами является создание благоприятных условий для экологического предпринимательства, то есть деятельности, осуществляемой в целях охраны окружающей среды. Система экономического регулирования включает в себя:

- общий экономический механизм природопользования (в части размещения отходов), порядок определения платы и ее предельных размеров за загрязнение окружающей среды различными видами отходов;
- систему экономического стимулирования экологически безопасного обращения с отходами, использования, утилизации и переработки отходов субъектами хозяйственной деятельности. Создание на территории республики государственных, частных и смешанных предприятий централизованной переработки отходов в товарную продукцию, пользующуюся платежеспособным спросом;
- систему налоговых льгот, стимулирующих экологическое предпринимательство;
- систему налоговых льгот для предприятий и организаций, стимулирующих их природоохранную деятельность;
- систему налоговых льгот, льготных кредитов, направленных на поддержку бизнес-планов инвестиционных проектов, связанных с решением задач утилизации и переработки отходов промышленного производства и животноводства;
- систему мероприятий по привлечению инвестиций на осуществление природоохранной деятельности в области управления

отходами и снижения негативного воздействия отходов на окружающую среду.

В целях повышения совершенствования деятельности в сфере обращения с отходами потребления и благоустройства населенных пунктов муниципальных районов принято Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 05.07.2006 N 344 «О мерах по совершенствованию деятельности по обращению с отходами потребления в Республике Татарстан», предусматривающее разработку и реализацию инвестиционных программ муниципальных районов и городских округов [1].

В соответствии с действующим законодательством организация сбора, вывоза, утилизации и переработки бытовых и промышленных отходов относится к вопросам местного значения муниципального района, что значительно повышает роль и ответственность органов местного самоуправления в области обращения с отходами потребления.

Стратегическим направлением в сфере обращения бытовых отходов муниципальных образований должно стать соединение экологии и экономики муниципальных образований. Согласно ст. 13 Федерального закона от 22.08.2004 N 122-ФЗ «Об отходах производства и потребления», основная часть инвестиционных программ муниципальных районов и городских округов должна предусматривать:

- создание муниципальных бирж отходов в муниципальных образованиях;
- анализ использования и переработки отходов в районе, городе;
- разработку территориальных схем обращения с отходами;
- выбор технологии переработки отходов с экологическим обоснованием ее применения;
- разработку порядка сбора отходов на территории муниципального образования, предусматривающего их разделение на виды[2].

Отсутствие нормативных правовых основ для практического внедрения системы управления отходами снижает эффективность сбора и сортировки отходов производства и потребления. На сегодняшний день нормативные правовые акты, в которых обозначены экологические, санитарно-гигиенические и другие виды опасности

при обращении с отходами, уже существуют, однако в них отсутствуют понятия, учитывающие вовлечение отходов в промышленное производство или дающие оценку их сырьевых и ресурсных качеств.

В республике должны быть разработаны следующие нормативно-правовые и нормативно-методические документы:

- правила систематизации сбора и удаления медицинских и биологических отходов;
- порядок формирования системы регионального нормирования антропогенных нагрузок с учетом территориальных особенностей республики;
- правила подземного захоронения жидких промышленных отходов на территории республики;
- порядок внедрения инвестиционных программ совершенствования деятельности в области обращения с отходами производства и потребления, программ социально-экономического развития территорий соответствующих муниципальных районов и городских округов с учетом принятых инвестиционных программ;
- порядок правового регулирования землепользования в части изъятия земель для организации полигонов, шламохранилищ, организации производства по переработке отходов;
- порядок осуществления процедуры уничтожения или утилизации продукции с истекшим сроком годности (продуктов питания, лекарственных препаратов и др.);
- правила владения, пользования и распоряжения отходами производства и потребления;
- порядок действия в аварийных и чрезвычайных ситуациях, связанных со сферой обращения с отходами.

Литература

1 О мерах по совершенствованию деятельности по обращению с отходами потребления в Республике Татарстан : Постановление Каб. Министров РТ от 5 июля 2006 г. N 344 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tatarstan.news-city>, свободный.

2 Об отходах производства и потребления : федер. закон : принят Гос. Думой 22 мая 1998 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://base.consultant.ru>, свободный.

Галимова Л.Ф.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

КОНФЛИКТНАЯ НАПРЯЖЕННОСТЬ В УЧЕБНОЙ ГРУППЕ

Общее психическое состояние личности так же, как и уровень ее здоровья и работоспособности в значительной мере определяется характером общения и совместной деятельности в различных группах и коллективах. Параметры межличностной напряженности, возникающей в трудовых коллективах, рассматриваются как форма стресса, приводящая, в случае их неуправляемости, к ухудшению «психологического климата» в коллективе, конфликтам, травматизму, психологическим барьерам, снижению производительности труда и так далее.

Групповое напряжение – это побуждающий фактор, обеспечивающий неудовлетворенность и желание что-то изменить [1].

Групповое напряжение возникает в связи с несовпадением ожиданий участников группы с реальной групповой ситуацией, несовпадением их личных устремлений, необходимостью соизмерять свои потребности, желания, позиции, установки с другими членами группы, обращением к болезненным проблемам и переживаниям. Напряжение может выражаться в агрессивности, злости, раздражении, неприятии, страхе, отчуждении. Групповое напряжение связано с внутренним напряжением каждого индивида в группе. В групповой психокоррекции агрессию не подавляют, а стараются выявлять либо вербально (рассказ об этих чувствах), либо в символической форме (используются дополнительные объекты: клиент бьет по подушке, которая является символом человека - предмета агрессии) [2].

Если напряжение в группе велико и не заменяется сплоченностью, то это ведет к распаду группы. Слабое напряжение тоже негативно, так как работа над собой затормаживается, члены группы удовлетворены отношениями, стараются не замечать комплексы.

Группа нуждается в постоянных конфликтах, взаимной критике и конфронтации своих членов.

Если напряжение в группе слишком высоко, то члены группы не в состоянии действительно решать проблемы, они жалуются, что отношения между ними нарушены. Если же, наоборот, напряжение слишком низко, то члены группы будут отдавать предпочтение более удобным, легким, бесконфликтным взаимным контактам, а не подробному разбору собственных проблем, который сопровождается негативными эмоциями. Оптимальный уровень напряжения в группе способствует проявлению и вскрытию групповых и индивидуальных конфликтов и проблем, конфронтации и взаимной критике, предоставляя группе уникальный материал для эффективной работы, что, в конечном счете, приводит к позитивным изменениям у участников группы [2].

Групповая деятельность в условиях напряженности имеет ряд особенностей, отличающих ее от групповой деятельности в нормальных условиях.

Система взаимоотношений, на которых базируется структура группы, является саморегулирующейся, что обеспечивает поддержание уровня межличностной напряженности в группе на некотором постоянном уровне.

Сложность регулирования напряженности в учебной группе обуславливается тем, что на взаимоотношения влияет большое количество факторов. К таким факторам можно отнести расхождение мнений членов группы, что довольно часто приводит к открытым конфликтам; нарушение внутренней дисциплины некоторыми из них; низкая успеваемость отдельных участников, которая влечет за собой снижение успеваемости всей группы в целом и другие. Процесс образования взаимоотношений в коллективе является саморегулирующимся, межличностные взаимоотношения имеют внутренние законы развития.

Групповая напряженность в случае ее неуправляемости может блокировать процессы функционирования и совершенствования группы в форме неразрешимых, порой скрытых конфликтов, труднопреодолимых психологических барьеров, негативного отношения к учебе, нарушений дисциплины и так далее, что в конечном счете, может привести к распаду группы.

Именно поэтому очень важно изучать конфликтную напряженность в группе, в первую очередь, для того, чтобы научиться управлять этим процессом для создания условий стабильного функционирования группы.

Литература

1 Групповая динамика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://home.tula.net/tgpu/resources/aspo/as4.htm>, свободный.

22 Групповая сплоченность и групповая напряженность [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.pedlib.ru/Books/3/0294/3_0294-349.shtml, свободный.

Замалетдинова А.И.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

В течение долгого времени внутренние коммуникации в организации рассматривались как «приемыш» PR, но сейчас все изменилось – отделы PR и корпоративных коммуникаций в организациях поняли, что не следует отказываться от старой, никем не отмененной поговорки: «хороший PR начинается дома». Существует целый ряд причин, чтобы рассматривать внутренние коммуникации как важнейшую задачу PR. В то время как в более широком контексте PR обеспечивает возможность для создания менее конфликтного общества, более ориентированного на всеобщее согласие, внутренние коммуникации являются средством создания более демократичной организации, ориентированной на достижение гармонии. Основная идея заключается в том, что сотрудники только тогда могут работать с полной отдачей, когда участвуют в жизни организации, а почувствовать свою причастность к делам организации они смогут, только обладая полной информацией, т. е. полным пониманием целей и задач организаций каждым ее служащим. Необходимо также, чтобы каждый служащий понимал,

как его действия вписываются в стратегию организации и каким именно образом он вносит вклад в достижение организационных целей и задач [1].

В ряде компаний ответственность за внутренние PR сосредоточена в руках PR-специалистов, в некоторых организациях – распределена между отделом связей с общественностью и кадровым подразделением. Успешно осуществлять внутрикорпоративные коммуникации можно и в том, и в другом случае.

В ФК «УРАЛСИБ» имеется четкое разделение: за внешние PR отвечают службы маркетинга, PR и рекламы, а за внутренние PR – подразделение по управлению человеческими ресурсами.

Работать над системой трансляции внутрикорпоративной информации в компании начали в 2005 году, в период объединения пяти банков в ОАО «УРАЛСИБ». Тогда главной задачей было создание общего информационного пространства. Началом настройки процессов трансляции стало внедрение в практику Дней информирования – ежемесячных информационных собраний в филиалах, и разработка «матрицы трансляции», позволяющей неспециалисту быстро определить оптимальные каналы информирования разных корпоративных аудиторий [2]. «Матрица» представляет собой таблицу, где описан перечень каналов, по которым информация будет доведена до целевой аудитории, сроки, список ответственных и критерии оценки эффективности, сопровождается новыми нормативными документами, решениями Правления Корпорации, протоколы совещаний коллегиальных органов [3]. Созданное в 2005 году Положение о трансляции внутрикорпоративной информации действует и до сих пор.

В рамках «матрицы трансляции» выделяют несколько каналов: аналитический, информационный, коммуникативный и организационный.

К аналитическому относятся инструменты обратной связи – сайты, форумы, мониторинги, опросы, собеседования.

К информационному – базы данных корпоративной информационной системы, ежеквартальное печатное издание «Корпоративные новости», электронный ежемесячный журнал «Вестник УРАЛСИБА» и т.д.

Коммуникативный канал трансляции включает в себя ежегодные стратегические семинары топ-менеджмента, конференции,

внутренние мероприятия.

Организационный канал объединяет средства, позволяющие каскадировать информацию по должностной иерархии.

С 2004 года в компании работает сайт «Обратная связь», где каждый сотрудник может задать вопрос (в том числе и анонимно) любому менеджеру Корпорации.

В конце каждого года в УРАЛСИБе проводится Общее собрание трудового коллектива, где топ-менеджеры знакомят сотрудников с итогами года и стратегией на ближайшее будущее. Обычно в нем принимают участие все сотрудники центрального офиса и ключевые менеджеры региональной сети, а также лауреаты корпоративных конкурсов.

Все сотрудники Корпорации могут пользоваться бумажной и электронной библиотеками. Причем на реальных и виртуальных книжных полках имеется не только управленческая и узкоспециализированная профессиональная литература, но и издания, посвященные здоровому образу жизни, правильному питанию и т.д. Управление по ценностям – это новый инструмент стратегического лидерства. Основная цель этой системы управления – внедрение личностных параметров в менеджерское мышление.

В ходе нескольких сессий было обсуждено и разработано ценности и этические границы принципов деятельности компании в рамках перехода к управлению по ценностям. В числе ценностей – эффективная вдохновленная команда, приверженность, партнерские отношения с клиентами, здоровый образ жизни. Внутрикорпоративные коммуникации – первейший инструмент для их превращения в жизнь.

Литература

1 Китчен, А. Паблик рилейшнз: принципы и практика : учебное пособие для вузов : пер. с англ. / под ред. Б.Л.Еремина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 454 с.

2 Лактионова, К. HR-служба – внутренних PR дирижер и настройщик / К. Лактионова // Справочник по управлению персоналом. – 2010. – № 2. – С. 18-22.

3 Лактионова, К. Связи решают все / К. Лактионова // Справочник по управлению персоналом. – 2010. – № 2. – С. 11-17.

Купцова А.С.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Михайлова Г.Н.,

кандидат экономических наук, старший преподаватель,

Нижекамский филиал ИЭУП

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Экономика знаний – это экономика, в которой создание, распространение и использование знаний есть основной фактор экономического роста. В рамках нашего исследования под знанием понимается структурированная и систематизированная информация, предназначенная для решения определенных задач или обеспечения жизнедеятельности человека.

История человечества – это история развития производительных сил и производственных отношений. И во все времена, от мастерской ремесленника до современных финансово-промышленных холдингов и транснациональных корпораций, из всего спектра проблем, возникающих при создании и совершенствовании бизнеса, важнейшей являлась потребность правильно определить необходимые для его успешного функционирования ресурсы. Если в предыдущие эпохи главным ресурсом у власти была сила денег, сырья и оружия, то в последние десятилетия XX в. – начале XXI в. складывается новый ресурс власти – знание, или «информационный и символический капитал». Знание человека превращаются в его главную производительную силу. А среди разных типов знаний начинает доминировать знание об управлении, системах, инфраструктурах. В силу высокого уровня развития технологии в постиндустриальной экономики перевод нересурсов в ресурсы стал основным принципом создания нового богатства. общепринятый инструмент совершенствования и развития организации ИСО 9001:2000 «Системы менеджмента качества. Общие требования» классифицирует ресурсы на персонал, инфраструктуру и производственную среду. Стандарт выдвигает требования к управлению ими: «Организация должна определить и обеспечить ресурсы, необходимые для внедрения и поддержания системы ме-

неджмента качества и непрерывного совершенствования её результативности и увеличение удовлетворения потребителя путем выполнения его требований». В версии 1994 г. ресурсы были определены как персонал, финансы, средства обслуживания, оборудование, технологии и методы. На наш взгляд, наиболее полно отражает современное представление о роли и месте ресурсов в процессе товарного воспроизводства такой подход, когда ресурсы идентифицированы по категориям в последовательности: персонал; информация; финансы; инфраструктура; производственная среда.

Компьютерная революция – глубинный и разносторонний поворот в развитии человечества, который связан с ростом производительных сил, широким использованием техники и науки в производстве. Мир стоит на пороге неслыханного технологического переворота. Сегодня трудно представить себе в полной мере его социальные последствия. Рождается новая цивилизация, где коммуникационная связь создает все условия для полного жизнеобеспечения человека. Современная экономика предполагает решение таких задач, которые требуют расчетов со скоростью 3 трлн. операций в секунду. А США уже поставили перед собой задачу: через десять лет обеспечить быстрое действие ЭВМ в 1000 трлн. операций в секунду. Такова мировая тенденция. Думающий менеджер учитывает её и другие мировые тренды.

Таким образом, в современном мире степень развитости того или иного общества определяется скоростью обмена информацией. Не иметь информации – значит быть исключенным из будущего. Чем ценнее становится время и информация, тем больше обесцениваются традиционные факторы производства. Это означает, что медленные экономики должны будут ускорить свои нервные реакции или потерять контракты и инвестиции и окончательно выбыть из соревнования. Именно эта судьба ожидает субъекты хозяйствования, не понявшие значимости ресурса «информация».

Литература

1 Тишкова, Ю. С. Информация как ресурс экономики знаний / Ю. С. Тишкова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №6. – С. 3-6.

*Ломова Я.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ;
Научный руководитель: Хайдаров Р.Р.,
кандидат социологических наук,
НИИТТ КГТУ им. А. Н. Туполева*

ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Молодежная политика в категориях государственного управления понимается как социальная поддержка молодежи, строительство жилья для молодых семей, защита интересов молодых специалистов.

В стратегии развития до 2020 года молодежной тематики напрямую касаются три аспекта: развитие имеющихся трудовых ресурсов, привлечение на территорию новых квалифицированных кадров и создание условий для удержания на территории наиболее талантливых и предприимчивых выпускников вузов города Нижнекамска [1].

Целью молодежной политики, согласно федеральной стратегии развития государственной молодежной политики, является развитие и реализация потенциала молодежи в интересах России. В связи с этим логично было бы выделить два компонента государственной политики в отношении молодежи – это развитие потенциала молодежи с помощью государственных программ и его реализация. Чтобы этого добиться, недостаточно одностороннего воздействия. Необходимо вовлечение и объединение усилий всех субъектов молодежной политики. Отсутствие единых подходов к работе с молодежью приводит к фрагментарности действий разных ведомств, неэффективному использованию имеющихся ресурсов и, как следствие, только к актуализации существующих проблем: превышение уровня смертности над уровнем рождаемости, отток молодых специалистов из моногородов. Прежде всего, настало время пересмотреть подход к работе с молодежью на всех уровнях публичной власти, а также немаловажным является муниципальный уровень.

Утвержденная Постановлением Правительства РФ от 18 декабря 2006 года Стратегия развития государственной молодежной по-

литики в РФ до 2016 года, по сути, является первым с начала 90-х годов серьезным государственным актом федерального уровня в сфере воспитания российской молодежи.

Четыре принципиальные идеи формируют содержательный стержень документа: 1) молодежь – субъект общественной жизни; 2) общество и государство заинтересовано, чтобы молодежь, в силу различных причин отстраняемая и отстраняющаяся, была вовлечена и интегрирована в полноценную жизнь общества; 3) молодежь, обладая специфическим инструментом взаимодействия с обществом и государством – инициативой, может вступать в эффективное взаимодействие посредством проектной деятельности; 4) государство и общество должны и могут предложить молодежи простые схемы не программно-целевого, а проектного управления молодежной политикой.

Современная молодежная политика – это политика, которую реализует сама молодежь, непосредственно участвует в обсуждении и реализации основных ее приоритетов. Государственным институтам необходимо создавать площадки для получения молодыми людьми навыков, необходимых для успеха в жизни.

В Европе действует принцип по работе с молодежью, который называется «Ask boy». Молодые люди сами решают: что будет для них приоритетно. В России этот принцип только приживается. На наш взгляд, на территории Нижнекамска эту функцию может выполнить молодежный совет Нижнекамского муниципального района, так как в нем представлена молодежь из разных учебных заведений, организаций, не по наслышке знающая о реальных потребностях молодежи и имеющая опыт решения проблем. Совет мог бы проводить обсуждение инициатив молодежи, проектов муниципальных правовых актов, затрагивающих интересы молодежи.

Мы убеждены, что при поддержке власти, институтов гражданского общества появится новый образ, выгодно отличающий её от других территорий, позволяющий эффективно решать проблемы молодежи.

Литература

1 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://www.dist-cons.ru/modules/ManageChange/section3.html>, свободный.

Миннуллина Г.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Александрова И.В.,

кандидат социологических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В последние годы социальные, политические и экономические потрясения мирового масштаба привели к небывалой миграции народов, их переселению, расселению, столкновению, смешению, что, разумеется, приводит к конфликту культур.

В то же время научно-технический прогресс и усилия разумной и миролюбивой части человечества открывают все новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнеров по коммуникации. Все это делает рассмотрение проблем межкультурной коммуникации чрезвычайно актуальным и важным.

Современный мир характеризуется тенденцией к расширению и углублению международных контактов в различных сферах экономической, общественно-политической, социальной и культурной жизни. Это определяет необходимость обращения к проблемам межкультурной коммуникации. *Межкультурная коммуникация* – это совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам [1]. Однако при наличии взаимного интереса представителей разных культур друг к другу коммуниканты нередко недостаточно знакомы с представителями другой культуры, с особенностями коммуникативного поведения представителей иной этнической общности.

Все это вместе взятое – и тревожное, и обнадеживающее – и привело к особенно пристальному вниманию к вопросам межкультурного общения. Впрочем, вопросы эти вечные, они волновали человечество с незапамятных времен. В качестве доказательства вспомним одну пословицу. Пословицы справедливо считают сгу-

стками народной мудрости, то есть тем самым народным культурным опытом, который хранится в языке и передается из поколения в поколение.

Русская поговорка, живая, употребительная, не утратившая, своей актуальности, учит: В чужой монастырь со своим уставом не ходят. Ее аналог в английском языке выражает ту же мысль другими словами: When in Rome, do as Romans do. (Приехав в Рим, делай, как римляне). Так в каждом из этих языков народная мудрость старается предостеречь от того, что теперь принято называть термином конфликт культур [2, с. 166].

Глобализация в мире проявляется в увеличении масштабов и темпов перемещения капиталов. Вслед за упрочением между странами мира торговых и промышленных связей стал быстро формироваться мировой финансовый рынок, который превратился в средство мобилизации свободных мировых денежных ресурсов и их инвестирования в различные производственные и финансовые объекты.

Россия – это одна из 10 стран, в которую поступает наибольшее количество иностранных инвестиций. Возникновение межкультурных контактов порождает все более частое взаимодействие культур.

Наряду с производственными количественными задачами, которые необходимо решить, международный бизнес в России означает также необходимость качественного решения совершенно новых проблем. Это касается принятия решений на каждом стратегическом уровне, особенно в области коммуникации, которая занимает до 90% повседневного менеджмента.

Премьер-министр России В.В.Путин сформулировал позицию России по этому поводу: «Выбор России – это большая интеграция в мировой рынок, в эффективные модели экономического развития. Уже сегодня Россия осознает себя неотъемлемой частью мировой экономической системы и настроена работать вместе с нашими партнерами для обеспечения этой системы большей стабильностью, прочностью и безопасностью...» [3].

Процесс интеграции России в международное экономическое и политическое сообщество выявил проблемы культурные и информационно-технологические. В этих условиях обучение межкультурной коммуникации приобретает большой смысл и определен-

ные стратегические задачи – оно должно наряду с базовыми лингвистическими знаниями обеспечивать вхождение в чужую культуру и информатизированную практическую деятельность. Под коммуникативной компетенцией при этом понимается знание используемых при коммуникации символьных систем и правил их функционирования, а также принципов коммуникативного взаимодействия.

Важным видом коммуникационной компетенции является социокультурная компетенция, под которой понимается совокупность знаний, представлений о других культурах и которая реализуется через навыки, установки, модели поведения, обеспечивающие эффективное взаимодействие с представителями этих культур или социумов. Социокультурная компетентность позволяет повышать социопсихологическую грамотность, преодолевать негативные этнические и социальные стереотипы и предубеждения, формировать навыки эффективного межкультурного диалога в ситуациях межнационального, межэтнического и межконфессионального взаимодействия.

Существует множество культурных атрибуций, которые должны приниматься во внимание при межкультурном взаимодействии. Например, в Британии сделать юмористическое замечание во время деловой презентации считается правилом хорошего тона, в то время как в Германии этого делать не стоит.

Жители США улыбки, особенно на работе: таким образом руководитель показывает подчинённым, а те – клиентам, что всё идёт хорошо. Быть угрюмым на работе – это то же самое, что быть неопрятно одетым. В свою очередь, непредвиденные обстоятельства воспринимаются американскими бизнесменами негативно, поскольку они привыкли всё просчитывать и оценивать долю риска. Такую ситуацию они квалифицируют либо как следствие некомпетентности партнёра, либо как нечестную игру.

Англичане боятся перемен и нововведений. Жителей Альбиона характеризуют амбивалентность, апатия, манера выражаться расплывчато, выжидательный образ действий и консерватизм.

Список культурных атрибуций может быть продолжен бесконечно долго [4, с. 120]. Важным является понять, что управленцу необходимы знания различных культурных своеобразий для эффективной, плодотворной работы.

Для того чтобы повышать межкультурную коммуникацию персонала, необходимо проводить различные познавательные мероприятия: кросс-культурные тренинги, семинары, конференции. Также важно изучение различного рода справочников, руководств, пособий по тому, как лучше работать с японцами, французами, русскими и т.п., которые дают конкретные знания об особенностях той или иной культуры в области профессиональной, социальной и отчасти межличностной коммуникации. Особенно актуальным является владение иностранными языками, совершенствование ее в процессе коммуникаций.

Сегодня необходимо следовать принципу: единства – сколько необходимо, многообразия – сколько возможно. Межкультурная коммуникация означает также учиться друг у друга, например, стратегии и организаторскому таланту швейцарцев, или импровизационному таланту финнов, пунктуальности немцев, вежливости японцев и корейцев, гостеприимству киргизов, казахов и узбеков. На фоне межкультурной коммуникации многие имеют огромную выгоду от обмена опытом с коллегами из разных стран. Знания в межкультурной коммуникации всегда будет успешным путеводителем в осуществлении всех поставленных целей, задач в любой сфере деятельности.

Литература

1 Экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mirslovari.com>, свободный.

2 Тер-Минасова, С. Язык и межкультурная коммуникация / С. Тер-Минасова. – М. : Слово. – 2000. – С. 166.

3 Выступление Президента Российской Федерации В.В.Путина на Деловом саммите АТЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ipmb.ru>, свободный.

4 Иванова, С. В. Факторы успешной межкультурной коммуникации специалистов-международников [Электронный ресурс] / С. В. Иванова // Обучение иностранным языкам: от профессионализации к профессионализму : материалы науч.-метод. межвуз. семинара 11 ноября 2009 г. – М. : МГИМО-Университет. – 2010. – С. 120-126. – Режим доступа : <http://www.mgimo.ru>, свободный.

*Муртазина А.А.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ*
Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,
*кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

УПРАВЛЕНИЕ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Важнейшим вопросом повышения эффективности управления организации является оценка эффективности уже сложившихся систем управления, действующих в настоящее время в различных организациях.

Высокая степень неточности, динамичности и сложности современной среды организации нуждается в грамотно-эффективном управлении. От того, насколько развита организация ресурсов, зависит успех функционирования.

Одним из приоритетных направлений в создании эффективной системы управления является изучение внутренней среды организации. Внутренняя среда – необходимый активный комплекс элементов организации, представляющий собой источник ее жизненной силы.

Любая организация имеет миссию и преследует достижение конкретных целей. Цели являются стартовым этапом жизнедеятельности организации, направленные на достижение определенного конечного результата. Для благополучного функционирования в конкурентной предприимчивой среде с помощью миссии задаются определенные ориентиры, указывающие на то, к чему должна стремиться и чего хочет добиться организация. Миссия организации – это четко выраженное основание существования организации. Миссия указывает на социальный статус организации и влияет на репутацию организации, которая заинтересовывает потребителей, партнеров, акционеров и инвесторов.

Организация – объединение индивидов в единое целое для совместного труда [1, с. 3].

Ресурсы организации – это наличные или необходимые средства, возможности, ценности, запасы, обеспечивающие стабильную работу организации для достижения ее основных целей. Организа-

ция должна располагать следующими видами ресурсов: человеческими (люди); материальными; энергетическими; финансовыми; информационными; технологическими; временными.

Человеческие ресурсы как запасы творческой энергии личности занимают преобладающее место среди всех видов ресурсов.

От уровня организации процессов сбора, накопления, хранения, поиска, передачи и методов обработки информации зависит эффективность системы управления всей организацией.

Эффективность использования всех ресурсов организации зависит от применяемых технологий производства и управления, что определяется ее технологическими ресурсами. Дело не только в повышении производительности и эффективности, не менее важно влияние технологий на климат в организации, на организационную культуру.

Время – это ограниченный источник, как сырьё, материалы, финансы. Оно необратимо, и его невозможно растянуть или восстановить.

Организационная культура – это система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, традиций, принципов и норм поведения работников внутри и вне организации. Организационная культура используется в рекламных целях, главным образом, служит в качестве внутреннего организующего начала.

К функциональным областям внутренней среды организации относятся:

1. Кадровая функция – обеспечение производственной и других сфер людскими ресурсами. Выполнение всех управленческих действий, связанных с социальной сферой: оплатой, благосостоянием и условиями найма.

2. Финансы и бухгалтерский учет – денежные аспекты бизнеса, включая управление средствами, бухгалтерский учет – сбор, обработка и анализ финансовых данных.

3. Обеспечение ресурсами – осуществление и совершенствование системы материально-технического снабжения организации материалами и полуфабрикатами, машинами и энергетическими ресурсами.

4. Производственная функция – обеспечение функционирования производственного процесса в зависимости от цели производственной функции.

5. Функция развития продукта и процесса производства – организация проведения исследований и развития процессов, разработка высоких технологий, компьютеризация.

6. Функция развития материально-технического обеспечения производства – развитие инструментального хозяйства, ремонтных служб и служб технологической оснастки с целью обеспечения рациональных сроков физического и морального износа технических систем.

7. Маркетинг – особый вид деятельности по прогнозированию, осуществлению, выявлению и удовлетворению желаний потребителя.

Выполнение этих функций для одной организации называют микромаркетингом, в целом для общества – макромаркетингом. При изучении поведения покупателя следует учитывать его социальные, психологические, культурные, образовательные, возрастные и многие другие факторы. Они определяют необходимость создания продукта, проблему поиска информации о нем, оценку альтернатив, принимают решения о покупке продукта и оценивают его качество при его эксплуатации [2, с. 48].

Внутренняя среда характеризуется степенью дифференциации и интеграции производственных и трудовых процессов [3, с. 194].

Несмотря на важность всех элементов внутренней среды организации, главенствующее место в ней занимают люди. От способностей, образования, квалификации, опыта, отношения к труду, мотивации, поведения людей зависят результаты работы всей организации. Ценности, социальные установки, нравственные принципы, деловая этика, мотивация работников, организация труда, стиль руководства, коммуникации, принятие решений – все факторы в совокупности обуславливают поведение работников и успешность деятельности организации.

Литература

1 Большаков, А. С. Менеджмент : учебное пособие / А. С. Большаков. – СПб. : Издательство «Питер», 2009. – 160 с.

2 Полукаров, В. Л. Основы менеджмента : учебное пособие / В. Л. Полукаров. - 2-е изд., перераб. – М. : КНОРУС, 2008. – 240 с.

3 Веснин, В. Р. Менеджмент : учебник / В. Р. Веснин. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, 2006. – 504 с.

*Никитина А.Г.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Губина Н.В.,
доктор социологических наук, профессор,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

ГРУППОВЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ НОРМЫ

В любой группе, даже работающей в течение короткого промежутка времени, можно легко заметить некоторые закономерности поведения ее членов. Эти закономерности получили название групповых норм. Нормы отражают разделяемые всеми членами группы представления об ожидаемом от них приемлемом поведении. Групповые нормы – это составная часть социальных норм.

Социальные нормы - политические, религиозные, культурные, этнические, правовые, нравственные, моральные и т.д. - формируются на основе принятой обществом той или иной группой идеологии и системы идеологических норм, глубоко укоренившихся в правах, обрядах, обычаях, культурных и этнических образцах поведения, образе жизни [1].

В самом определении норм даны две их важных характеристики. Во-первых, нормы включают в себя достаточно четкие представления о том, какое поведение является приемлемым. Во-вторых, существуют некие соглашения между членами группы, касающиеся этих представлений. Кроме этих двух характеристик могут быть выделены еще несколько свойств норм. Первое из них заключается в том, что нормы, в основном, включают в себя элемент долженствования, то есть описания того, как кто-то "должен" себя вести. Во-вторых, нормы являются более очевидными и более легко распознаваемыми людьми, что является очень важным для группы. В-третьих, нормы приводятся в жизнь самой группой. В-четвертых, существует большой разброс в принятости норм группой и в степени, в которой считается допустимым отклоняющееся от норм поведение [3].

В исследованиях Соломона Эша (Solomon E. Asch – американский психолог) было отмечено, что размер группы оказывает влияние на приверженность нормам. В основном, с увеличением

размера группы, растёт и приверженность ее нормам. В сплоченных группах приверженность нормам более высока, чем в менее сплоченных [2].

Для выявления особенностей нормообразования в современных студенческих коллективах было проведено исследование в группе 4707 НХТИ.

Целью исследования является изучение социальных норм группы. *Объектом* исследования является группа. *Предметом* – групповые нормы.

Гипотеза данного исследования заключается в том, что в учебной группе существуют социальные нормы, делающие ее более сплоченной.

Задачи исследования:

1. Выявить наличие/отсутствие социальных норм в группе.
2. Классифицировать разновидности норм.
3. Определить влияние норм на групповую динамику.

Методика: анкетный опрос.

В результате исследования было выявлено, что поведение студентов подчиняется нормам, задаваемым учебным процессом. К таким нормам поведения можно отнести ответственность студентов, уважительное отношение к преподавателям, к учебному процессу в целом. Например, посещение занятий, выполнение различных работ (курсовые проекты, практические работы, контрольные точки). Выполнение этих заданий ведётся. Это характеризует также элемент долженствования – одно из свойств норм.

Охранниками социальных норм являются социальные санкции (средства поощрения или наказания, стимулирующие людей соблюдать социальные нормы). В группе 4707 за такое отклонение от норм, как невыполнение самостоятельных заданий, может последовать неодобрение, ухмылка или недоброжелательный взгляд.

Социальные нормы предполагают волевою деятельность людей, общеобязательные правила поведения людей в их взаимоотношениях между собой. Поэтому общение за пределами института может сделать студенческую группу более сплоченной. Примером может послужить сбор группы в неформальной обстановке, посещение кафе, где обсуждаются личные темы, прослушивается музыка и т.д. В изучаемой группе сложилась только одна традиция: совместное посещение буфета во время перемены. Отсутствие бо-

лее значимых для группы традиций и ритуалов свидетельствует о низкой сплочённости группы. Возможно, это связано с небольшим размером группы. В основном, с увеличением группы растёт и приверженность нормам, а отсюда и сплочённость группы.

Литература

1 Социальные нормы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.azps.ru>, свободный

2 Соломон, А. Ш. Биография [Электронный ресурс] / А. Ш. Соломон. – Режим доступа : <http://www.palsh.nm.ru>, свободный.

3 Основные виды и функции социальных норм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ucheba.ru>, свободный.

Никитина А.Г.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Александра И.В.,

кандидат социологических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ПРОБЛЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Мотивация труда – это побуждения к труду, определяющие отношение к труду и рабочее поведение работника [4].

Актуальность исследования мотивационной сферы обусловлена все возрастающим интересом к психологии личности. Внимание к проблеме трудовой мотивации среди практиков то падает, то снова усиливается. Интерес к мотивации возрос не только со стороны специалистов по работе с персоналом, но и со стороны руководителей разных уровней. Другими словами, компания готова нести расходы, оплачивая услуги консультантов в сфере управления человеческими ресурсами [3].

Во многих российских компаниях занимаются разработкой и внедрением различных систем мотивирования персонала. И тем не менее, сложность проблемы состоит в том, что не совсем понятно, как стимулировать людей к трудовым подвигам.

Разработка и внедрение системы мотивации становится необходимой, если у многих сотрудников проявляются симптомы про-

фессионального «выгорания»: снижения энтузиазма и потеря интереса к работе, а также замещение профессиональных интересов другими интересами, не связанными с работой.

Кроме того, если в компании резко повышается текучесть персонала, то в первую очередь нужно задуматься о его мотивации [2]. Необходимо ориентироваться на такую «норму текучести»: от 4-7% до 12-15% обновления состава работников. В некоторых российских компаниях текучесть достигает от 100% до 250%. Следует заметить также, что если в компании возникают враждующие группировки между молодыми и зрелыми сотрудниками, или женщинами и мужчинами, то проблема также может состоять в неэффективной системе мотивации. Наконец, необходимо подумать о разных факторах, в том числе и о разработке эффективной системы мотивации, если неформальный лидер активно борется против руководителя.

Так, мотивирующими факторами могут выступать:

1. Заработная плата работника. Но здесь возникает противоречие: персонал хочет, чтобы ему платили, а руководители хотят, чтобы персонал зарабатывал. Общая рекомендация состоит в следующем: повышать заработную плату необходимо на сумму, составляющую от 15-20% до 40-50% оклада работника. Замечено, что эффект (значение) от повышения заработной платы длится от полугода до одного года, после чего падает. Высокая мотивация от повышения заработной платы имеется у молодых работников, которым необходимо решить важные жизненные задачи: организовать семью, купить квартиру, создать условия для рождения ребенка и т.п. Высокая мотивация от повышения заработной платы присутствуют у руководителей, в работе которых есть выраженная ответственность и напряженность, и заработная плата выступает в качестве фактора, компенсирующего высокие затраты времени и здоровья.

2. Внеэкономическое стимулирование. Очень важным мотивирующим фактором выступает социально-психологическая атмосфера в компании и возможность общения с коллегами. При этом важно, чтобы отсутствовали неформальные разговоры в течение слишком большого рабочего времени.

Самый лучший способ построения эффективной системы мотивации персонала – это учёт их профессиональных и индивидуаль-

ных особенностей (психотипов). Большое значение имеет субъективное ожидание работника: если он будет работать хорошо и с самоотдачей, то он получит желаемое для него вознаграждение. Таким образом, руководителю важно знать, какое именно вознаграждение ждет работник – повышение в должности, увеличение размера заработной платы, второе высшее образование, получение дополнительного свободного времени и т.п. Если поощрительное вознаграждение совпадает с ожиданием работника, его мотивация повышается, если не совпадает, то понижается.

Положительная или отрицательная реакция работника на ту или иную форму вознаграждения зависит также от его характера и психотипа [1].

Так, можно выделить:

«Внутренние» люди – это те, кто направлены на содержание работы и эмоциональный комфорт. Для них важна возможность достижения значительного или выдающегося результата, они стремятся выбирать для себя интересную работу, связанную с общением с коллегами, они любят ощущать себя нужными и значимыми. Очень важной для них является потребность в самореализации своих способностей. Заработная плата для них стоит не на первом месте.

«Внешние» люди – те, для которых важны внешние атрибуты труда и успешности. Они ценят заработную плату, возможность карьерного роста, похвалу со стороны руководства, они стремятся иметь символы успеха – хороший кабинет, хорошую машину, одежду, власть.

«Смешанные» типы – это те, для которых важно и то, и другое.

Таким образом, правильно мотивируя работника, можно повысить эффективность функционирования организации в целом. А для этого нужно учитывать как экономические факторы, так и индивидуальный подход к каждому сотруднику организации.

Литература

1 Самоукина, Н. В. Мотивация персонала как проблема / Н. В. Самоукина //Управление персоналом. – М.,2004.

2 Самоукина, Н. В. Управление персоналом: российский опыт / Н. В. Самоукина. – СПб. : Питер, 2003.

3 Управление мотивацией персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gkmim.ru>, свободный.

4 Мотивация труда [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http: // www wikipedia.ru](http://www.wikipedia.ru), свободный.

Романова Р.Г.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ;

Прынь Ю.В.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

КОНФЛИКТЫ КАК ФАКТОР ДИНАМИКИ

Долгое время господствовала традиционная точка зрения не только социологов, но и психологов, работавших с группами, о том, что конфликты являются негативным явлением для группы и задача состоит в их устранении. Сегодня же всем известно о позитивных функциях конфликта, особенно конфликтах внутри малых групп (развитие группы, диагностика отношений, снятие напряжения, сплочивание группы и др.). Кроме того, при дополнительном изучении конфликтов и действий по их разрешению можно сделать шаг к специальному искусственному проектированию и конструированию конфликтов для решения задач развития личности в группе и самой группы [1].

Цель исследования – изучить в группе наличие конфликтов.

Объектом исследования выступает группа №4706 Нижекамского химико-технологического института.

Предмет исследования – изучение конфликтов в группе.

Логический анализ основных понятий. Конфликт – столкновение противоположно направленных интересов, целей, взглядов и т.п. оппонентов, воспринимаемое человеком как значимая для него психологическая проблема, требующая своего разрешения и вызывающая активность, направленную на его преодоление [2].

Структура конфликта:

– конфликтующие стороны – две или несколько конфликтующих сторон, кроме того, могут быть и другие участники – сочувствующие, провокаторы, примирители, консультанты, невинные жертвы;

– зона разногласий – предмет спора, факт или вопрос, вызвавший разногласия;

– представления о ситуации – сложившиеся в зоне разногласий представления участников конфликта, очевидно, не совпадают, что создает почву для их столкновения;

– мотивы – стремления, побуждения к действиям, направленным на реализацию установок, потребностей и т.д. Мотивация определяет формирование цели, которой хочет достигнуть индивид. Мотивы и цели сторон расходятся;

– действия – конфликтующие стороны начинают вести себя так, что их действия сталкиваются и мешают другой стороне достичь своей цели.

Процесс развития конфликта:

1 предконфликтная ситуация (положение дел накануне конфликта);

2 инцидент (первая стычка конфликтантов);

3 эскалация (конфликт «шагает по ступенькам», реализуясь в серии отдельных актов – действий и противодействий конфликтующих сторон);

4 кульминация (верхняя точка эскалации, обычно выражается в каком-то «взрывном» эпизоде или нескольких следующих подряд эпизодах конфликтной борьбы);

5 завершение конфликта (сравнение цены конфликта и цены выхода из конфликта позволяет решить вопрос: стоит ли продолжать конфликт?). Завершение конфликта может произойти потому, что конфликтанты просто устают враждовать и приспособляются к сосуществованию. Чаще конфликт завершается посредством специальных усилий, направленных на его разрешение.

6 постконфликтная ситуация (последствия конфликтов: позитивные, негативные) [3].

Малая группа – это немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой

для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов. Основные отличительные признаки:

- прямой контакт между индивидами, входящими в состав группы;
- непосредственное взаимодействие и взаимовлияние членов группы;
- наличие общей цели и общей деятельности, которая превращается в идентификацию;
- идентичность с точки зрения других людей из вне;
- общность нравов, привычек, обычаев;
- некоторая продолжительность существования в пространстве и во времени;
- немногочисленность по составу [4].

Личная неприязнь – это сложный психологический процесс, который происходит между определенными индивидами в обществе, группах людей, на работе, учебе, даже у детей в садике. Из-за нее возникают ссоры и конфликты, с разными выходящими последствиями. Неважно где и как к вам проявили скрытую агрессию или неприязнь – это нарушает режим жизни, мешает работать, учиться, да и спать тоже [5].

Гипотезы исследования – конфликты в группе возникают из за личной неприязни конфликтантов.

Задачи исследования. Проверка сформулированной гипотезы требует решения следующих задач:

- определить частоту конфликтов в группе
- изучить причины конфликтов

Определение выборочной совокупности. В интервью будут участвовать студенты группы 4706. Генеральная выборка совпадает с выборочной совокупностью и составляет 17 человек, т.е. вся группа.

Методы сбора информации. В социологическом исследовании сбор первичной социологической информации будет осуществляться при помощи интервью по заранее подготовленным вопросам.

Интервью выступило основным методом сбора данных. Выборочная совокупность составила 16 респондентов, а не как предполагалось 17, т.к. один член группы отсутствовал. В результате было опрошено 81,25% респондентов женского пола и 18,75% муж-

ского пола. Данный факт наглядно заметен, т.к. преобладающее число учащих в группе являются лица женского пола. Сразу стоит заметить, что фактор пола не особенно повлиял на результаты исследования т.к. и парни, и девушки в равной степени принимают участие в конфликтах.

Приступим к анализу полученных нами результатов: итак, на выявление наличия конфликтов в группе всем респондентам задавался один и тот же вопрос: «Возникают ли в группе конфликты?», на что 87,5% (14 человек) ответили положительно и 12,5% (2 человека) ответили отрицательно. Почему же появились расхождения в таком простом вопросе? Отрицательные ответы 2-х респондентов возникли из-за того, что один из них весьма редко посещает институт, а другой – является неконфликтной личностью, поэтому старается не замечать их и не вникать в их суть. В итоге нам удалось выяснить, что в группе происходят конфликты. Следует отметить, что эти респонденты, ответившие отрицательно, не приняли дальнейшего участия в интервью, т.к. их ответы теряют всякий смысл из-за своей необъективности, поэтому число респондентов уменьшилось до 14 человек.

Далее стоит выяснить частоту конфликтов. Для этого респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Как часто возникают конфликты в группе?» на что 35,7% (5 человек) ответили - раз в неделю, 42,9% (6 человек) ответили - раз в месяц, 7,14% (1 человек) ответил - раз в год и 14,2 % (2 человека) - раз в 3 месяца. В основном, мнения разделились между ответами: раз в неделю и раз в месяц. Возможно, это произошло из-за того, что не все респонденты имеют четкое представление о конфликте, точнее его виде. В группе часто возникают разногласия, которые не всегда достигают состояния конфликтности. Поэтому конфликты происходят раз в месяц, а вот недомолвки и разногласия чаще – раз в неделю.

Теперь перейдем непосредственно к анализу данных, которые либо опровергнут гипотезу, поставленную в исследовании, либо подтвердят. Итак, на вопрос: «Происходят ли конфликты в группе из-за личной неприязни к определенным членам в группе?» 78,5% (11 человек) ответили «Да» и 21,5% (3 человека) ответили «Нет».

На вопрос: «Происходят ли конфликты с вами из-за личной неприязни?» 64,3% (9 человек) ответили положительно и 35,7% (5 человек) ответили отрицательно.

И на последний вопрос (в нем можно было отметить несколько вариантов ответов): «По каким причинам обычно происходят конфликты в группе?» ответы получились следующие:

- разные интересы, взгляды и т.д. – 8 голосов
- неурядицы в личной жизни – 3 голоса
- скука – 1 голос
- личная неприязнь – 5 голосов

Здесь следует заметить, что результат «скука» не объективен, т.к. респондент, ответивший таким образом, лишь подтверждал свою социальную роль в группе «шута» и «клоуна», хотя является весьма рационально мыслящим человеком. А ответ «неурядицы в личной жизни» отметили только девушки, т.к. они не задерживают долго внутри себя отрицательные эмоции и выплескивают их в окружающих. Это происходит примерно так: «с утра дома не заладилось, пришла в институт и поругалась с соседкой по парте». Такие конфликты имеют место быть, но они быстро разрешаются.

Итак, что же получилось: значительная часть группы считает, что в группе происходят конфликты из-за личной неприязни к определенным членам группы, но при этом все с той же большей частью группы конфликты лично не происходили, т.е. они не являлись участниками конфликтов, а были лишь «сторонними наблюдателями». Причем все «наблюдатели» конфликтов отметили «разность интересов и взглядов» причиной конфликтов. Т.е. возможно, что люди, которые наблюдали за конфликтами в группе, считают, что первопричиной конфликтов является расхождения взглядов, которые, в свою очередь, приводят к личной неприязни конфликтующих. Вполне логично: разность интересов приводит к личной неприязни и далее созревает конфликт.

Теперь рассмотрим немногочисленную группу принимающих участие в конфликтах. Их немного - всего 35,7%. На вопрос о причинах, приводящих к конфликту, все они ответили: из-за «личной неприязни» и многие 2-ым ответом добавили «разность интересов». Значит, все-таки первопричиной конфликтов является разность интересов. А что насчет тех, кто ответил: лишь «личная неприязнь»? Возможно, есть в группе люди, не переносящие на дух других, но их мало.

По результатам исследования можно увидеть, что гипотеза, выдвигаемая нами в исследовании, не подтвердилась. Всему виной

разность интересов, взглядов. Хотя не стоит забывать о том, что конфликт - это не всегда плохо. Возможно, после конфликта разность интересов будет являться почвой для раздумий, источником для развития личности бывших конфликтующих сторон.

В анализе есть личные заметки исследователей, которые являются весьма субъективными и которые следует принять во внимание, поскольку исследователи так же являются членами исследуемой группы.

Литература

1 Позитивные функции конфликтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2009/11/23/pozitivnye_funkcii_konfliktov.html, свободный.

2 Конфликты: взрослые и дети. Круглый стол [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://psy.1september.ru/view_article.php?id=200801609, свободный.

3 Учебник по конфликтологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://conflictology.narod.ru/uchebn.htm>, свободный.

4 Платонов Ю. П. Эффективные коммуникации и формирование сплоченности в малых группах [Электронный ресурс] / Ю. П. Платонов – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2008/07/23/splochnost_malykh_gruppakh.html, свободный.

5 Личная неприязнь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wecreators.ru/intnahod/tvnahod/55-lichnaya-nepriyazn.html>, свободный.

Нуртдинова А.И.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

СПЛОЧЕННОСТЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ

Решающую роль в человеческих взаимоотношениях играют группы. Они влияют на наше восприятие и установки, обеспечивают поддержкой при стрессовых ситуациях, воздействуют на наши поступки и принимаемые решения.

Самым первым и одним из важных шагов в воспитании студенчества является формирование сплоченной группы с выработанными общественно значимыми целями, органами самоуправления. Именно сформированная студенческая группа имеет силу и может стать источником преобразований современной действительности.

М. Шоу определяет группу как двое или более лиц, которые взаимодействуют друг с другом таким образом, что каждое лицо влияет и подвергается влиянию каждого другого лица [1, с. 131]. Существенными признаками, отличающими группу от простого скопления людей, являются: взаимодействие, некоторая продолжительность существования, наличие общей цели или целей, развитие некоторой групповой структуры, осознание входящими в нее индивидами своего членства в группе.

В качестве характеристик сплоченности А.В. Петровский предложил выделить ценностно-ориентационное единство, коллективистскую идентификацию и самоопределение.

Для выявления уровня сплоченности учебной группы было проведено социологическое исследование, *объектом* которого выступила группа 4707. *Предметом* – степень сплоченности группы. В качестве *цели* исследования было заявлено изучение сплоченности группы 4707 и ее последствий.

Гипотеза: сплоченность группы приводит к более высокой организованности, ответственности перед поставленными целями и хорошим результатам в учебном процессе группы.

Для достижения поставленной цели в ходе исследования были сформулированы и решены следующие задачи:

провести теоретический анализ понятия «сплоченность группы»;

изучить уровень сплоченности группы 4707 с помощью социометрического метода;

изучить ценностные ориентации членов группы с использованием метода опроса;

выявить зависимость поведения членов группы от степени сплоченности группы.

Для решения исследовательских задач были использованы методы социометрии и диагностики сплоченности группы на основе ценностно-ориентационного единства группы (ЦОЕ).

Социометрический метод исследования - диагностический метод, служащий для анализа - межличностных отношений в малых группах. При его проведении перед каждым членом группы ставится вопрос, при ответе на который производит последовательный выбор и ранжирование других членов группы. Обычно в качестве подобного вопроса выступает вопрос о членах группы, предпочитаемых в тех или иных ситуациях [2, с. 145].

Каждый участник эксперимента должен фиксировать свои выборы на отдельном листе бумаги. Затем все листы собираются, и выборы студентов заносятся в общую таблицу выборов.

Методика В.С. Ивашкина и В.В. Онуфриевой предназначается для определения степени и характера ЦОЕ изучаемого коллектива [3, с. 93].

Каждый исследуемый выбирает из предложенной анкеты 5 наиболее важных, с его точки зрения, качеств личности, необходимых для успешного выполнения совместной учебной деятельности.

Обработка данных:

1. Полученные результаты (по каждому студенту) сводятся в таблицу результатов эксперимента.

2. Вычисляется «С» - коэффициент, характеризующий степень ценностно-ориентационного единства учащихся

$$C = \frac{1,4 n - N}{6 N}, \text{ где}$$

N - число учащихя участников эксперимента, n - сумма выборов, приходящихся на пять качеств личности, получивших максимальное число выборов

Если $C > 0,5$ (т.е. равен или больше 0,5), то исследованная группа достигла уровня коллектива.

Если C - в пределах 0,3-0,5, то класс, группа расцениваются как промежуточные по уровню развития.

Если $C < 0,3$ то данная группа недостаточно развита как коллектив.

Исследование, проведенное в группе 4707, показало, что наибольший авторитет имеет один человек, который получил в коллективе статус «звезды». В качестве отверженных выступили четыре студента, и статус «предпочитаемых» можно приписать шести студентам.

Это говорит о том, что уровень благополучия взаимоотношений (УБВ) группы выше среднего, так как количество представителей «звезд» и «предпочитаемых» превышает количество представителей групп «принятых» и «отвергаемых».

Выбор качеств, характеризующих отношение к учёбе, представлен в исследовании следующим образом: дисциплинированность (8), целеустремленность (4), внимательность (1), прилежание (0), трудолюбие (2). Оценивая общий стиль поведения и деятельности, студенты сделали следующие выборы: общественная активность - (4), моральная воспитанность - (0) При оценке качеств, характеризующих знания, получился следующий результат: духовное богатство – (1). В качестве характеристики ума предпочтение было отдано инициативности - (4). Более активно студенты выбирали качества, характеризующие учебно-организационные умения: умение объяснить задачу - (4), чувство ответственности - (8), тогда как отношение к товарищам было описано следующими показателями: общительность - (2), честность - (0), справедливость - (0), отзывчивость – (2), коллективизм - (8). Описывая отношение к себе, студенты выделили: самостоятельность - (1), уверенность в себе - (5), требовательность к себе - (1)¹.

Определение. Групповая сплоченность – чрезвычайно важный параметр, показывающий степень интеграции группы, ее сплочен-

¹ В скобках стоит число выборов, которое сделали студенты гр.4707.

ность в единое целое - можно определить не только путем расчета соответствующих социометрических индексов.

Полученные результаты по ЦОЕ позволили рассчитать индекс групповой сплоченности Сишора - С (коэффициент, характеризующий степень ценностно-ориентационного единства группы из 11 человек), который оказался равен 0,53.

Исследование показало, что наиболее ценными качествами личности для студентов гр.4707 выступают: дисциплинированность (8), чувство ответственности (8), коллективизм (8), уверенность в себе (5), целеустремленность (4). Это, в свою очередь, позволяет предположить, что члены группы связывают успех в своей совместной учебной деятельности именно с ними, т.е. с положительным отношением к учёбе и с хорошими товарищескими отношениями.

На основании первичной интерпретации полученных данных можно сказать, что учебная группа выступает для студентов самой ценностью.

Литература

1 Педагогика и психология высшей школы / под ред. Э. А. Юсупянц – Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 528 с.

2 Андреева, Г. Социальная психология / Г. Андреева. – М. : Изд-во РГУ, 2004. – 230 с.

3 Психология / под ред. Крылова А. А. – М. : Проспект, 2002. – 584 с.

4 Ядов, В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. - М. : Наука, 2002. – 328 с.

Самигулова А.Р.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ;
Лаврикова Н.С.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Губина Н.В.,
доктор социологических наук, профессор,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ЛИДЕРСТВО В ГРУППЕ

Лидер (от англ. *Leader* – ведущий, первый, идущий впереди) – лицо в какой-либо группе (организации), пользующееся большим, признанным авторитетом, обладающее влиянием, которое проявляется как управляющие действия. Член группы, за которым она признает право принимать ответственные решения в значимых для нее ситуациях, то есть наиболее авторитетная личность, реально играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

Лидер может быть одновременно и официальным руководителем группы.

Различают:

- формальное лидерство – процесс влияния на людей с позиции занимаемой должности;

- неформальное лидерство – процесс влияния на людей при помощи своих способностей, умения или других ресурсов [1].

Формальный лидер – это тот человек, который занимает довольно важную должность, и в круг его обязанностей входит контроль над работой других сотрудников. Такой лидер является формальным, так как его выбор осуществляют не участники самого коллектива, а люди, которые имеют непосредственно отношение к делу, но не входят в число людей, которые работают под началом лидера.

Неформальный лидер – это человек, который готов организовать любое событие в коллективе. Он привлекает большинство участников и является ключевым участником при любых событиях. Многие люди с удовольствием прислушиваются к мнению не-

формального лидера и привыкли доверять ему все обязанности по организации того или иного действия.

Главными объединяющими качествами, которыми обладает как формальный, так и неформальный лидер является то, что они способны организовать работу других участников группы (коллектива), пользуются особым расположением и могут рассчитывать на благосклонность со стороны других людей.

Главными отличительными чертами является все же то, что формальный лидер занимает более высокую должность, чем неформальный и, соответственно, имеет больше полномочий, но при этом может не пользоваться расположением других участников группы. Неформальный лидер – это, в первую очередь, позитивный человек, который может не только склонить других людей к своему мнению, но и носить довольно положительный образ человека, который всегда может развеселить и создать в коллективе хорошее настроение. Формальный лидер, в свою очередь, отвечает за то, чтобы весь объем работы был выполнен в полном объеме и точно в срок [2].

В отличие от руководителя, которого иногда целенаправленно избирают, а чаще назначают и который, будучи ответствен за положение дел в возглавляемом им коллективе, располагает официальным правом поощрения и наказания участников совместной деятельности, неформальный лидер выдвигается стихийно. Он не обладает никакими признаваемыми вне группы властными полномочиями и на него не возложены никакие официальные обязанности.

Если руководитель группы и ее лидер не являются одним и тем же лицом, то взаимоотношения между ними могут способствовать эффективности совместной деятельности и гармонизации жизни группы или же, напротив, приобретать конфликтный характер, что, в конечном счете, определяется уровнем группового развития [3].

Цель исследования – выявить лидеров студенческой группы (формальных, неформальных).

Объект исследования – студенческая группа факультета экономики и управления, по специальности ГМУ.

Предмет – факт существования лидерства.

Задачи исследования: выявить студентов, обладающих лидерскими качествами. Определить формального и неформального лидера.

Гипотеза – наличие в студенческой группе формального и неформального лидера.

С целью выявления лидерства в студенческой группе было проведено исследование, основным сбором данных которого выступил опрос в виде анкетирования. Выборка составила 17 человек. Анкета представляла собой тест, в ходе которого выявлялось развитость лидерских качеств, таких, как умение управлять собой, осознание цели, умение решать проблемы, наличие творческого подхода, влияние на окружающих, знание правил организаторской работы, организаторские способности, умение работать с группой.

В ходе проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- лидерскими качествами обладают большинство членов группы. Это объясняется выбранной специальностью, которая предполагает наличие данных качеств.

- формальный лидер – это староста студенческой группы.

- неформальными лидерами оказались два студента, один из которых является старостой группы.

Литература

1 Адизес, И. Развитие лидеров: Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей / И. Адизеса. – М. : Альпина, 2008. – 259 с.

2 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://bestpeople.com.ua/articles/Formalny-i-neformalny-lidery-Obschie-i-otlichitelnye-cherty>, свободный.

3 Стивен, Р. Кови Лидерство, основанное на принципах / Р. Стивен. – М. : Альпина Паблишерз.

Бабаева В.А.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ;

Муллахметова Г.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Тухватуллина М.А.,

старший преподаватель,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ОСВЕЩЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В ПЕЧАТНЫХ СМИ

Средство массовой информации (сокращённо «СМИ», также – масс-медиа) – это организационно-технический комплекс, обеспечивающий создание, периодическую передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации с целью массовой коммуникации. «Все, что мы узнаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы узнаем из СМИ, – считает немецкий социолог Н. Луман. – С другой стороны, о самих СМИ мы слышали такого, что не можем доверять этому источнику»[1].

Печатные СМИ традиционно влияют на общественное сознание и поведение людей, побуждая их к достижению тех или иных целей. В периоды эволюционного развития структура и функции СМИ, как правило, вносят вклад в устойчивое функционирование общества в целом. Однако в кризисные периоды развития общества отдельные структуры СМИ обретают иные темпы жизни, они могут развиваться вне софункционирования друг с другом и обществом в целом, что проявляется в выражении идей и интересов, иногда далеких от общественных потребностей.

Социологическое изучение печатных СМИ является актуальной задачей в силу ряда обстоятельств: усложняется сама динамика развития СМИ, они стали частью повседневной жизни миллионов россиян, определяя их взгляды и мнения; печатные СМИ являются одним из важнейших агентов социализации, определяющим характер взаимодействия людей с социальной и культурной средой; СМИ утрачивают однородность в смысле производства единого, общего для всех знания. С началом кардинальной трансформации

российского общества в конце прошлого столетия печатные СМИ становятся важным актором в процессе реформирования других социальных институтов, формирования новых демократических, экономических и межгрупповых отношений; принципиально новым в развитии СМИ становится нелинейность процессов, происходящих в них, что неизбежно приводит к тому, что одни СМИ сумели адаптироваться к современным российским реформам, в то время как другие оказались столь не адаптивны, что, в конце концов, стали распадаться, иногда бесследно исчезая. Печатные СМИ являются одним из важнейших общественных институтов, производящих и распространяющих знания. При этом СМИ могут выступать актором, способствующим сосуществованию различных систем знаний в одном и том же обществе.

В современный период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора, как социальная активность личности. Важную роль в формировании активности играют средства массовой информации. О возрастающей роли печати, радио и телевидения в общественной жизни страны свидетельствуют их бурный рост, распространенность и доступность массовой информации. Печатное, устное слово и телевизионное изображение способны в кратчайшие сроки достигнуть самых отдаленных районов, проникнуть в любую социальную среду. В отличие от традиционного подхода к изучению эффективности средств массовой информации, ограниченного анализом потребления аудиторией массовой информации, при котором измеряются главным образом масштабы «охвата» газетами, радио и телевидением многомиллионных аудиторий, системный подход позволяет обнаружить, что масштабы реального влияния СМИ на социальную активность личности пока еще далеки от ожидаемого. Роль средств массовой информации в конце тысячелетия необыкновенно возросла, и, следовательно, должны измениться требования к журналистике и журналистам.

Современные технологии (спутниковая связь, электронная почта, Интернет, пейджеры, персональные компьютеры и т.д. и т.п.) позволяют прессе быть сверхоперативной; информационное пространство не только расширяется, но и становится, если так можно выразиться, крайне интенсивным, уплотненным; «производители»

и «потребители» информации постоянно меняются местами – монолог заменяется не просто диалогом, а глобальным полилогом...

Если говорить про наш город (Нижекамск) то основными информационными газетами считаются «Ваша газета», «Нижекамское время» и «Нижекамская правда». Мы провели контент-анализ этих газет за период 2008-2009 гг., который позволил выявить нам степень освещенности таких социальных проблем, как: Загрязнение окружающей среды, выбросы; Социальная помощь, помощь инвалидам, помощь пенсионерам; Жилищно-коммунальное обслуживание, жилищно-коммунальная сфера, жилищно-коммунальное хозяйство; Правоохранительные органы, органы правопорядка, работа милиции, работа прокуратуры; Система образования, учреждения образования; Предпринимательство; Досуг, отдых; Межнациональность, национальность; Медицинское обслуживание, медицинские учреждения, здравоохранение; Молодежная политика, работа с молодежью, решение проблем молодежи; Безопасность; Физическая культура, спорт.

Исходя из данных можно сказать, что часто обсуждаемой в СМИ проблемой стала проблема экологии города, загрязнения окружающей среды (107 публикаций). На втором месте стоит проблема медицинского обслуживания, медицинских учреждений, здравоохранение (49 публикаций). Третье место в ряде изученных проблем занимает работа правоохранительных органов (44 публикации). На четвертом месте стоит проблема жилищно-коммунального обслуживания (40 публикаций). Пятое место занимает социальная помощь (27 публикаций). Шестое место занимает досуг и отдых населения Нижекамска (25 публикаций). На седьмом месте система образования (22 публикации). На восьмом - безопасность города Нижекамска (21 публикация). Девятое место занимает проблема молодежной политики и работы с молодежью (12 публикаций). Самыми неосвещенными стали проблемы физической культуры (7 публикаций), предпринимательства (1 публикация) и проблемы, посвященные межнациональному вопросу (1 публикация).

Видно, что некоторые проблемы практически вообще не рассмотрены, но это не значит, что они не актуальны, вовсе наоборот, это рождает у населения еще большую потребность в информации именно этих направлений и местные газеты как-то должны учиты-

вать потребность населения в информированности. Возьмем, к примеру, проблему предпринимательства в момент кризиса: когда многие рабочие увольняются по собственному желанию, либо их сокращают, некоторые из них решают заняться предпринимательством, потому что из этого может выйти неплохой бизнес с хорошим заработком. Также к плохо освещаемым проблемам можно отнести и проблему молодежной политики, несмотря на то что текущий год - «год молодежи и спорта». А развитие подрастающего поколения всегда была актуальной проблемой.

Подчеркнем, что все социальные проблемы, волнующие горожан должны быть освещены в местной прессе. Если про них не писать, то говорить про них не перестанут, они останутся актуальными и в силу недостатка информации обрастут слухами, в конечном итоге, это может сказаться на оценке деятельности городских властей, причем не в лучшую сторону.

На протяжении почти трех столетий газеты и журналы остаются незаменимым источником информации для многих миллионов людей. С ускорением технического прогресса сама пресса и ее положение в обществе серьезно изменились. XX век принес человечеству несколько новых видов средств массовой информации. В XXI веке печатные СМИ по-прежнему востребованы в обществе и выступают важнейшим инструментом воздействия на массовое сознание, вкусы и интересы людей. Появление у печатных СМИ в ходе общественного развития серьезных конкурентов, таких, как радио, телевидение, Интернет, должно стать мощным стимулом для развития. В связи с этим печатным СМИ стоит улучшать и расширять свою деятельность и охватывать как можно больше социальных проблем, волнующих население.

Литература

1 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://www.kontrolnaja.ru/psychology/28926>, свободный.

Шарипова Л.Р.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Тухватуллина М.А.,

старший преподаватель,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ИНФОРМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Муниципальное управление предполагает решение комплекса задач взаимосвязанных по времени, ресурсам и другим параметрам, как правило, для реализации целей требуется гораздо больший период времени, чем один год. В данной ситуации возникает проблема согласования долгосрочных комплексных решений и текущих бюджетных заданий. В качестве инструмента разрешения данного противоречия используется программно-целевой подход.

Использование программно-целевого подхода позволит реализовать комплексный подход к развитию объекта как целостного организма, объединяющего все социально-экономические процессы, протекающие в сферах труда, быта, образования, культуры, экологии, а также соединить социальные цели и задачи с ресурсами всех видов, необходимыми для их реализации.

Программно-целевой метод предусматривает принятие и реализацию целевых программ, направленных на выполнение основных стратегических приоритетов развития муниципального образования [1, с. 127].

Проблема информированности граждан муниципального образования о внедрении муниципальных программ занимает верхнюю ступень в развитии демократических сторон власти. Население должно принимать непосредственное участие в управлении муниципальным образованием с учетом того, что данные программы разрабатываются для населения. Следовательно, граждане должны быть не только информированы о реформировании различных сфер жизнедеятельности, но и принимать активное участие в нем.

Информационный фактор является одним из значимых в ходе реализации различных реформ и преобразований. Поэтому актуальными предстают исследования, которые непосредственно свя-

заны с ролью средств массовой информации в освещении хода реформирования местного самоуправления. Рассмотрим информированность населения на примере Нижнекамского муниципального района.

Основным каналом получения информации о работе властей сегодня являются средства массовой информации (СМИ). СМИ принадлежит огромная роль в предоставлении полной и достоверной информации о деятельности органов власти любого уровня. Одним из основных и важнейших каналов информирования населения муниципальных образований является местная газета. Результаты опроса² показывают, что 95% горожан либо регулярно, либо время от времени читают местные газеты. Таким образом, местные печатные СМИ можно признать мощным инструментом информационной политики при реализации целевого управления, несколько уступают, не теряя при этом своей актуальности, республиканские печатные СМИ (их читает порядка 75% горожан).

Авторами был проведен контент-анализ республиканских, федеральных и местных печатных изданий, кроме того, анализ был дополнен и изучением интернет-изданий, сообщений информационных агентств (за 2004 – 2009 годы).

По результатам контент-анализа был выявлен статистический показатель – количество предоставляемой СМИ информации, а точнее, количество статей, освещающих принятие и реализацию муниципальных целевых программ г. Нижнекамска. В целом, проведенный контент-анализ позволил выявить направления и основную тематику информации СМИ о реализации муниципальных программ. Одновременно социологический опрос позволил изучить информированность горожан о реализуемых программах. Наименование программ и информированность о них представлены в таблице 1.

² Опрос проводился в ноябре 2009 года в г. Нижнекамске, выборочная совокупность 285 чел.

Таблица 1 – Информированность нижекамцев о реализации муниципальных целевых программ

Наименование программы	Доля горожан, знающих о программе (%)
1 Программа адресной социальной защиты населения города на 2004-2006 гг.	15
2 Программа развития культуры и искусства в городе и районе на 2005-2008 годы	20
3 Программа реформирования и модернизации ЖКХ города и района на 2005-2010	47
4 Программа по сохранению, изучению и развитию языков и культур народов, проживающих в НМР, на 2008-2013 годы	20
5 Программа «Повышение безопасности дорожного движения в НМР в 2007-2009 годах»	30
6 Программа оздоровления окружающей среды НМР на 2008-2012 годы	28
7 Знаете ли Вы, что в Нижнекамске принята и реализуется Программа «Патриотическое воспитание детей и молодежи НМР РТ на 2009-2010 годы»	19
8 Программа профилактики правонарушений и усиления охраны общественного порядка в НМР на 2009-2012 годы	24

Проведенный корреляционный анализ показал наличие весьма высокой связи между информированностью горожан и количеством публикаций о программе (коэффициент корреляции составил 0,9), иными словами, чем больше публикаций в СМИ, освещающих принятие и реализации той или иной муниципальной программы, тем выше информированность населения. Тем самым опровергается мнение многих муниципальных служащих о бесполезности подобных публикаций.

Динамика интенсивности информирования горожан о программах представлена на рисунке 1 (номера соответствуют номеру программы в таблице 1).

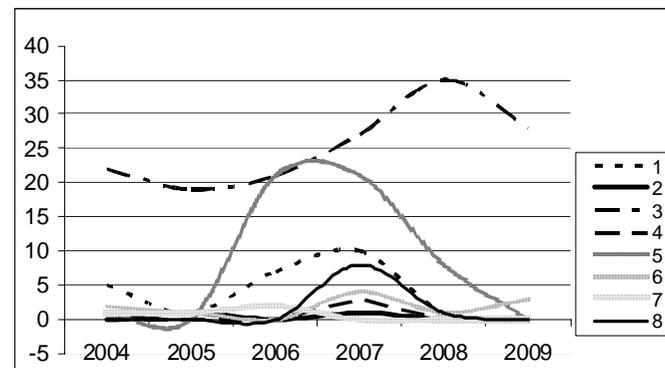


Рисунок 1 – Динамика интенсивности информирования горожан о муниципальных программах

Авторы провели сравнительную характеристику информирования о муниципальных целевых программах населения городов Нижнекамска и Набережных Челнов. Изучив публикации города Набережные Челны, можно сделать вывод о более высоком уровне информирования горожан (рисунок 2).

Подчеркнем: чем более люди информированы о деятельности администрации, тем в большей степени они чувствуют себя участниками местного самоуправления и, соответственно, в большей степени удовлетворены деятельностью местных властей. Если и происходит информирование граждан о работе администрации, то задача таких публикаций в городе, в республике, да и в России в целом, – создать позитивный имидж действующего руководства.

Смысл масштабной информационной работы – создание устойчивой системы обратной связи, выстраивание каналов, по которым в центр принятия решений – совет – постоянно поступает информация из внешней среды для органа власти среды. В городе объем контактов между администрацией и общественностью не высок, потому что использование обратной связи с жителями как основы принятия управленческих решений осуществляется редко. Если город претендует на известность во всероссийском и мировом уровне, нельзя игнорировать существующие нормы европейского сообщества по привлечению общественности и созданию партнерства.

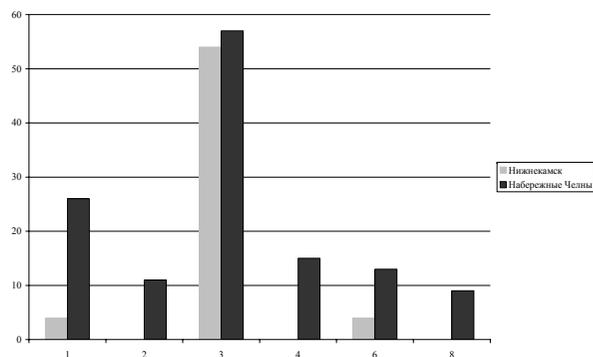


Рисунок 2 – Сравнительный анализ уровня информирования о муниципальных программах г. Нижнекамска и г. Набережные Челны (номера соответствуют номеру программы в таблице 1)

Необходимо планировать городское развитие на основе постоянного изучения общественного мнения. Под эту задачу должна быть выстроена структура городской администрации, которая должна проводить консультации с жителями и опросы общественного мнения. Людям нужно предоставлять результаты исследований, рассказывать, что получилось из дискуссий. Кроме того, как ответственный перед гражданами, выборный орган должен рассказывать людям о том, как будет использована полученная информация. Без учета общественного мнения в управлении муниципальным образованием процесс становления местного самоуправления невозможен. Исходя из информации, что жители испытывают недостаток в организованной и достоверной информации о деятельности администрации, местной власти надо предпринять ряд мер:

- необходимо дальнейшее расширение и насыщение сети информационных стендов, выпуск информационных бюллетеней и листовок, регулярность поступления в почтовые ящики нужной для жителей информации;
- следует перевести на регулярную основу и в строго установленное время выступления администрации города и районов в прямом эфире (радио, телевиденье);

– требуется наладить постоянное информирование глав районных управ, для того чтобы повысить их осведомленность и желание активно информировать жителей о своей деятельности.

Литература

1 Мухаметова, А. И. Агрессивная среда как проблема безопасности муниципального управления / А. И. Мухаметова // Регионы России: управление социально-экономическими процессами и безопасность : сборник научных статей и сообщений / сост. и отв. ред. Л. А. Бурганова и Р. С. Цейтлин. – Казань : Изд-во Института истории АНРТ, 2007.

Чатанова М.Н.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Александрова И.В.,

кандидат социологических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ЛИДЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ

Изменения, происходящие в наши дни в России и в мире, заставляют по-новому посмотреть на роль менеджера и дилемму «менеджер или лидер». Менеджер – профессия массовая, и если раньше, при ограниченной потребности в лидерах, можно было рассчитывать, что лидеры-самородки сами пробьют себе дорогу, то теперь на повестке дня стоит вопрос об их целенаправленной подготовке или, точнее, формировании навыков лидерства практически у всех менеджеров.

Важным фактором в осуществлении лидером своих функций являются его личностные качества. Однако не зря говорят, что каждая эпоха выдвигает своих лидеров: конкретная обстановка и динамика внешней среды в существенной степени определяют успех или неудачу того или иного лидера. Поведение лидера и результаты, которых он добивается, во многом зависят от зрелости последователей, их умений и опыта. Кроме того, на судьбу лидера влияют как ситуационные факторы (например, удачное или неудачное стечение обстоятельств), так и результаты деятельности

последователей. Поведение лидера также является решающим фактором, от которого зависит работа организации и ее успех.

Одним из важнейших факторов, определяющих эффективность лидерства, является национальная культура. Сейчас уже совершенно ясно, что сама основа лидерства зависит от тех ценностей, которые являются основополагающими в конкретной национальной бизнес-культуре. И это не только почти очевидное утверждение – это еще и серьезная проблема, которая стоит перед деловыми организациями в условиях глобализации бизнеса, приводящей к использованию человеческих ресурсов без оглядки на национальное происхождение работника [2].

Со времен создания теории лидерских черт неоднократно предпринимались попытки определения областей компетенции эффективного лидера. С усложнением задач, стоящих перед лидерами бизнеса, расширяется и спектр навыков, которыми они должны обладать:

- ум и логика;
- инициативность;
- умение заручаться поддержкой;
- рассудительность;
- проницательность ;
- гибкость ;
- бдительность;
- умение кооперироваться;
- умение завоевывать популярность и престиж;
- оригинальность;
- созидательность и творчество;
- такт и дипломатичность;
- способность к концептуализации ;
- честность;
- умение брать на себя риск и ответственность;
- образованность;
- знание дела;
- умение выражать свои мысли ;
- целостность личности ;
- смелость;
- уверенность в себе;
- умение организовывать;

- умение убеждать;
- умение изменять себя;
- любопытство и способность осваивать новые знания и навыки;
- уравновешенность;
- надежность;
- острая интуиция;
- независимость;
- самостоятельность;
- амбициозность ;
- потребность в достижениях;
- настойчивость и упорство;
- энергичность;
- властность;
- работоспособность;
- агрессивность;
- стремление к превосходству;
- обязательность;
- участливость;
- умение шутить и понимать юмор;
- умение разбираться в людях.

Данный перечень вовсе не означает, что успешному лидеру необходимо обладать всеми перечисленными выше качествами. Однако важно подчеркнуть, что многие из этих качеств можно развить с помощью целенаправленной работы. Основное условие при этом – овладение навыком самоанализа, который позволяет определять области самосовершенствования. Полезно, в частности, представлять, в какой степени вы на сегодняшний день обладаете необходимыми лидерскими качествами [1].

Однако совокупность лидерских качеств еще не является исчерпывающей характеристикой лидера и его поведения. Важно и то, как эти качества проявляются, каковы их "приоритеты".

Личностные качества лидера, конечно же, играют большую роль в его практической деятельности. Однако в конечном итоге важнее не то, что представляет собой лидер как личность, а то, что эта личность делает и как себя ведет.

Таким образом, менеджер, желающий стать лидером, помимо освоения описанных выше навыков, должен научиться определять

готовность последователей и подстраивать свой стиль лидерства под конкретную ситуацию. Отметим, что зачастую это требует действий, изначально не характерных для данного индивидуума, и здесь не обойтись без самоанализа.

Литература

1 Виханский, О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарика, 1998.

2 Вачугов, Д. Д. Основы менеджмента / Д. Д. Вачугов. – М. : Высшая школа, 2001. – 367с.

Шамсиева В.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Сагдеева Г.С.,

старший преподаватель,

НИИТТ КГТУ им. А. Н. Туполева

**УПРАВЛЕНИЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫМ
ПЕНСИОННЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ: ПРОШЛОЕ И
НАСТОЯЩЕЕ**

Далеко не секрет, что все люди беспокоятся о своей старости и пытаются каким-то образом себя обеспечить, чтобы не остаться без средств к существованию в нетрудоспособном возрасте. Поэтому все население страны старается как можно больше сберечь свои средства для получения в будущем своей пенсии. Эта тема является весьма актуальной в настоящее время, так как мы каждый день видим много агитационной рекламы о негосударственном пенсионном обеспечении повсюду, но стоит ли выбирать его в качестве своего накопительного капитала? Многие люди также хотят себя подстраховать на тот случай, если производственная травма или несчастный случай вдруг лишат человека трудоспособности или даже жизни, например, если профессия связана с постоянным риском для жизни (оперативный работник, кадровый военный, или, в нашем случае, вредность на производстве шинного завода). На протяжении многих лет единственным гарантированным источником дохода после ухода на заслуженный отдых по достижении пенсионного возраста либо вследствие потери трудоспособно-

сти были государственные пенсионные выплаты. Таким образом, какая-то часть средств граждан перечислялась на государственные счета и затем перераспределялась. В настоящий момент на финансовом рынке появляются новые участники – пенсионные фонды, которые далеко не обязательно являются государственными учреждениями. Их цель – накопление капитала посредством пенсионных отчислений тех людей, которые заинтересованы в своем благосостоянии после активной занятости. Сейчас, во время попытки восстановления российской экономики, пенсия не может обеспечить хотя бы минимальные потребности человека, к тому же существует проблема невыплаты пенсий. Действующая в данный момент пенсионная система не создает стимула для больших заработков, так как это не находит ни какого отражения при исчислении будущей пенсии. Все это свидетельствует о глубоком кризисе сложившейся системы государственного пенсионного обеспечения и необходимости ее коренного реформирования.

Основные черты будущей пенсионной системы предопределены ее нынешним содержанием. Предусматривается не разрушение, а сохранение и укрепление оправдавшей себя государственной пенсионной системы с учетом необходимости развития новых форм пенсионного обеспечения. С введением в государственную систему пенсионного обеспечения так называемых социальных пенсий и провозглашением права на создание негосударственных пенсионных систем возникли предпосылки для развития трехуровневой пенсионной системы. Первым уровнем системы государственных пенсий является базовая пенсия, которая в перспективе должна заменить социальную пенсию. Вторым уровнем является трудовая (страховая) пенсия. Роль этого типа государственной пенсии определяет всю организацию социального и, в первую очередь, пенсионного страхования. В контексте реформы она должна быть освобождена от несвойственных ей функций и соответствовать природе солидарности поколений работников наемного труда, на которой базируется социальное страхование. Из этого следует принципиальное требование к реформе трудовых пенсий: соответствие условий предоставления и размеров пенсий объему участия в социальном страховании каждого конкретного лица, зависящему от продолжительности страхования и величины взносов.

И наконец, третьим уровнем системы пенсионного обеспечения должны составлять негосударственные пенсии. Негосударственное обеспечение в пенсионной системе рассматривается как дополнительное по отношению к государственному и может осуществляться как в форме дополнительных профессиональных пенсионных систем отдельных организаций, отраслей экономики либо территорий, так и в форме личного пенсионного страхования граждан, производящих накопление средств на свое дополнительное пенсионное обеспечение в страховых компаниях или пенсионных фондах. Обе эти формы должны развиваться. Вместе с тем становление и развитие дополнительных профессиональных пенсионных систем на современном этапе является приоритетной задачей и должно стимулироваться в первую очередь. Негосударственные пенсионные фонды во время дефолта 1998 года не потеряли ни копейки пенсионных денег своих вкладчиков в отличие от банковского и страхового рынка. Более того, в результате грамотного государственного регулирования негосударственные пенсионные фонды даже умудрились заработать. Для застрахованных лиц это означает то, что в условиях дефолта на счета будущих пенсионеров был начислен дополнительный доход. Следующим серьезным испытанием стал финансовый кризис 2008 года. К концу этого сложнейшего года фонды за счет обвала фондового рынка понесли на инвестировании средств, переданных в управляющие компании, убытки до 30 процентов, но большинство негосударственных пенсионных фондов эти существенные убытки компенсировало за счет вклада своих учредителей.

Безусловно, небольшая часть негосударственных пенсионных фондов по итогам 2008 года распределила по счетам вкладчиков убытки. Но вот уже по итогам первого квартала 2009 года абсолютно все негосударственные пенсионные фонды получили прибыль в среднем в 30 процентов. Для вкладчиков и участников фондов это означало то, что убытки были компенсированы за счет удачного менеджмента в кризисной ситуации.

Теперь буквально несколько слов о гарантиях со стороны государства. Они есть! Прежде всего, гарантии заключаются в жесткой системе контроля за деятельностью негосударственных пенсионных фондов со стороны Федеральной службы по финансовым рынкам. Она ежедневно в режиме реального времени через спец-

депозитарии отслеживает все финансовые операции НПФ. Не говоря уж о том, что государство очень четко регламентирует структуру инвестирования всех негосударственных пенсионных фондов. Поэтому украсть деньги из негосударственных пенсионных фондов невозможно, да таких примеров в истории и не было. Согласно закону, доход фондов не может составлять более 15 процентов от инвестиционного дохода, полученного по итогам года. Иными словами, фонд может развиваться только в случае успешной работы на рынке. Если фонд не получил инвестиционного дохода вовсе, то он и не получает свои законные 15 процентов. Поэтому любой НПФ заинтересован в успешной работе. Так, за последние 10 лет средняя доходность негосударственных пенсионных фондов составляет более 13 процентов, что намного выше официальной инфляции в стране. Это означает, что деньги будущих пенсионеров не только сохранены, но и приумножены [1].

Негосударственные пенсионные фонды предоставляют людям такую возможность. Программа государственного софинансирования пенсионных накоплений, напомню, введена в действие Федеральным законом № 56-ФЗ от 30 апреля 2008 года «О дополнительных страховых взносах на накопительную часть трудовой пенсии и государственной поддержке формирования пенсионных накоплений». Ее суть в увеличении гражданами своей пенсии за счет собственных добровольных взносов на накопительную часть пенсии, а также за счет софинансирования государством дополнительных пенсионных накоплений. В течение 10 лет в случае откладывания 12 тысяч рублей в год (1.000 рублей в месяц) государство на паритетных началах добавляет еще 12 тысяч. В декабре 2009 года на Втором ежегодном российском пенсионном форуме председатель Правительства Российской Федерации Владимир Владимирович Путин особо отметил, что участие военнослужащих в программе софинансирования нуждается в поддержке. Гражданская часть населения России уже активно включилась в программу, на сегодняшний день таких людей более 2,5 миллиона.

Таким образом, на наш взгляд, человеку, делающему выбор между государственным и негосударственным пенсионными фондами, не стоит беспокоиться о сохранности своих средств. На территории России действует система жесткого государственного надзора за деятельностью НПФ и управляющих компаний. Кон-

тролирующими органами выступают: Министерство финансов РФ, Федеральная Служба по Финансовым Рынкам РФ, Федеральная налоговая служба РФ. Замечу при этом, что во всем мире правительства обеспечивают лишь минимальный процент замещения заработной платы, а большую часть прибавки в сумме до 60 процентов оклада дают негосударственные пенсионные фонды. И принцип здесь един для всех: раньше начал копить – больше получил в старости. Стоит, самое главное, выбрать надежные негосударственные фонды, которые известны уже на протяжении уже нескольких лет.

Литература

1 Михальчук, В. Ю. Собственные средства негосударственного пенсионного фонда и обеспечение его экономической устойчивости / В. Ю. Михальчук // Финансы. – 2007. – №2.

2 Электронный ресурс. – Режим доступа : http://www.ypensioner.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1287:2010-01-17-10-25-44&catid=81:2009-04-06-16-49-05&Itemid=46, свободный.

Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ;

Мрясов А.,

студент

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

АКТИВНОСТЬ И НАПРЯЖЕННОСТЬ В УЧЕБНОЙ ГРУППЕ

Исследователи социальной реальности тесно связывают между собой понятия «активность» и «напряженность» и определяют их как способность членов группы совершать коллективные и индивидуальные действия. Правоту данного тезиса подтвердим, опираясь на выводы, которые сделали в определенное время выдающиеся учение различных областей социогуманитарного знания.

Философы рассматривали внутриличностные напряжения как движущую силу поступков и деятельности человека, проявляющуюся в активности. Феномен активности человека был интерпре-

тирован Аристотелем как вид силы, как способность на какое-либо достижение. Философ ставил знак равенства между понятиями «энергия», «активность» «волеустремленность», «решительность» [1, с. 540], наделяя тем самым человеческое поведение и человеческую деятельность свойством «концентрировать усилия», то есть осуществлять напряжение. Негативные аспекты не индивидуальных, а социальных напряжений запечатлены им в осуждении одной из форм государственного правления – охлократии (власть толпы), которую он противопоставлял организованной напряженности власти — демократии (власти народа).

Отечественный психолог С.Л. Рубинштейн [2, с. 183], рассматривая сущность внутренних напряжений человека, определяет их через потребности и пассивно-активное состояние. Ученым было зафиксировано полярное единство эмоций (удовольствие - неудовольствие, веселье – грусть, радость – печаль и т.д.). Таким образом, он показал, что в действиях человека напряжения и расслабления, а также продуцируемые ими активность и пассивность присутствуют в единстве и взаимопроникновении. Позитивность и негативность эмоционального напряжения определяется Рубинштейном через *соотношение между целью и результатом действия*, которое выражается чувством *удовольствия* или *неудовольствия* [2, с. 149]. Рубинштейн вводит понятие «*критические точки деятельности*», в которых определяется благоприятный или неблагоприятный для субъекта исход деятельности. При приближении к ним в чувстве человека – положительном или отрицательном – нарастает *напряжение*. После того как критическая точка пройдена – наступает *разрядка* [2, с. 150].

Из этого психологического анализа следует, что внутрличностные напряжения человека:

- постоянно изменяются по величине, продуцируя его активность или пассивность и формируя тем самым динамически устойчивые функциональные состояния индивида;
- приобретают позитивную или негативную окраску в зависимости от эмоций, потребностей, интересов, установок, соотношения целей и результатов деятельности;
- способны проецироваться на общественную систему, становясь основой напряжений в различных сегментах общественной жизни [3, с. 18].

Кроме этого, проведенный психологический анализ позволяет нам сформулировать некоторые рекомендации для проведения эмпирических исследований. Так, например, вывод о том, почему конкретный человек испытывает напряжение и какое оно по величине, можно сделать, опираясь на информацию о *насущенных потребностях и нереализованных инстинктах*. Изучение *мотивов, интересов и установок* позволит определить направленность напряжений, их позитивность или негативность. При решении вопроса о том, как, каким образом осуществляется регуляция индивидуальных напряжений, необходимо исследовать испытываемые индивидом *эмоции, субъективные переживания, волевые устремления*.

Психологические концепции зачастую исключают из рассмотрения взаимосвязь индивида и окружающего его социального мира. Объединение индивидов в социальные группы и общности формирует социальность напряжений, которая стала предметом исследований *социальной психологии и менеджмента*.

Уделим особое внимание рассмотрению интересующего нас вопроса в творчестве М. Вебера. Этот социолог и классик управления прослеживает взаимное влияние напряжений общественных структур и действующих акторов, во-первых, через субъективные составляющие, а именно: сознание, идеология, намерения и целевые установки; во-вторых, через объективные условия (экономические интересы, распределение политической власти, социальные институты). Кроме того, М. Вебер постоянно возвращается в своем научном творчестве к таким проявлениям социальных напряжений, как *активность и пассивность* людей в ситуациях действия и выбора [4, с. 263].

Все эти идеи отразились, приобретя новое звучание, в российской социологии, которая также проявила интерес к социальным напряжениям и различным его формам, таким, как социальная активность, социальное самочувствие, социальное настроение и т.п.

Особое внимание социальной активности уделяли социальные психологи. Так, например, К.А. Абульханова-Славская [5] и А.А. Грачев [6] разработали системы многомерной типологии активности личности. Активность руководителей, обеспечивающая их способность к общению, в том числе и в конфликтных ситуациях [7], стала предметом изучения А.А. Ершова. Все это в той или

иной мере расширяло поле научного понимания специфики социальных напряжений.

Социальная активность российскими социологами интерпретируется как совокупность свойств (качеств) социального субъекта (личности, группы, общества в целом), посредством которых он либо «саморазвивается», приспособляясь (адаптируясь) к социальной действительности, либо преобразует ее в соответствии со своими целями и социальными потребностями. Это реализованный внутренний потенциал, с помощью которого социальный субъект (личность, группа, общество в целом), «либо «саморазвивается», приспособляясь к социальной действительности, либо преобразует ее в соответствии со своими целями и социальными потребностями». И все это сопровождается определенными напряжениями.

Иными словами, человеческая активность и формируемое напряжение одновременно являются и средством, и объектом адаптации, выполняя роль *побудительной силы*, ответственной за самоорганизацию (т.е. за структурирование системы). Процесс структурирования усиливает устойчивость системы. Однако «максимальная устойчивость» противоречит принципу социального развития и управляющим системам всегда следует соблюдать разумную, детерминированную хаотизацию социальной жизни, позволяющую социальной системе рассчитывать на дальнейшее развитие.

Как уже отмечалось, психологи считают, что уровень активности, её длительность, устойчивость и другие показатели зависят от согласованности и оптимальных сочетаний разных компонентов: эмоционального, мотивационного и др. В связи с чем в зависимости от способа связи психических и личностных уровней активности она может приобретать оптимальный или неоптимальный характер. Например, поддерживать определённый уровень активности можно двумя способами: перенапряжением всех сил, что ведёт к утомлению, падению активности, и за счёт эмоционально-мотивационного подкрепления [5, 10]. Именно эти два подхода, например, отличают традиционное обучение в высшей школе, построенное с опорой на лекционные занятия и инновационные формы обучения, опирающиеся на методы, которые стимулируют активность обучающихся.

В связи с этим закономерным стал вопрос о том, насколько в конкретном современном вузе активность обучающихся студентов была сформирована под воздействием процесса обучения, насколько она была присуща им изначально и какое напряжение (позитивное или негативное) сопутствует соответствующему уровню активности.

Объектом эмпирического исследования выступила группа четвертого курса факультета экономики и управления Нижнекамского химико-технологического института, студенты которой обучаются по специальности «Государственное и муниципальное управление».

В качестве метода исследования были выбраны логико-описательный анализ на основе собственного опыта общения и совместной деятельности в группе одного из исследователей и наблюдение.

Для более упрощенной формы выявления активности были выбраны такие ее характеристики, как: целеустремленность, мотивация, осознанность владения способами и приемами действий, эмоциональная включенность, а также такие свойства, как инициативность и ситуативность. К характеристикам активности будут отнесены и ряд других, которые будут обнаружены в процессе исследования как следствия активности.

Будем рассматривать целеустремленность как сознательную и активную направленность личности на определенный результат деятельности. Целеустремленный человек точно знает, чего хочет, куда идет и за что борется. У него существуют твердые идеалы, от которых человек не отступит ни при каких обстоятельствах. Кроме того, он умеет ставить ясные цели и не отклоняется от них в процессе достижения, лишь иногда меняя средства.

Поведение членов учебной группы позволяет сделать вывод, что стратегические цели сформированы у всех независимо от различия их жизненных ценностей. Каждый имеет хоть какое-то (иногда интуитивное) представление о самом понятии «целеустремленность». Выявить данную характеристику было очень трудно. Однако учебное занятие на тему «Цели и миссия организации» и опрос преподавателя о собственных жизненных целях студентов показали, что группу связывает одна объединяющая цель – получить качественное высшее образование.

Внутренняя мотивация к достижению цели как понимание плюсов и минусов тех или иных действий и их качества также присутствует у каждого студента, так как именно с этих позиций они объясняли, почему для них важно получение высшего образования.

Более глубокий логический анализ показал, что не у всех членов группы в одинаковой мере сформировалось осознание того, в чем заключается качество высшего образования. Это связано и с возрастом студентов, и с отсутствием некоторого жизненного опыта, и с еще недостаточным уровнем образования.

Фактор владения способами и приемами действий студентами следует рассматривать с нескольких сторон, так как каждый член группы имеет присущие ему черты характера, творческие и физические способности, способности к обучению и к применению полученных знаний на практике, а также многое другое. Высокий уровень успеваемости и активности студентов на семинарских занятиях, а также почти поголовное участие их в научных и культурно-массовых мероприятиях показывают, что члены данной учебной группы уже достаточно хорошо владеют способами и приемами действий, воплощающими их активность в социальных практиках.

В качестве следующих показателей активности рассмотрим эмоциональность, инициативность и подверженность ее проявления ситуации. Эти параметры также зависят от внутренних черт человека, его психологического и физического состояния.

Г. Хейманс и Е. Вирсма определяли эмоциональность по тому, как близко к сердцу принимает человек пустяки, восторгается он или плачет по незначительному поводу. Инициативность, по мнению многих психологов, определяется наличием множественных и ярких новых идей, планов у человека, его богатым воображением. Тогда как ситуативность характеризует поведение или психические процессы людей, отражая их связь с чувственно воспринимаемой ситуацией. Для ситуативного поведения (как и ситуативных эмоций, желаний, мышления, речи и пр.) характерна устойчивая зависимость от воспринимаемой обстановки, в которой находится субъект.

Психологическое тестирование выявило, что значительная часть студентов группы являются холериками. Это позволяет го-

ворить о том, что они «потенциально» являются эмоционально взрывными, инициативными личностями. При этом проявление этих качеств студентов часто зависит от уровня утомления, от загруженности в процессе учебы или наличия нестандартных ситуаций. Таким образом, присутствует определенная ситуативность эмоциональности и инициативности.

Наблюдение за поведением студентов показывает, что напряжение группы, в основном, можно считать позитивным, так как оно проявляется в достаточно высокой учебной, творческой и коммуникативной активности. Тогда как негативная напряженность ситуативна и периодически возникает как реакция на внешнее давление такого обстоятельства, как интенсивный график учебы. Иногда в группе возникают спонтанные межличностные ссоры, возникающие на фоне разногласий, личной неприязни и т.д. По мнению одного из исследователей, в группе отсутствует источник постоянного негативного напряжения, такой, как конкуренция.

Подводя итог, отметим, что активность группы и ее напряженность имеют два корня, с одной стороны, это воздействие форм и методов обучения, а с другой стороны — это влияние личностных качеств обучающихся. Хотя активность и позитивное напряжение группы достаточно высоки, однако они могут быть увеличены в результате формирования ценности напряжения и сплочения группы вокруг нового лидера или группы лидеров с более высокой инициативностью и креативностью. Потенциал у группы, несомненно, существует.

Литература

- 1 Философский энциклопедический словарь (ФЭС). - М., 1997.
- 2 Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии. Т. 2. / С.Л. Рубинштейн - М., 1989.
- 3 Губина, Н.В. Социальный тонус монопрофильного города: проблемы методологии исследования и управления / Н.В. Губина. - Казань, 2010.
- 4 Вебер, М. Избранное. Образ общества / М.Вебер. - М., 1994.
- 5 Абульханова-Славская, К.А. Типология активности личности / К.А. Абульханова-Славская // Психологический журнал. - 1985. - Т.6. - № 5. - С.3-19.

6 Грачев, А.А. Реализация личностной активности рабочего в производственных ситуациях жизнедеятельности / А.А. Грачев // Психология личности и образ жизни. - М., 1987.

7 Ершов, А.А. Взгляд психолога на активность человека / А.А. Ершов. - М., 1991.

Гуржий Б.И.,

аспирант, ассистент

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Губина Н.В.,

доктор социологических наук, профессор,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТЕРМИНА «ИННОВАЦИЯ»

На сегодняшний день перед Россией стоит титаническая задача - модернизация экономики, управления и всей жизни общества в целом. Это понимает власть - множество различных по форме и уровню заседаний, форумов, конференций; это понимает бизнес - появление бизнес-инкубаторов, открытие высокотехнологичных производств; это понимает и обычные граждане - без развития нельзя построить сильную страну.

Очень "модными" стали такие понятия, как инновация, технопарк, венчурный капитал и т.п. Но всегда ли мы правильно понимаем эти понятия?

Взять, к примеру, термин "инновация". Для большинства людей этот термин означает нечто абсолютно новое, никем до этого не открытое, что-то улучшающее жизнь. И такое определение имеет под собой прочный фундамент. Сам термин «инновация» происходит от латинского «innovato», что означает «обновление» или «улучшение». Термин "инновация" применяется к различным сферам жизни и выработать единое определение отражающие все точки зрения достаточно сложно, также к этому следует добавить что получившееся определение может быть весьма громоздким. Один из самых распространенных терминов, встречающихся в Интернете говорит об «инновации» как о процессе разработки чего-то но-

вого, до этого не применявшееся, его внедрении и получение различного рода прибылей и дивидендов [1].

«Википедия» не может служить полноценным научным источником получения знания, тем не менее «Википедия» пользуется большой популярностью, особенно у молодежи. Следовательно, отбрасывать написанное там было бы весьма опрометчиво. Данное определение достаточно широкое и может быть применено ко многим сферам.

А вот еще одно определение термина «инновация», но более узкое:

Инновация - это мотивация трудовой деятельности и способы поведения, которые качественно отличаются от имевших место ранее [2, с.23].

Это определение взято из учебника по менеджменту и оно отражает только узкоориентированную часть этого термина.

Федеральный портал по научной и инновационной деятельности говорит об "инновации" с точки зрения экономической выгоды и продвижения на рынке. Инновация здесь выступает как конечный результат использования достижений науки и передового опыта деятельности по реализации нового или усовершенствования реализуемого на рынке продукта, технологического процесса и организационно-технических мероприятий, используемых в практической деятельности.

Непременным свойством инновации является научно-техническая новизна. Поэтому необходимо отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах (изменения цвета, формы и т.п.); незначительных технических или внешних изменений продукта, а также входящих в него компонентов; от расширения номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке [3].

Если же рассматривать «инновации» с позиции социологии, то мы видим два подхода:

1) инновация выступает как результат творческой деятельности, получивший широкое применение и послуживший основанием для значимых социальных изменений;

2) инновация - процесс преобразования нововведений в социокультурные нормы и образцы, обеспечивающий их институцио-

нальное оформление и закрепление в сфере духовной и материальной культуры общества [4, с.131].

Каждый из этих подходов отражает необходимую для исследователя сторону инновации.

Но, к сожалению, исследователи, особенно в области социологии, забывают простую русскую поговорку: Все новое - это хорошо забытое старое.

Например: многие компании активно применяют различную атрибутику, слоганы для повышения мотивации своих сотрудников. Это считается инновацией в управлении трудовым коллективом, по крайней мере, в России. Но при этом, если взять не столь отдаленное прошлое, а именно советский период, такого рода плакаты или высказывания были вполне обыденным явлением.

Этот пример показывает, что инновациями не всегда служат абсолютно новые или серьезно улучшенные вещи и явления. Дополнительным примером может служить судьба некоторых ученых, чьи открытия были оценены по достоинству лишь много лет спустя. Поэтому автор предлагает такое определение термина «инновации»:

Инновация - это не только разработка и внедрение абсолютно нового или улучшение уже существующего, повышающего эффективность различных систем, но и поиск в накопленном опыте и знаниях таких форм, методов и способов, которые можно, практически без изменений, применить к современным системам, с целью повышения их эффективности.

Данное определение, на взгляд автора, позволяет исследователям внимательней относиться к прошлому. Это может позволить найти решения сложных задач, особенно в социальной сфере, без больших финансовых и временных затрат.

Литература

1 Термин инновация: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Инновация>.

2 Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. д.э.н., проф. Л.Н. Орловой. - М. : ИНФРА-М, 2003. – 238 с.

3 Основные понятия: http://www.sci-innov.ru/law/base_terms/

4 Социологическая энциклопедия : в 2-х т. Т.2 / Руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин; гл. ред. В.Н. Иванов – М. : Мысль, 2003. - С. - 456.

СЕКЦИЯ 2

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ

*Закирова А.Р.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ*
Научный руководитель: Сабитова Э.Н.,
*старший преподаватель
Нижекамского химико-технологического института КГТУ*

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМАТИЗАЦИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СУБЪЕКТОВ РФ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Правовая система федеративного государства предполагает необходимость четкого определения объема компетенции законодателя, а также создание эффективного механизма взаимодействия норм, издаваемых в идентичной сфере на федеральном и региональном уровнях.

Вместе с тем в Российской Федерации в последние годы наблюдается усиление централизации законодательного регулирования вопросов, относящихся к предметам совместного ведения Российской Федерации и ее субъектов. Этого не удалось избежать и при формировании законодательства об административных правонарушениях.

Данный процесс можно объяснить негативными факторами, наблюдаемыми в последнее время в субъектах Российской Федерации и нашедшими подтверждение в судебной практике:

1. увеличение числа региональных законов, не соответствующих федеральному законодательству об административных правонарушениях;
2. вмешательство регионального законодателя при установлении ответственности за административные правонарушения в предметы ведения федерального законодателя;
3. уточнение или расширительное толкование региональными законами об административных правонарушениях федеральных предписаний, регулирующих административную ответственность и процедуры рассмотрения дел об административных правонарушениях.

С целью воспрепятствования принятию региональных административно-деликтных законов, не соответствующих федеральному

законодательству, в ст. 1.3. КоАП РФ определены предметы ведения Российской Федерации в области законодательства об административных правонарушениях [1, с. 34-35].

Актуальным направлением совершенствования законодательства является деятельность по приведению нормативных правовых актов, регулирующих конкретную сферу общественных отношений, в упорядоченную систему.

В качестве наиболее распространенных форм систематизации законодательства, используемых в правотворческой практике органами государственной власти Российской Федерации, можно указать кодификацию законодательства и системное обобщение законодательства без использования кодификации.

Анализ современного законодательства субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях свидетельствует об изменении отношения регионального законодателя к вопросу выбора вида закона, устанавливающего административную ответственность.

В период до 2002 г. в большинстве субъектов Российской Федерации законодательство об административных правонарушениях имело скорее фрагментарный характер.

В настоящее время субъекты Российской Федерации рассматривают законы об административных правонарушениях как действенный механизм предупреждения и борьбы с правонарушениями, имеющими региональную специфику.

Изучение законодательной практики субъектов Российской Федерации в исследуемой сфере позволяет выделить два основных подхода в регулировании административной ответственности в региональных законах.

1. Принятие единого систематизированного закона об административных правонарушениях (закон, кодекс).

Интересным представляется тот факт, что если в период непосредственно до и после принятия КоАП РФ субъекты Российской Федерации достаточно активно использовали в качестве наименования систематизированного закона об административных правонарушениях термин «кодекс», то в настоящее время, напротив, некоторые субъекты Российской Федерации отказались от такой практики и используют название «закон».

Тем не менее, в ряде субъектов Российской Федерации в 2007–2008 гг. приняты комплексные административно-деликтные законы в виде кодексов.

Действительно, административная ответственность как комплексный правовой институт охватывает не только материальные нормы, посвященные административным правонарушениям и санкциям за них, но и нормы, регламентирующие производство по делам об административных правонарушениях.

2. Принятие законов субъектов Российской Федерации, устанавливающих административную ответственность за нарушения в различных сферах общественных отношений.

Обращает на себя внимание, что в Российской Федерации осталось незначительное число субъектов, придерживающихся этого подхода в регулировании административной ответственности.

Следует отметить наиболее распространенные варианты содержательного наполнения законов об административных правонарушениях, используемых региональным законодателем. Во-первых, сосредоточение в соответствующем законе всех региональных составов административных правонарушений, а также установление перечня должностных лиц, уполномоченных составлять протоколы об административных правонарушениях и рассматривать соответствующую категорию дел. Во-вторых, дополнительное урегулирование иных вопросов помимо закрепления составов административных правонарушений. В-третьих, в отдельных региональных законах содержатся положения, преимущественно выделяемые в большинстве субъектов Российской Федерации в качестве предмета правового регулирования в специальном нормативном правовом акте.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сформулировать следующие выводы, к которым пришел автор при оценке отдельных положительных и отрицательных аспектов развития регионального законодательства об административных правонарушениях.

1. Субъектам Российской Федерации следует реально оценивать объем общественных отношений, складывающийся в данной сфере на уровне регионов, и не стремиться к заведомо бесперспективной, искусственной юридической конструкции.

2. Исходя из положений КоАП РФ, у субъектов Российской фе-

дерации остался незначительный спектр вопросов в сфере правовой регламентации административной ответственности:

- установление составов административных правонарушений в сферах общественных отношений социально значимых для субъектов Российской Федерации и отнесенных преимущественно к предметам их ведения;

- регулирование отдельных вопросов, связанных с производством по делам об административных правонарушениях: определение должностных лиц, уполномоченных составлять протоколы об административных правонарушениях, составы которых установлены законами субъектов Российской Федерации.

3. Следует признать неэффективной практику правового регулирования административной ответственности в виде несистематизированных тематических законов.

4. Процесс систематизации законодательства об административных правонарушениях субъектов Российской Федерации, безусловно, следует оценивать положительно. Унификация региональных положений об административных правонарушениях имеет большое значение для всех без исключения участников административных правоотношений, интересы которых подлежат охране посредством административно-деликтного закона.

5. Не вполне оправдан выбор субъектами Российской Федерации административно-деликтного закона в виде кодекса. Разработка данного вида нормативного правового акта требует соблюдения ряда критериев, который был обозначен выше. Ограниченность же объема предмета регулирования общественных отношений в исследуемой сфере не позволяет их в полной мере соблюсти, что приводит к дефектам юридической техники региональных кодексов об административных правонарушениях. Предпочтительным считаем использовать систематизацию положений, регулирующих административную ответственность в субъектах Российской Федерации, в виде обычного закона[1, с. 39-40].

Литература

1 Гаврилова, Л. В. Систематизация законодательства субъектов РФ об административной ответственности: опыт и проблемы / Л. В. Гаврилова // Академический юридический журнал.– 2008. – № 4. – С. 34-40.

*Зотеева Н.А.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Сагдеева Г.С.,
старший преподаватель,
НИИТТ КГТУ им. А. Н. Туполева*

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ПОЛИТИКОЙ

Ежедневно мы становимся покупателями и сталкиваемся с несоблюдением прав потребителей. Эту проблему мы рассмотрели в докладе о защите прав потребителей. Задачи работы - обеспечить наличие правовых и организационных основ, позволяющих адекватно уровню развития экономики и общества формировать и реализовывать все многообразие направлений национальной политики в сфере защиты прав потребителей. Национальная политика в сфере защиты прав потребителей заняла прочные позиции в социально-экономических преобразованиях, происходящих в стране. Она осуществляется в тесной взаимосвязи с общим курсом экономических и правовых реформ, институциональными преобразованиями, развитием конкуренции, а также с учетом их влияния на экономическое положение граждан на потребительском рынке товаров, работ, услуг.

Национальная политика в сфере защиты прав потребителей основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации, Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей», иных федеральных законах и нормативных правовых актах, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

Упрощенное понятие «защита прав потребителей», отождествляющее ее только с контролем соблюдения законных интересов потребителей, трансформировалось в национальную политику в сфере защиты прав потребителей. Реализация различных ее аспектов все более органично встраивается в деятельность федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, общественных объединений потребителей. Развивается кон-

структивное взаимодействие всех ветвей системы защиты прав потребителей.

В сфере защиты прав потребителей остается немалое количество нерешенных вопросов правового, экономического, организационного и социального характера. Негативно сказываются на положении потребителей наличие множества монопольных рынков, в том числе деятельность отраслей, относящихся к естественным монополиям; ценовая спекуляция; наводнение потребительского рынка некачественными и фальсифицированными товарами; низкий уровень сознания потребителей; отсутствие или низкий уровень информационных систем, доступных для потребителей и предпринимателей на фоне широкой и наступательной рекламы; и т.д.

Необходима корректировка национальной политики в сфере защиты прав потребителей, поиск, и применение новых подходов к ее формированию и реализации. Стратегической целью национальной политики в сфере защиты прав потребителей является создание равных и реальных условий для реализации гражданами-потребителями своих законных интересов и прав повсеместно на территории Российской Федерации.

Таким образом, главный вывод состоит в том, что активное вмешательство государства в формирование и реализацию потребительской политики не только оправдано, но и необходимо. Во-первых, в экономической системе, основанной на рыночных механизмах, следует улучшать результат действия последних, предоставив потребителю первую роль и определяющее влияние. Во-вторых, необходима оптимизация удовлетворения потребностей не только в отношении материальных благ, но также в отношении возможностей, знаний, информации, предоставления соответствующих прав различным лицам и их защиты. В-третьих, демократический идеал требует, в свою очередь, чтобы был признан коллективный интерес потребителей, их организация поддержана, а представительство обеспечено эффективным участием представителей потребителей в различных системах, принимающих решения социального порядка, включая суды. В-четвертых, необходимо принимать во внимание глобализацию экономики, усиление интеграционных процессов, в том числе, и интеграцию России в европейское сообщество, тенденции в мировом потребительском дви-

жении. Наконец, понятие справедливости требует от государства заботиться о судьбе потребителей, которые являются наиболее слабым звеном экономической и социальной системы.

Стратегия развития РФ до 2010 г. провозгласила развитие личности как базовую предпосылку для решения основных экономических и социальных проблем. Выдвигая в качестве одного из приоритетов информирование и просвещение населения по вопросам национальной политики в сфере защиты прав потребителей, можно ожидать, что потребитель не только сделает правильный выбор на потребительском рынке товаров, работ, услуг, но и сможет в перспективе сыграть роль регулятора на подлинно конкурентном рынке. С другой стороны, построение правового государства требует не только формирования соответствующей законодательной основы, но и адекватного ей поведения людей, что, в свою очередь, предполагает знание населением своих законных прав и обязанностей и умение применять их в различных ситуациях. Для реализации потребительской политики государство располагает необходимыми механизмами. В настоящее время в стране, с одной стороны, существует и продолжает развиваться потребительское законодательство, с другой – создана и действует национальная система защиты прав потребителей. Особое внимание должно быть уделено обеспечению комплексности решения задач в области защиты прав потребителей.

С момента принятия Закона РФ «О защите прав потребителей» создана правовая база защиты прав потребителей, которая включает не только указанный Закон, но и Гражданский кодекс РФ, специальные законы, регулирующие отдельные сферы деятельности, правила продажи отдельных видов товаров, осуществления работ и оказания услуг, утверждаемые Правительством РФ. Наличие обширной нормативно-правовой базы по вопросу защиты прав потребителей представляется важным, так как при защите своих прав потребитель должен знать, что многие интересующие его вопросы имеют законодательное закрепление и разъяснение. Характерной особенностью законодательства о защите прав потребителей служит то обстоятельство, что ответственность за нарушение прав потребителя наступает только у изготовителя (продавца). Это объясняется необходимостью обеспечения интересов потребителя как более слабой стороны в договорных отношениях. Предъявление

иска в суде с целью восстановить свои нарушенные права должно стать обычным делом для гражданина. Законодательство о защите прав потребителей должно работать, быть востребованным. Эта цель не выполнима без активной жизненной позиции потребителей.

Литература

1 Гражданский Кодекс РФ, часть 1. Федеральный закон от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (в ред. от 23.12.2003 N 182-ФЗ).

2 Алексеев, С. С. Общая теория права / С. С. Алексеев. – М. : Юрид. лит., 2001.

3 Горина, И. Е. Защита прав потребителей: часто задаваемые вопросы, образцы документов / И. Е. Горина. – М. : Юрайт-Издат, 2005.

*Лаврикова Н.С.,
студентка*

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

*Научный руководитель: Сабитова Э.Н.,
старший преподаватель*

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РФ

Актуальность работы обусловлена тем, что, во-первых, повышается актуальность мероприятий государства по обеспечению нормального функционирования государственных и общественных институтов, защите личной безопасности граждан, поддержанию общественной безопасности и укреплению правопорядка, во-вторых, явлением правовой жизни, обеспечивающим безопасность личности, общества и государства, следует считать административно-правовые режимы.

Административно-правовые режимы – это специальный комплекс оперативных государственных управленческих решений и административно правовых мер убеждения и принуждения, способных обеспечить достаточно оперативно стабилизацию общественных отношений в регионе или государстве в целом, и после-

дующее упорядочивание общественных отношений, вышедших за пределы влияния обычных административно-правовых мер воздействия. Как правило, административно-правовые режимы временно ограничивают права и свободы граждан, используют в своем арсенале значительное количество методов административного принуждения [1, с. 410].

Президент Российской Федерации: а) определяет в соответствии со статьей 80 Конституции Российской Федерации и федеральными законами основные направления государственной политики и принимает иные решения в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций; б) вносит на рассмотрение Совета Безопасности Российской Федерации и принимает с учетом его предложений решения по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, а также по вопросам преодоления их последствий; в) вводит при чрезвычайных ситуациях в соответствии со статьями 56 и 88 Конституции Российской Федерации при обстоятельствах и в порядке, предусмотренных федеральным конституционным законом, на территории Российской Федерации или в отдельных ее местностях чрезвычайное положение; г) принимает решение о привлечении при необходимости к ликвидации чрезвычайных ситуаций Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск и воинских формирований [2, с. 3].

Федеральное Собрание Российской Федерации: а) обеспечивает единообразие в законодательном регулировании в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций; б) утверждает бюджетные ассигнования на финансирование деятельности и мероприятий в указанной области; в) проводит парламентские слушания по вопросам защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

Правительство Российской Федерации: а) издает на основании и во исполнение Конституции Российской Федерации, федеральных законов и нормативных актов Президента Российской Федерации постановления и распоряжения в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и обеспечивает их исполнение; б) организует проведение научных исследований в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций; в) организует разработку и обеспечивает выполнение специальных федеральных программ в области защиты населения и территорий

от чрезвычайных ситуаций федерального характера; г) определяет задачи, функции, порядок деятельности, права и обязанности федеральных органов исполнительной власти в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, осуществляет руководство единой государственной системой предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций; д) обеспечивает создание федеральных резервов финансовых и материальных ресурсов для ликвидации чрезвычайных ситуаций федерального характера, а также определяет порядок использования указанных резервов; е) устанавливает и контролирует процесс производства, режим хранения, условия перевозки и порядок использования радиоактивных и других особо опасных веществ, соблюдение при этом необходимых мер безопасности; ж) устанавливает классификацию чрезвычайных ситуаций и полномочия исполнительных органов государственной власти по их ликвидации; з) обеспечивает защиту населения и территорий от чрезвычайных ситуаций федерального характера, определяет порядок оказания финансовой помощи из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации при возникновении чрезвычайных ситуаций регионального характера; и) определяет порядок привлечения Войск гражданской обороны Российской Федерации к ликвидации чрезвычайных ситуаций; к) определяет порядок сбора информации в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, порядок обмена указанной информацией между исполнительными органами государственной власти, а также органами управления, специально уполномоченными на решение задач в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций [3, с. 5].

Органы местного самоуправления самостоятельно: а) осуществляют подготовку и содержание в готовности необходимых сил и средств для защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обучение населения способам защиты и действиям в этих ситуациях; б) принимают решения о проведении эвакуационных мероприятий в чрезвычайных ситуациях и организуют их проведение; в) осуществляют в установленном порядке сбор и обмен информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечивают своевременное оповещение и информирование населения об угрозе возникновения или о возникновении чрезвычайных ситуаций; г) осуществляют финанси-

вание мероприятий в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций; д) создают резервы финансовых и материальных ресурсов для ликвидации чрезвычайных ситуаций; е) организуют и проводят аварийно-спасательные и другие неотложные работы, а также поддерживают общественный порядок при их проведении; при недостаточности собственных сил и средств обращаются за помощью к органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации; ж) содействуют устойчивому функционированию организаций в чрезвычайных ситуациях; з) создают при органах местного самоуправления постоянно действующие органы управления, специально уполномоченные на решение задач в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций

Литература

1 Алехин, А. П. Административное право Российской Федерации / А. П. Алехин, А. А. Кормолицкий, Ю. М. Козлов. – М. : ЗЕРЦАЛО, 2003. – 608 с.

2 Федеральный Закон «О государственной тайне» от 21.07.1993 №5485-1 (ред. От 18.07.2009).

3 Четвериков, В. С Административное право / В. С. Четвериков. - Ростов на/Д : ФЕНИКС, 2004. – 512 с.

Рябова Л.В.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

АНТИКРИЗИСНЫЕ НАЛОГИ

Нельзя сказать, что налоговые антикризисные меры получили широкое распространение в международной практике противодействия кризису. По-видимому, просто пока нет четкого представления о том, что может быть наиболее эффективно. Вот и пробуют разные страны различные механизмы.

Примеры некоторых решений: в Японии предоставляют налоговые стипендии семьям на сумму в 2 трлн. йен; в США принято

решение о налоговых сокращениях покупателям первого дома на общую сумму в 16 млрд. долларов; в Германии отменяют налог на автомобиль в течение года после покупки нового авто, удваивают налоговый бонус для квалифицированных рабочих на два года, снижают налоги для малых и средних фирм на 7 млрд. евро и т.д.

Но самый внушительный пакет налоговых антикризисных мер приняла Великобритания: ставка НДС с 1 декабря 2008 года была снижена с 17,5% до 15%; пошлины на алкогольные напитки увеличены на 8% также с 1 декабря 2008 года; пошлины на табачные изделия выросли на 4% уже с 24 ноября 2008 года; отодвигается на апрель 2011 года установление повышенной налоговой ставки в 45% для лиц, чьи доходы превышают 150000 фунтов стерлингов в год и т.д.

Россия также приняла важные решения налогового характера в целях противостояния кризису. Ключевая мера – снижение налога на прибыль на 4% в части, зачисляемой в федеральный бюджет. Сразу возникает вопрос: почему налог на прибыль? Тем более, что осенью 2008 года, когда кризис по-настоящему затронул все страны, снижать именно этот налог не стала ни одна из них. Да, в некоторых странах (Германия, Канада), в 2008 году снижалась ставка налога на прибыль, но соответствующие решения принимались еще в 2007 году, когда никто и не предполагал, что кризис затронет реальный сектор экономики.

Возникает естественное желание посмотреть: чем же российские законодатели обосновывают то, что снижать надо именно налог на прибыль. Финансово-экономическое обоснование соответствующего законопроекта было сведено к констатации того, что принятие необходимого закона «не потребует дополнительных расходов из средств федерального бюджета». Конечно, это крайне удивительно, что можно в обосновании игнорировать уменьшение доходной части федерального бюджета. Но формально, действительно, как это ни покажется странным, согласно действующим нормативным документам такого обоснования вполне достаточно. Это ключевая антикризисная налоговая мера.

Итак, было заявлено, что данная льгота сэкономит для предприятий около 400 млрд. рублей. Оценка делалась по данным 2007 года. Сравним 2007 и 2008 годы. В 2007 году ВВП страны вырос

на 8,1%. Противоположная картина будет в 2009 году; экономика упадет, в лучшем случае, на 4%. Это будет реально кризисный год.

Но если всё-таки согласиться с тем, что мы в глубоком кризисе, то давайте снижение налога на прибыль оценивать с учетом данного немаловажного обстоятельства. К примеру, в кризисном 1998 году доля убыточных предприятий в российской экономике составила 53,2%. Даже в сверхблагополучном 2007 году данный показатель составлял 23,4%.

Естественно, что сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) в острый кризисный период вообще бывает отрицательным. В целом по экономике в 1998 году данный показатель составил – 115,1 млрд. рублей.

Вспомним острый кризисный 1992 год – тогда тоже была похожая ситуация: объем прибыли предприятий и организаций уменьшился по сравнению с 1991 годом почти на 40%. Вывод напрашивается очевидный: льгота по налогу на прибыль в кризисном 2009 году работать не будет. Большинство предприятий и организаций станут убыточными. Можно прогнозировать и то, что опять начнется налоговая оптимизация, т.е. предприятия и организации станут выводить прибыль в ноль, или показывать её чисто в символических объемах. Это естественное антикризисное поведение бизнеса. Практика такой налоговой оптимизации была широко распространена в кризисные 90-е годы. Ее быстро реанимируют. Но если не за налог на прибыль надо было брать, тогда за что? Если мы соглашаемся с тем, что антикризисные меры должны касаться каждого, то становится понятным: надо снижать НДС.

Получается, что Великобритания была совершенно права, когда приняла решение именно о снижении НДС с 17,5% до 15%. Министр финансов Великобритании Алистер Дарлинг, аргументируя свой выбор в пользу НДС, именно так и сказал: «... лучший и честнейший подход – выбрать меру, которая коснется каждого». Анализируя практику англичан, следовало бы обратить внимание еще на один момент: ставка НДС снижена на 13 месяцев (с 1 декабря 2008 года по 1 января 2010 года). Здесь дается установка на то, что «удовольствие» кризиса может быть растянуто максимум на 13 месяцев. Не стоит недооценивать такие моменты.

Литература

1 Конституция России от 12.12.93 // Российская газета №237, 25.12.2003.

2 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ в ред. от 31.12.2002 // СЗ 02.08.2000, №32, ст. 3340.

3 Федеральный закон от 23 апреля 2002г. №39-ФЗ "Об исполнении Федерального бюджета за 2007 год"// СЗ РФ. 2002. №17.Ст.1602.

4 Грачева, Е. Ю. Финансовое право России / Е. Ю., Н. А. Куфакова, С. Г. Пепеляев. – М., 2010. – 120 с.

5 Грачева, Е. Ю. Проблемы правового регулирования государственного финансового контроля. – М., 2010. – 158 с.

6 Карасева, М. В., Финансовое право / М. В. Карасева, Ю. А. Крохина / под ред. д.ю.н., проф. М. В. Карасевой. – М., 2010. – С. 55-97.

7 Луппиан, М. Налоговая система РФ / М. Луппиан. – М. : ИН-ФРА-М, 2002. – 140 с.

8 Налоговая система Российской Федерации / под ред. Черник Д. Г и Дадашева А. З. – М., 2003. – 254 с.

9 Починок, А. П. Повышение научно-методологической обоснованности налогового процесса – веление времени / А. П. Починок // Налоговый вестник. – 2009. – №12. – С. 12-15.

10 Слом, В. И. О проблемах налогового нормотворчества / В. И. Слом // Налоговый вестник. – 2010. – №10. – С. 8-10.

Чухнина К.А.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Репина Ю.А.,

кандидат социологических наук, старший преподаватель,

Нижекамский филиал ИУЭП

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В РОССИИ

В настоящее время в России существуют условия, когда невозможно обеспечить безусловную безопасность выпускаемых продуктов. Актуальность этой проблемы определяется множеством

факторов:

- появление веществ, загрязняющих окружающую среду, изменение экологии и климата;
- новые пищевые продукты, технологии переработки, ингредиенты, добавки и упаковка, изменение рационов питания и рост спроса на пищевые продукты с минимальной переработкой;
- изменения в состоянии здоровья населения или отдельной его группы;
- новые методы анализа безопасности пищевой продукции позволяют обнаружить ранее неизвестные опасные факторы [2, с. 82].

Продовольственная безопасность, определяемая как система взаимосвязанных составляющих (экономической, экологической, личной, потребительской, общественной, культурной), призвана быть условием создания атмосферы стабильности, основой благополучия и гарантией эффективного развития страны.

Пищевая промышленность сегодня в нашей стране объединяет около 30 подотраслей и свыше 25 тысяч предприятий с общей численностью занятых 1,5 миллиона человек. Доля пищевой промышленности в общем объеме промышленного производства неизменно составляет 11-12 %.

Рост пищевой промышленности составил 2,5%. Продолжилось развитие сельского хозяйства. Производство мяса увеличилось на 8,8%, молока на – 7,5%, яиц – на 2,7%, выросло поголовье скота всех категорий.

Таким образом, сегодня пищевая промышленность является одной из наиболее быстроразвивающихся и динамичных в Российской Федерации. Однако по-прежнему остаются две существенные проблемы: низкая конкурентоспособность и безопасность пищевой продукции. Каким же образом сегодня можно решить эти проблемы?

Одна из проблем создания конкурентоспособной рыночной экономики – обеспечение соответствия отечественной продукции международным признанным стандартам.

Существовавшая до сих пор в России практика использования устаревших государственных стандартов (ГОСТов) не способствует повышению качества товаров и услуг, технической и технологической модернизации производства.

Реформа технического регулирования направлена на то, чтобы перенести основную ответственность за качество, безопасность продукции и услуг с государства, государственных ведомств на производителя и продавца. В РФ в последние годы достигнуты определенные успехи в применении международной практики технического регулирования в пищевой промышленности, в которой активно используется такая система управления качеством и безопасностью продукции, как ХАССП (Анализ рисков и критические контрольные точки) и недавно принятый международный стандарт ИСО 22000:2005 «Система менеджмента безопасности пищевых продуктов. Требования к любым организациям в продуктовой цепи». Это может повысить конкурентоспособность пищевой продукции и вывести ее на международный рынок.

Вторая проблема – обеспечение безопасности пищевой продукции. По данным ВОЗ, даже в развитых странах более 30% населения ежегодно испытывают на себе последствия пищевых отравлений. Кроме того, более 2 млн. детей ежегодно умирают в результате употребления некачественных пищевых продуктов. Недобросовестные производители продуктов питания заполнили потребительский рынок некачественной пищевой продукцией. Также в последнее время на полках магазинов выявляется крайне много просроченного детского питания. Если в 2009 г. его было около 1 %, то в 2010 г. – до 5 % .

Еще одна проблема – не работает система изъятия и уничтожения некачественных продуктов, что приводит к тому, что опасные для здоровья товары после проверки попросту переправляют на другую точку продаж, где их успешно реализуют. В настоящее время готовятся поправки в Кодекс об административных нарушениях, которые могли бы пресечь данные нарушения.

Проблему безопасности пищевой продукции в РФ можно решить, применяя системы:

- система менеджмента качества (СМК) в соответствии с требованиями стандартов ИСО серии 9000 (ГОСТ Р ИСО 9001-2008);
- система безопасности продуктов питания на основе принципов НАССР (в русской транскрипции – ХАССП) (ГОСТ Р 51705.1);
- система экологического менеджмента по ИСО 14000 (ГОСТ Р ИСО 14001);

- системы GMP (Good Manufacturing Practice) – Надлежащая Производственная Практика, установленная в Директиве ЕС 93/43;
- система менеджмента безопасности пищевых продуктов по всей цепочке поставки в соответствии с требованиями стандарта ИСО 22000:2005 (ГОСТ Р ИСО 22000-2007), которые обеспечивают предупреждающий контроль, дополняя контроль продукции контролем процессов ее производства [3, с. 637].

Таким образом, одним из путей повышения качества и конкурентоспособности отечественной пищевой продукции является применение международных стандартов по безопасности пищевой продукции.

Международные стандарты серии ИСО 22000 распространяются на участников всей продуктовой цепи, т.е. по принципу «от фермы до вилки». МС ИСО 22000:2005 был разработан так, что в нем гармонично сочетаются как принципы НАССР, так и МС ИСО 9001.

Введение ИСО 22000 ведет к защите торговых марок. Предприятия с известными торговыми марками (брендами) используют ИСО 22000, систему ХАССП для создания полной уверенности в защите торговой марки.

На сегодняшний день объемы внедрения предприятиями стандарта ISO 22000 не очень большие. К большому сожалению, в нашей стране в соответствии с требованиями МС ИСО 22000:2005 сертифицируются крупные производители молочной, пивной, рыбной, мясоперерабатывающей и комбикормовой промышленности.

В отчете за 2008 г. секретариат ISO опубликовал сведения о сертификатах соответствия стандартам ИСО 22000 за 2007 и 2008 гг. Так, по состоянию на конец декабря 2008 г., в 112 странах мирового сообщества выдано 8102 сертификата, в 2007 г. аналогичный показатель был равен 4132, число стран, которые имели такие сертификаты, – 93, прирост составил 96 %.

Определилась десятка стран-лидеров по числу выданных сертификатов. На первом месте оказалась Турция (1155 сертификатов), на втором – Греция (1055 сертификатов). Из регионов впереди Европа – 58,76% всех выданных сертификатов.

По странам СНГ следующие данные: в России по ИСО 22000 сертифицировано 69 предприятий, в Украине – 64, в Казахстане – 23, в Молдавии – 13, в Белоруссии – 9 [1, с. 84].

Проблема не в том, что не все предприятия хотят внедрять МС ИСО 22000, а в том, что не на всех предприятиях соблюдаются требования российских правил. Стандарт нужен тем, кто думает о развитии, о завтрашнем дне, о том, как обойти конкурентов не за счет более яркой рекламы, а за счет стабильных продаж, когда потребитель покупает продукт, который ему нравится, в котором он уверен.

Основные проблемы массового внедрения пищевых стандартов связаны с их относительной молодостью, с опасениями производителей, которые не хотят прозрачности, в том числе и по составу и рецептуре продукции. При работе по стандарту нужна система прослеживаемости, необходимо контролировать своих поставщиков и потребителей (магазины, склады), к тому же большинство производителей не видит преимуществ системы, не задумывается о ВТО, кроме того, им невыгодно обеспечивать систему отзыва продукции, а многим просто жалко денег.

Литература

1 Белобрагин, В. Я. Эффективность СМК в мире / В. Я. Белобрагин // Стандарты и качество. – 2010. – №4. – С.84.

2 Бессонова, Л. П. Управление безопасностью в пищевой промышленности на основе системы прослеживаемости / Л. П. Бессонова, Н. И. Дунченко // Стандарты и качество. – 2010. – №5 – С.82.

3 Михеева, Е. Н. Управление качеством и безопасностью продукции на предприятиях пищевой промышленности / Е. Н. Михеева // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Продовольствие». – 2009. – №5. – С.637.

СЕКЦИЯ 3

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Буланова С.Б.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

О кризисе, его причинах, негативных проявлениях и путях преодоления уже написано много. Среди рекомендаций есть много таких, которые заслуживают внимания и могут быть использованы в реальной практике. Но очень важно понять, что главным условием любой успешной работы является системность, которая в условиях кризиса, становится критически необходимым атрибутом управления бизнесом (рисунок 1).

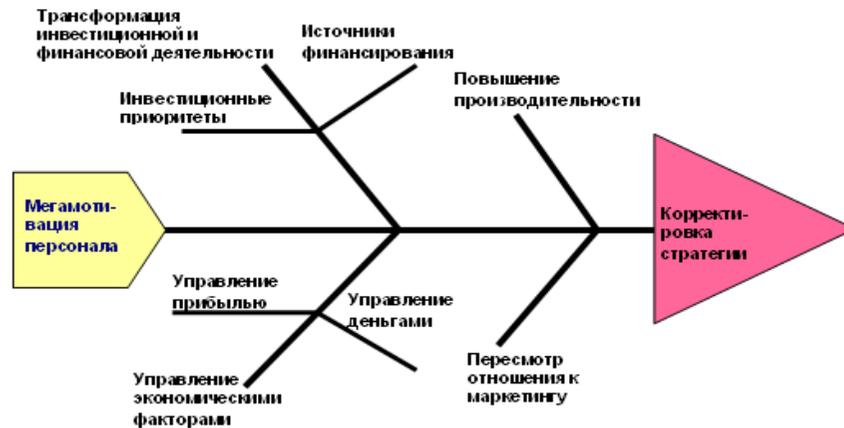


Рисунок 1 – Система антикризисных мер

Рассмотрим наиболее важные, на наш взгляд, факторы, которые приведены в общей схеме.

Корректировка стратегии. Как известно, рыба начинает портиться с головы. Поэтому начинать надо с корректировки стратегии. Оставив неизменной миссию компании, следует пересмотреть

ее видение, отказавшись, по-видимому, на время от достижения больших амбициозных целей. Хотя условия кризиса могут спровоцировать появление новых целей, например, в части захвата рынка разорившихся компаний или поглощения более слабых компаний, имеющих незначительные шансы к выживанию. Необходимо помнить, что кризис создает дополнительные условия для развития, если грамотно воспользоваться появляющимися возможностями.

Изменение отношения к маркетингу. Принципиально, существуют две альтернативы отношения к маркетингу в компании.

Альтернатива 1. Маркетинг – это политика потребителей внутри компании, заставляющая компанию плавно меняться в желаемую большинством потребителей сторону.

Альтернатива 2. Маркетинг должен быть прибыльным. Другими словами, маркетинг должен соизмерять затраты на продвижение продукции с тем результатом, который получается в результате многочисленных маркетинговых программ с точки зрения всем понятных экономических показателей, как-то: прибыли, денежного потока и т.п.

В условиях кризиса смещение произойдет в сторону второй альтернативы.

Управление экономическими факторами. Главное проявление кризиса, от которого страдает бизнес, – это нехватка денег. Это связано с тем, что: 1) у компании не получается много продавать, 2) компания несет большие затраты, 3) компания не умеет управлять оборотными средствами. Данные три причины в стандартных, некризисных, обстоятельствах, возможно, и не проявляются, но в кризисных условиях они возникли вследствие неготовности менеджмента перестроится для работы в новых условиях.

Во время кризиса компании необходимо время для перестройки своей деятельности применительно к кризисным условиям: сжаться, урезать некоторые виды деятельности, оптимизировать персонал. После такой перестройки компания научится жить по-новому и получать прибыль, скорее всего, в меньших объемах, но адекватных сжимающимся рынкам. В течение этой перестройки компания не сможет жить без денег. Поэтому деньги надо делать или сохранять любой ценой.

Трансформация инвестиционной и финансовой деятельности. Общепринято считать, что в период кризиса инвестиционная дея-

тельность должна сократиться. Реальная практика доказывает это, судя по многочисленным сообщениям о приостановке или прекращению строительства новых производственных объектов, отмене ранее принятых решений об инвестировании средств. Сокращение инвестиционной деятельности происходит вследствие того, что 1) банально не хватает средств, 2) неясны перспективы новых инвестиционных проектов.

В условиях кризиса следует пересмотреть используемые процедуры и технологии проведения самой инвестиционной деятельности. Важная для бизнеса задача инвестиционного развития решается за счет аутсорсинга (перепоручается консалтинговой компании).

Итак, кризис – это не только угроза существованию компании, но и новые возможности для будущего ее процветания. Любой кризис, тем более глобальный, чреват не только широким набором рисков, но часто и не менее широким набором возможностей. Очень важно не только нейтрализовать угрозы, но и выявлять и развивать основы будущего успеха.

Литература

1 Савчука, В. П. Стратегия + Финансы: уроки принятия бизнес-решений для руководителей / В. П. Савчука. – М.: Companion Group, 2009. – 252 с.

2 Айвазян, З. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти [Электронный ресурс] / З. Айвазян, В. Кириченко. – Режим доступа : http://arbitration.narod.ru/Economic_articles.html#article, свободный.

Буланова С.Б.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

КОНЦЕПЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Промышленное производство объективно является основным источником создания ВВП, товарной массы для внутреннего потребления и экспорта. На данный момент самостоятельное оживление промышленности в России затруднено. Система государственного регулирования перестраивается от прямого управления к рыночным механизмам, создающим условия для самонастраиваемости производственно-реализационных процессов. Основной функцией Министерства промышленности и торговли РФ является переход к рыночным методам регулирования, которые могут быть эффективно использованы при соответствующей им маркетинговой концепции развития промышленности.

Экономически развитая страна должна производить несколько больше, чем она потребляет, материальных благ, в том числе услуг (с учетом внешнего товарообмена), обеспечивать эффективный сбыт произведенного продукта. Исходя из этого маркетинг в промышленной политике приобретает первостепенное значение. Анализ "спроса и предложения", который в большей степени отражает рыночную конкуренцию, формирует и направления государственной промышленной политики. В период кризиса именно государственное регулирование выступает инструментом поддержки рыночных отношений, тем не менее направления развития промышленности формируются под воздействием спроса.

С экономической точки зрения в основе промышленной политики России должны лежать следующие положения:

удовлетворение производственных и непроизводственных потребностей России в промышленной продукции и услугах;

максимизация экономических результатов функционирования промышленности с позиции формирования государственного бюджета путем увеличения налогооблагаемой базы, доходов от эксплуатации государственного имущества и т.д.;

активизация внешнеэкономических связей, обеспечение превышения вывоза (экспорта) над ввозом (импортом), создание положительного сальдо внешнеторговой деятельности в сфере обрабатывающей промышленности;

социальная направленность развития промышленности, сохранение и увеличение занятости населения, обеспечение роста покупательной способности, объемов потребления;

экономия природных ресурсов и улучшение экологической ситуации.

Совокупным результатом этой политики является повышение (для мировой практики – стабильное) рыночной эффективности промышленного комплекса, заключающейся в увеличении *реализации* промышленных товаров на внутреннем и внешних рынках. Таким образом, эффективность промышленного производства зависит от структуры производимых товаров и может быть достигнута только на основе эффективной товарной специализации промышленности, *соответствующей потребностям рынков и созданной технологической базе.*

Уровень требований к конкурентоспособности, потребительским свойствам и ценам товаров зависит от характера рынка. Поэтому все товары подразделяются на следующие группы:

конкурентоспособные на мировом рынке;

конкурентоспособные на рынке СНГ;

обеспечивающие внутренние потребности страны, по качеству незначительно уступающие мировому уровню, которому могут соответствовать после модернизации производства;

внутреннего регионального массового потребления и нетранспортабельные.

Производство товаров, неконкурентоспособных на любом рынке, должно быть прекращено. Удовлетворение потребностей в этих товарах следует осуществлять за счет импорта, удельный вес которого не должен превосходить некоторое пороговое значение. При несоблюдении этого условия может быть нарушена экономическая безопасность страны. Например, импорт продовольствия

допускается в размере не более 10-15% общих объемов потребления.

Конкурентоспособность товаров проявляется при выходе на каждый рынок с продукцией приемлемого для него качества, цена которой стимулирует увеличение спроса, ассортимента и объемов, необходимых потребителям.

В современных экономических условиях российские предприятия самостоятельно выходят на рынок. Вместе с тем правительство должно регулировать производство и реализацию товаров экономическими методами (через государственный заказ, инвестиции, налоговые льготы и т.д.), исходя из требований максимизации социально-экономических результатов, выражающихся в удовлетворении производственных и непроизводственных потребностей общества, эффективном экспорте, наполнении государственного бюджета за счет налоговых отчислений и прибыли от функционирования государственной собственности.

Габдрахманова Л.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

СПОСОБЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ОАО «НИЖНЕКАМСКИНА»

В современных реалиях жесткой конкурентной борьбы качество становится критическим фактором. Качество производимой продукции крайне важно, но еще более важную роль играет качество работы с внешними контрагентами – поставщиками, партнерами и покупателями продукции. А качественная работа с внешними контрагентами невозможна без комплексной защиты передающейся в процессе работы информации. В то же самое время способность химической или нефтехимической компании эффективно защитить интеллектуальную собственность работает как на акционеров, так и на клиентов компании. Как результат, безопасность процесса разработки с лихвой окупается притоком новых

клиентов, более высокой маржой и улучшением корпоративного имиджа. В конечном счете, растет и общая стоимость предприятия [1, с. 3].

Система менеджмента качества (СМК) охватывает всю деятельность, влияющую на обеспечение качества шин и направлена прежде всего на предупреждение несоответствий по качеству продукции.

Система менеджмента качества впервые сертифицирована на соответствие требованиям Международного стандарта ИСО 9001 в 2001 году. В 2008 году завершилась подготовка СМК к сертификации на соответствие ИСО/ТУ 16949:2002, регламентирующего требования к СМК для поставщиков автомобильных заводов. Данная задача была поставлена Советом Безопасности при Президенте Республики Татарстан решением №29 от 04.06.07 года и проводилась в соответствии с требованиями потребителей-автозаводов, Политикой и Целями в области качества ОАО «Нижнекамскшина». В феврале 2008 года СМК ОАО «Нижнекамскшина» успешно прошло сертификацию по ИСО/ТУ 16949:2002 и его отечественному аналогу ГОСТ Р 51814.1-2004.

В настоящее время соответствие СМК международным и государственным стандартам подтверждено следующими сертификатами:

Обозначение стандарта на СМК	№ сертификата	Сертификационный орган	Срок действия
ИСО 9001:2000	28292/А/0001/УК/Ру	URS (Великобритания)	до 11.12.2010 г.
ИСО/ТУ 16949:2002	28292/В/0001/SM/Ру		до 13.03.2011 г.
ГОСТ Р 51814.1-2004	№08.170.026	Русский Регистр (Санкт-Петербург, Россия)	до 12.03.2011 г.
ИСО 9001:2000	№08.169.026		
		Ру-08.169.026	IQNet

Это позволило ОАО «Нижнекамскшина» не только выполнить контрактные требования автозаводов, решение Совета Безопасности при Президенте Республики Татарстан, но и заинтересовать потенциальных потребителей, таких, как «Соллерс-Елабуга», «Джи-Эм», «Фольксваген», и другие всемирно известные компа-

нии, открывающие новые автопроизводства на территории России [2, с. 36].

Работоспособность СМК подтверждена аудитами потенциальных потребителей, что увеличивает шансы ОАО «Нижекамскшина» стать их реальными поставщиками. По итогам данных аудитов получены высокие оценки, позволяющие перейти к последующим этапам работы: испытанию шин у потребителя. По шинам 205/75K16С НК-131 и 205/70K15С НК-131 получено официальное одобрение от «Соллерс-Елабуга» для производства и поставки на автозавод.

В 2007 году работы по системе менеджмента качества (СМК) проводились в двух направлениях:

- поддержание действующей СМК в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО 9001:2000.
- совершенствование СМК в соответствии с требованиями ИСО./ТУ 16949:2002 «Системы менеджмента качества. Особые требования по применению стандарта ИСО 9001 2000 для организаций – производителей серийных и запасных частей для автомобильной промышленности» – по требованиям автомобильных заводов.

Соответствие СМК международному стандарту ИСО 9001:2000 подтверждено аудиторами «Интерсер-тифика ТЮФ совместно с ТЮФ Тюринген» и сертификационным органом URS Великобритании, по результатам которого выдан сертификат по ИСО 9001:2000 № 28292/A/0001/UK/RU со сроком действия до 11 декабря 2010 года.

Работоспособность и результативность СМК подтвердил анализ выполнения показателей за 2007 год:

1. Цели в области качества на 2007 год выполнены.
2. Удовлетворенность потребителей по комплексной оценке составила 99 баллов из 100 возможных, что соответствует оценке - ПОТРЕБИТЕЛЬ ВОСХИЩЕН».

Улучшились следующие показатели удовлетворенности:

- по автозаводам (осуществлен переход с 5-ти на 10-ти балльную шкалу оценки);
- возросли в сравнении с 1 полугодием средние оценки удовлетворенности по всем оцениваемым при анкетировании показате-

лям; средняя оценка удовлетворенности составила: за 1-ое полугодие – 8, за 2-ое полугодие-8,5 баллов из возможных;

- увеличилось количество комплектующих автозаводов с 13 до 21;

- отсутствуют претензии и экономические санкции за невыполнение графика поставки по вине Компании и извещения о недостаточном качестве (PRR);

- уровень PPM продукции не превышает нормы, установленные в договорах поставки, и составил:

 - по ОАО "АвтоВАЗ" – 0 при норме – не более 50;

 - по ОАО «КамАЗ» – 264; по ОАО «УралАЗ» – 208 при норме – не более 500;

- получены оценки от ОАО «АвтоВАЗ» и ОАО «КамАЗ» – «Отличный поставщик», от ОАО «УралАЗ» – «Надежный поставщик»;

 - по дилерской сети;

- степень удовлетворенности составила по полугодиям 7,1 и 7,3 балла из 10 возможных (осуществлен переход с 5-ти на 10-ти бальную шкалу оценки): возросли в сравнении с 1 полугодием средние оценки удовлетворенности по всем оцениваемым при анкетировании показателям;

- по предприятиям, проводящим эксплуатационные испытания шин:

 - удовлетворенность выросла с 4,6 до 4,7 баллов (из 5 возможных).

3. Уровень окончательного брака снижен с 0,17% (2006г.) до 0,15% (2007г.).

4. Уровень рекламаций снижен с 0,0048% (2006г.) до 0,0041% (2007г.) [3, с. 35].

Для выполнения требований потребителей продолжалась работа по «Программе совершенствования СМК по ИСО/ТУ 16949:2002». Проведен предварительный аудит по ИСО/ТУ 16949:2002, по результатам которого сделаны выводы о готовности Компании к сертификации.

Самая высокая оценка за 2008 год – «Отличный поставщик» - получена от компаний «АвтоВАЗ» и «КамАЗ».

В 2008 году ОАО «Нижнекамскшина» приступило к внедрению производственной системы «Бережливое производство», что

должно обеспечить оптимизацию производственных ресурсов, снижение непроизводительных затрат и, в конечном счете, повышение конкурентоспособности продукции.

С целью развития творческой активности персонала «Нижнекамскшина», организации системной работы по инициативным предложениям разработано и введено в действие Положение о стимулировании работников ОАО «Нижнекамскшина» за внесение предложений, направленных на повышение эффективности производства.

Литература

1 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://perimetrix.ru/content/view/94/197>, свободный.

2 Социальный отчет / Отчет по устойчивому развитию ОАО «Нижнекамскшина» за 2008 год

3 Социальный отчет / Отчет по устойчивому развитию ОАО «Нижнекамскшина» за 2007 год

Гайнутдинова М.Г.,
студентка

Нижнекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижнекамский химико-технологический институт КГТУ

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Деятельность любого предприятия осуществляется сегодня в условиях достаточно жесткой конкуренции и нестабильной внешней среды. Умение при таком управленческом "фоне" не просто "удержаться в седле", а "оседлать" поток проблем, обрушивающихся на руководителя, требует от него немалого управленческого мастерства.

Управление – это направленное со стороны управляющего органа воздействие на объект управления с целью получения установленного результата, согласования и корректировки действий исполнителей. Оно включает предвидение, планирование, организацию, контроль и регулирование процессов исполнения работ.

Современное производственное предприятие представляет собой сложный комплекс, динамизм и слаженность работы которого обеспечиваются механизмом управления, устанавливающим внутренние связи и учитывающим деятельность всех звеньев и работников предприятия – от рабочего до директора.

Управление, в строгом смысле слова, есть воздействие на работников с целью достижения целей, стоящих перед предприятием и его членами. Оно базируется, с одной стороны, на многих областях знаний, таких, как экономика и политология, социология и психология, инженерные дисциплины, статистика, а с другой – на непосредственном обобщении опыта управления различными предприятиями, организациями и компаниями в ходе длительной истории развития человеческой деятельности.

Система управления включает следующие компоненты:

- принципы и задачи управления;
- организационную структуру органов управления и его персонала;
- экономические и юридические методы и ограничения;
- информацию и технические средства ее обработки.

Управление предприятием состоит из ряда функциональных подсистем. Ими являются:

- стратегическое и текущее управление (предприятием);
- планирование;
- управление персоналом;
- управление производством;
- управление маркетингом;
- управление финансами;
- управление инвестициями [1].

Главной задачей управления является обеспечение роста эффективности производства на основе постоянного совершенствования технического уровня, форм и методов управления, повышение производительности труда как важнейших условий получения и наращивания доходов предприятия.

К общим функциям управления относятся:

- планирование – это формирование цели управления, выбор путей и методов достижения этой цели;
- организация – это создание оптимальной структуры управления. Руководитель подбирает работников для конкретной работы,

делегируя им задания или полномочия, или право использовать ресурсы предприятия;

- мотивация (активизация) – это совокупность методов, стимулирующих работников к наиболее эффективной работе;

- контроль и учет – это система регулирования деятельности работников по выполнению работы определенного количества и качества [2].

Организационная структура фирмы предназначена, прежде всего, для установления четких взаимосвязей между подразделениями фирмы, распределения между ними прав и ответственности. Организационная структура фирмы определяет ее состав и систему подчинения в общей иерархии фирмы. Укрупненная структура многих фирм может быть представлена в виде двухуровневой системы. На верхнем уровне находится центр (материнская компания), а на нижнем уровне – подразделения фирмы (дочерние компании).

Материнские компании бывают двух типов.

Материнская оперативно-производственная компания сама занимается хозяйственной деятельностью, и в этом случае централизованное управление охватывает все стороны производственного процесса, начиная с разработки новой продукции и кончая ее реализацией.

Материнская холдинговая компания сама не занимается производственной деятельностью, а лишь концентрирует у себя контрольные пакеты акций производственных компаний, которые обладают юридической и хозяйственной самостоятельностью, но подчиняются холдингу в финансовом отношении. Она осуществляет управление преимущественно методами финансового воздействия, устанавливая для каждой родственной фирмы основные финансовые показатели.

Дочерние компании являются юридическими самостоятельными. Заключение сделок и вся документация дочерних компаний (составление балансов) ведутся отдельно от материнской компании. Они имеют достаточную финансовую базу и имущество, необходимое для осуществления самостоятельной хозяйственной деятельности. Дочерние компании проводят раздельно с головной компанией заседания правления и общие заседания акционеров.

Анализ организационных структур многих фирм показывает, что большое количество различных фирм имеют сходную внутреннюю структуру взаимодействия входящих в них подразделений. При этом подразделения – исполнители могут быть как независимы друг от друга, так и иметь горизонтальные связи.

Линейная организация управления – распределение должностных обязанностей осуществлено так, чтобы каждый работник был максимально нацелен на выполнение производственных задач фирмы, все полномочия идут от высшего звена фирмы к низшему. Преимущества: четко реализуется распределение обязанностей и полномочий, простота в управлении. Недостатки: негибкость, неприспособленность к дальнейшему развитию. Хорошо работает в небольших фирмах при высоком профессионализме и авторитете руководителя, а также большой заинтересованности подчиненных в успешной работе фирмы.

Линейно-функциональная структура управления нашла применение в сравнительно небольших фирмах с явно выраженным разделением труда, представляющих ограниченный ассортимент товаров и услуг, или как основа в отделениях больших, многономенклатурных фирмах. Это наиболее распространенная структура управления. Здесь линейное управление подкреплено специальными вспомогательными (функциональными) службами. Главное преимущество линейно функциональной структуры – ее эффективность. Основной недостаток линейно функциональной структуры состоит в том, что цели фирмы могут быть проигнорированы ради целей структурного подразделения, поскольку специалисты, работающие вместе в одном подразделении, замыкаются в сфере своих взаимных интересов.

Матричная структура управления предусматривает создание двух ветвей связей подчинения:

- административная связь – подчинение непосредственному руководителю;

- функциональная связь – подчинение специалистам, обеспечивающим руководство выполнением работ, которые могут и не находиться в подчинении того же руководителя.

Матричная структура управления направлена на максимальное усиление преимуществ и сведение к минимуму недостатков линейной и линейно-функциональной структур управления. Исполь-

зование матричной структуры позволяет достичь желаемого баланса накладыванием вертикальной структуры на горизонтальную структуру власти.

Литература

1 Волков, О. И. Экономика предприятия / О. И. Волков, В. К. Скляренко. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 280 с.

2 Щепкин, А. В. Внутрифирменное управление (модели и методы) / А. В. Щепкин. – М. : ИПУ РАН, 2010. – 80 с.

Галимова А.Р.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

**ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ БАНКОВСКОЙ СТАВКИ НА
СИСТЕМУ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В
РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

В России рынок ипотечного жилищного кредитования только зарождается. Тем не менее система ипотечного кредитования занимает уникальное положение в национальной экономике. Во-первых, в настоящее время ипотечное кредитование в большинстве экономически развитых стран не только является основной формой улучшения жилищных условий, но и оказывает существенное влияние на экономическую ситуацию в стране в целом. С другой стороны, система ипотечного кредитования представляет сегодня самый сложный механизм, состоящий из взаимосвязанных и взаимозависимых подсистем. Целью развития системы ипотечного кредитования является, с одной стороны, улучшение жилищных условий населения, а с другой, стимулирование спроса на рынке недвижимости и строительства. Кроме этого поддержка государством развития ипотечного кредитования является одной из основных предпосылок достижения реального экономического роста в стране. Особое место ипотечного кредитования в системе рыночной экономики определяется и тем, что оно является одним из самых проверенных в мировой практике и надежных способов

привлечения внебюджетных инвестиций в жилищную сферу [1, с. 7-9].

Ипотечный кредит – одна из составляющих ипотечной системы. При получении кредита на покупку недвижимого имущества сама приобретаемая недвижимость поступает в ипотеку (залог) банку как гарантия возврата кредита. Ипотека – это одна из форм залога, при которой закладываемое недвижимое имущество остается в собственности должника, а кредитор в случае невыполнения последним своего обязательства приобретает право получить удовлетворение за счет реализации данного имущества [2].

Кредит выдается на длительный срок (до 50 лет). Процентная ставка по ипотечному кредиту ниже, чем по другим видам кредитов. Заемщик ипотечного кредита должен иметь в наличии так называемый «первоначальный взнос» – часть стоимости недвижимости, приобретаемой без учета ипотечного кредита (хотя в некоторых банках это условие не обязательно). Размер первоначального взноса обычно влияет на процентную ставку кредита и варьируется от 0 % до 70 % стоимости ипотечной недвижимости. Банк выдвигает к заемщику ипотечного кредита ряд специальных требований: о подтверждении дохода, о наличии непрерывного стажа работы и пр. Обязательными участниками ипотечного кредитования являются страховые и оценочные компании, которые обеспечивают банку безопасность сделки. Погашение ипотечного кредита осуществляется обычно равными платежами – аннуитетами [3, с. 48]. Размер такого постоянного аннуитетного платежа (A) вычисляется по формуле:

$$A = \frac{S * p}{1 - (1 + p)^{-n}}, \text{ где } S - \text{ величина (тело) кредита, } p - \text{ величина}$$

процентной ставки за период (в долях), n – количество периодов.

Иная форма – дифференцированные платежи (когда тело кредита выплачивают равными долями, а процентные платежи меняются от максимума в начале, до минимума в конце); здесь размер первого платежа (A_1) таков:

$$A_1 = S * \left(p + \frac{1}{n} \right).$$

В условиях сложившегося кризиса зарубежные банки значительно повысили процентные ставки. Многие из этих банков вовсе перестали выдавать кредиты. Естественно, что этот кризис просто не мог не отразиться на рынке ипотечного кредитования в России. В данной ситуации российские банки начали пересмотр своих условий ипотечного кредитования, повысили процентные ставки, значительно ужесточили требования к заемщикам. Многие банки просто ушли с рынка ипотечного кредитования. Кроме того, причиной ужесточения условий российского ипотечного кредитования являются более строгие требования, которые установило к своим партнерам с 1 февраля 2008 года Агентство по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК). Согласно этим новым требованиям АИЖК, суммы свыше 1,5 млн. рублей начали выдаваться в долг лишь тем заемщикам, которые имели возможность осуществить первоначальный взнос в размере не менее 20% от общей суммы. К тому же, заемщик обязан был подтвердить размер своих доходов согласно форме 2-НДФЛ. В противных случаях с 15 мая нынешнего года АИЖК не рефинансировало кредиты. Конечно, такие жесткие требования способствовали значительному улучшению качества ипотечных портфелей.

Для привлечения клиентов банкам приходится разрабатывать новые интересные программы и предлагать всевозможные дополнительные услуги. Банки заключают соглашения с некоторыми агентствами недвижимости, а также брокерскими компаниями. Благодаря этому, клиентам банка соответствующими агентствами и компаниями предоставляется полный перечень услуг по ипотечному кредитованию.

С заемщиками ситуация сегодня достаточно сложная. Условия ипотеки для заемщиков стали довольно суровыми. Особенно это касается людей, занимающихся малым бизнесом. С точки зрения банков, малые компании обладают большим риском банкротства, поэтому получить им кредит довольно сложно. Из-за высокого первоначального взноса и низкого уровня доходов около 90% населения Татарстана не имеют возможность получить кредит. В сложившейся ситуации для большей части россиян при покупке жилья могла бы быть незаменима помощь правительства. Например, значительным толчком для развития рынка ипотечного кредитования могли бы быть соответствующие программы с под-

держкой властей, субсидирование первого взноса, снижение налогов для заемщиков и т. д. Конечно, на сегодняшний день бюджету это не под силу. Поэтому, к сожалению, пока заемщикам остается лишь надеяться на лояльность и уступчивость российских банков.

Что касается учетной ставки, ЦБ России уже трижды с начала года увеличивал на 0,25 пункта ставку рефинансирования. Если учесть, что представители федеральной власти неоднократно озвучивали позицию о необходимости ограничения кредитных ресурсов в экономике в целях борьбы с инфляцией, то следствием таких ограничений может стать дальнейший рост ставки рефинансирования Центрального Банка РФ предположительно до 11,5-12% годовых. Предвидя такие последствия, часть российских банков приостановила реализацию своих ипотечных программ или ужесточила условия ипотечного кредитования. Банки также идут в русле данных тенденций, повысив минимальные процентные ставки по ипотечным кредитам до 13-14% годовых. Таким образом, при отмене принципа фондирования и ограничения объема денежных средств для предоставления льготных жилищных займов, и уже в августе 2008 года ипотечное жилищное кредитование в некоторых банках было приостановлено [4].

Но несмотря на то что ипотека теряет доступность, кредит в банке – это порой единственная возможность купить квартиру. Будем надеяться, что высокие темпы строительства жилья, активность сделок на рынке недвижимости, в том числе с привлечением кредитных средств банков, позволит уверенно говорить о том, что спрос на ипотечное жилищное кредитование в Татарстане будет активно расти. Банки должны будут оптимизировать условия кредитования, внедрить новые привлекательные для заемщиков программы, ведь количество желающих решить свой квартирный вопрос со временем не уменьшится.

Литература

1 Ужегов, А. Н. Квартира в кредит: ипотечная сделка / А. Н. Ужегов. – СПб. : Питер, 2001. – с. 59.

2 Ипотека, ипотечный кредит [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org>, свободный.

3 Багаев, А. Н. Как приобрести жилье в кредит по ипотечным программам? / А. Н. Багаев, М.В. Багаева. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 160 с.

4 Корнев В. Ипотека: как было и что теперь? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.realto.ru>, свободный.

*Гатауллина Г.М.,
студентка*

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ СТАВКИ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ В РФ

Система государственного управления включает в себя конструирование системы базовых понятий и представлений, создает язык общения для всех, реализующих себя в системе государственного управления или проявляющих к ней интерес, осмысление теоретических и практических вопросов, связанных с сущностью и характером реформируемой системы государственного управления, ее социальными функциями, способами реализации реформ.

В условиях развития современной банковской системы особая роль принадлежит центральному банку как представителю первого яруса банковской системы. Центральный банк в настоящее время есть в каждой стране. Его возникновение в первую очередь было связано с монополизацией денежного обращения. Общий объем денежной массы на рынке зависит от центрального банка. Выступая как кредитор коммерческих банков он всегда имеет возможность увеличить или сократить денежную массу.

Денежно-кредитная политика – это проводимый правительством страны курс и осуществляемые меры в области денежного обращения и кредита, направленные на обеспечение устойчивого, эффективного функционирования экономики, поддержание в надлежащем состоянии денежной системы. Целями кредитно-денежной политики являются экономический рост, полная занятость, стабильность цен, устойчивый платежный баланс. Для достижения этих целей применяются такие инструменты денежно-кредитной политики как:

- а) лимиты кредитования;
- б) изменение нормы обязательных резервов;
- в) операции на открытом рынке;
- г) изменение ставки рефинансирования.

Государственное регулирование денежно-кредитной сферы может быть успешным лишь в том случае, если государство через Центральный банк способно воздействовать на масштабы и характер операций коммерческих банков. Методы этого воздействия разнообразны, наиболее распространенными из них являются:

- изменение ставки учетного процента или официальной ставки рефинансирования Центрального банка;
- изменение нормы обязательных резервов банков;
- операции на открытом рынке, то есть операции по купле-продаже векселей, государственных облигаций и других ценных бумаг;
- регламентация экономических нормативов для банков

Ведущим методом регулирования является учетная политика – изменение ставки учетного процента или официальной ставки рефинансирования Центрального банка.

Ставка, по которой центральный банк предоставляет ссуды коммерческим банкам и переучитывает их векселя, называется официальной ставкой рефинансирования.

С помощью ставки рефинансирования, центробанки всех государств, в том числе Федеральная резервная система США, Европейский центральный банк и ЦБ РФ, воздействуют на ставки по депозитам и кредитам, предоставляемым коммерческими банками своим клиентам (предприятиям и населению).

Ставка рефинансирования – это процентная ставка, по которой центральный банк предоставляет кредит коммерческим банкам с целью дать им возможность кредитовать предприятия, коммерческие фирмы, предпринимателей, использовать денежные средства для закупки государственных ценных бумаг и в иных целях.

Термин «рефинансирование» означает получение денежных средств кредитными учреждениями от Центрального банка. Центральный банк может выдавать кредиты коммерческим банкам, а также переучитывать ценные бумаги, находящиеся в их портфелях (как правило, векселя).

Методом денежно-кредитной политики центрального банка является учетная политика, согласно которой при изменении ставки учетного процента (ставки рефинансирования) коммерческие банки уменьшают или увеличивают объем учитываемых векселей, что сказывается на денежной массе. Путем снижения или увеличения базовой ставки ЦБ может усиливать или ослаблять заинтересованность коммерческих банков в получении дополнительных резервов путем заимствований у него. При снижении ставки снижается стоимость заемных денег, и, как следствие, растет объем корпоративных инвестиций и расходов населения, стимулируя рост ВВП. И, наоборот, повышение ставки сдерживает инвестиции и расходы, что замедляет рост экономики.

Изменение величины процентной ставки является одним из инструментов кредитно-денежной политики государства наряду с операциями на открытом и изменением величины нормы обязательного резервирования коммерческих банков в ЦБ. Операции на открытом рынке являются наиболее доступным и важным механизмом денежного контроля.

Резервные меры, как правило, применяются в качестве вспомогательного инструмента. Это связано как со сложностью их реализации, для которой необходимо одобрение ряда правительственных организаций, так и с тем, что эффект от подобных мер проявляется лишь спустя 3-6 месяцев после их непосредственной реализации, в то время как применение операций на открытом рынке сказывается на величине денежного предложения, а следовательно, на покупательной активности потребителей и инвестиционной активности корпораций практически без промедления. Однако эффективность – глубина влияния – от изменения процентной ставки и нормы резервирования значительно больше, чем от операций на открытом рынке.

В России контроль за величиной денежного предложения осуществляется в основном за счет интервенций ЦБ на валютном рынке и рынке государственных долговых обязательств, а также за счет выпуска или изъятия из обращения наличных денег. Такие инструменты кредитно-денежной политики, как ставка рефинансирования и норма резервирования, в России развиты слабо. Т.о., основной задачей Банка России является на данный момент создание действующей кредитно-денежной системы в стране.

Литература

- 1 Эдвин, Д. Д. Деньги, банки и денежно-кредитная политика.»
- 2 Общая теория денег и кредита : учебник / под ред. проф. Е. Ф. Жукова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ.
- 3 Кидуэлл, Д. С. Финансовые институты, рынки и деньги / Д. С. Кидуэлл [и др.]. – СПб. : Питер.
- 4 Роуз, П. С. Банковский менеджмент / П. С. Роуз. – М. : Дело.

Гимадиева А.И.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,
кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Денежный поток – это движение денежных средств в реальном времени, по сути, денежный поток это разность между суммами поступлений и выплат денежных средств компании за определенный период времени, как за этот промежуток берется финансовый год. В основе управления денежными потоками лежит концепция денежного кругооборота. Например, деньги конвертируются в запасы, дебиторскую задолженность и обратно в деньги, замыкая цикл движения оборотного капитала компании. Когда денежный поток уменьшается или перекрывается полностью, возникает явление неплатежеспособности. Недостаток денежных средств предприятие может ощутить даже в том случае, если формально оно остается прибыльным (например, нарушаются сроки платежей клиентами компании). Именно с этим связаны проблемы доходных, но неликвидных компаний, стоящих на грани банкротства [1]. Среди главных проблем российской экономики многие экономисты выделяют дефицит денежных средств на предприятиях для осуществления ими своей текущей и инвестиционной деятельности. Однако при ближайшем рассмотрении данной проблемы выясняется, что одной из причин этого дефицита является, как пра-

вило, низкая эффективность привлечения и использования денежных ресурсов, ограниченность применяемых при этом финансовых инструментов, технологий и механизмов [2].

Финансовые ресурсы, относящиеся к сфере распределения, являются важным элементом воспроизводства и составляют основу системы управления материальными и денежными потоками предприятия. Финансовые ресурсы предприятия находятся в постоянном движении, управление которым и осуществляется в рамках финансового менеджмента.

Управление денежными потоками является важным фактором ускорения оборота капитала предприятия. Это происходит за счет сокращения продолжительности операционного цикла, более экономного использования собственных и уменьшения потребности в заемных источниках денежных средств. Следовательно, эффективность работы предприятия полностью зависит от организации системы управления денежными потоками. Данная система создается для обеспечения выполнения краткосрочных и стратегических планов предприятия, сохранения платежеспособности и финансовой устойчивости, более рационального использования его активов и источников финансирования, а также минимизации затрат на финансирование хозяйственной деятельности.

Если объектом управления в данной системе выступают денежные потоки предприятия, связанные с осуществлением различных хозяйственных и финансовых операций, то субъектом управления является финансовая служба, состав и численность которой зависит от размера, структуры предприятия, количества операций, направлений деятельности и других факторов. К элементам системы управления денежными потоками, следует отнести финансовые методы и инструменты, нормативно-правовое, информационное и программное обеспечения.

Эффективное управление денежными потоками повышает степень финансовой и производственной гибкости компании.

Все факторы, влияющие на формирование денежных потоков, можно разделить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся: конъюнктура товарного и финансового рынков, система налогообложения предприятий, сложившаяся практика кредитования поставщиков и покупателей продукции, система осуществления расчетных операций хозяйствующих субъектов, доступность

внешних источников финансирования.

Среди внутренних факторов следует выделить стадию жизненного цикла, на которой находится предприятие, продолжительность операционного и производственного циклов, сезонность производства и реализации продукции, амортизационную политику предприятия, неотложность инвестиционных программ, личные качества и профессионализм руководящего звена предприятия.

Но главная роль в управлении денежными потоками отводится обеспечению их сбалансированности по видам, объемам, временным интервалам и другим существенным характеристикам.

Таким образом, управление денежными потоками – важнейший элемент финансовой политики предприятия, оно пронизывает всю систему управления предприятия. Важность и значение управления денежными потоками на предприятии трудно переоценить, поскольку от его качества и эффективности зависит не только устойчивость предприятия в конкретный период времени, но и способность к дальнейшему развитию, достижению финансового успеха на долгую перспективу.

Литература

1 Гаген, Г. Денежный поток / Г. Гаген // Финансовый Юрист. – 2009. – №2. – С. 3-5.

2 Гутова, А. В. Управление денежными потоками: теоретические аспекты / А. В. Гутова // Финансовый менеджмент. – 2008. – № 4. – С. 18-27.

*Гурьянова А.Г.,
студентка*

*Нижнекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,
кандидат экономических наук, доцент,
Нижнекамский химико-технологический институт КГТУ*

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В современных условиях хозяйствования качество продукции становится одним из самых важных показателей конкурентоспособности предприятия. Формирование долговременных конку-

рентных преимуществ предприятия невозможно без создания и внедрения системы всеобщего управления качеством, комплексно реализующей операции обеспечения, планирования и улучшения качества.

Проблема управления качеством выпускаемой продукции не обошла стороной и предприятия нефтехимической отрасли. Более того, постоянное увеличение объемов производства продуктов нефтехимии лишь обостряет конкурентную борьбу между нефтехимическими компаниями на международном и национальном рынках, причем качество выпускаемой продукции становится важнейшим конкурентным преимуществом. Эффективная система качества должна обеспечивать не только планомерный и систематический выпуск продукции высокого качества, но и постоянное совершенствование деятельности предприятий в соответствии со стратегическими целями их развития [1].

Процессы интеграции в современных условиях развития мирового сообщества необратимы, и решение проблем управления качеством является приоритетным направлением, которое способствует развитию добросовестной конкуренции между предпринимателями, внедрению инноваций, повышению уровня безопасности жизни, здоровья граждан. Особую актуальность управление качеством приобретает в преддверии вступления России в члены ВТО – Всемирной Торговой Организации.

В этих условиях таможенные пошлины, защищающие многие отечественные отрасли, будут снижены и поток импортных товаров, проникающих на отечественный рынок, существенно возрастет. Достойную конкуренцию импорту могут составить только качественные российские товары.

Поэтому совершенствовать систему управления качеством продукции нужно начинать уже сейчас, так как при вступлении в ВТО давление со стороны иностранных конкурентов может возрасти в разы и развиваться в такой ситуации будет гораздо труднее. Поэтому те компании, которые начали процесс совершенствования, основанный на управлении качеством, уже имеют преимущества перед конкурентами в борьбе за потребителя и более других чувствуют уверенность в завтрашнем дне.

Что же касается нефтехимической отрасли, то, проанализировав рынки, в особенности рынки высокотехнологичной нефтехимиче-

ской продукции, можно прийти к заключению, что в целом нефтехимическая отрасль динамично развивается. Кроме того, продукция нефтехимии находит применение практически во всех отраслях промышленности, транспорта, сельского хозяйства, в оборонном и топливно-энергетическом комплексе, в сфере услуг, торговле, науке и образовании[3]. Поэтому, вопрос управления качеством выпускаемой предприятиями отрасли продукции стоит особенно остро. Считаем важным отметить, что примерно 40% российской нефтехимической продукции экспортируется, при этом из страны вывозится преимущественно продукция низких переделов и ввозится продукция высоких переделов: химические волокна и нити, синтетические смолы и пластмассы и изделия из них. В отличие от экспорта номенклатура российского импорта многообразна, традиционно в ней преобладают товары с высокой добавленной стоимостью. А для большинства видов нефтехимической продукции Россия в состоянии конкурировать только за счет низких цен.

С приближением внутренних цен и тарифов на газ и электроэнергию к мировому уровню это преимущество будет утрачено. Продукция глубокой степени переработки не имеет запаса ценовой конкурентоспособности в связи со своим низким качеством из-за использования устаревших технологий с высоким расходом сырья и энергоресурсов и высокой степени износа основного технологического оборудования.

Общую ситуацию можно проиллюстрировать на примере полистирола. Спрос на высококачественные виды полистирола специального назначения (жаро-, механо-, кислотостойкого и с другими специальными свойствами) удовлетворяется за счет импорта. Качество традиционных отечественных сортов полистирола низкое, и российские потребители вынуждены от него отказываться, несмотря на низкие цены. Такая ситуация характерна для большинства продуктов в отрасли [4].

Поэтому считаем важным, чтобы управление качеством продукции предприятий нефтехимической отрасли носило комплексный характер, что является залогом улучшения качества выпускаемой продукции и снижения расходов на качество. Секрет выпуска предприятиями продукции требуемого качества и ассортимента кроется в тщательной разработке системы управления каче-

ством и программы затрат на обеспечение качества. Комплексность системы управления качеством заключается в учете всех видов затрат и экономии живого и овеществленного труда на всех стадиях жизненного цикла продукции – на стадии исследований, разработок и производственного освоения продукции, ее серийного или массового выпуска, реализации и использования ее потребителями [5].

Ярким примером эффективного внедрения, поддержания и развития системы менеджмента качества в нефтехимической отрасли является открытое акционерное общество «Нижнекамскнефтехим». Это предприятие поистине служит одним из образцов успешного управления качеством выпускаемой продукции для всей нефтехимической отрасли в целом.

В целях повышения качества продукции и обеспечения стабильной работы в рыночных условиях в ОАО "Нижнекамскнефтехим" ещё с 1999 года началась работа по сертификации СМК на соответствие требованиям международных стандартов. Внедрение СМК существенно повышает прибыльность и прозрачность предприятия – это упрощает привлечение инвестиций на модернизацию и развитие, уточняет ответственность и задачу каждого сотрудника, его значимость в работе на общий результат объединения. Наличие сертифицированной системы качества управления ОАО «Нижнекамскнефтехим» дает гарантию потребителям продукции и услуг, что все бизнес-процессы компании контролируются и управляемы, продукция, поставляемая на российский и зарубежные рынки, имеет качество, соответствующее требованиям международных стандартов. ОАО «Нижнекамскнефтехим» на протяжении 10 лет подтверждает, что система качества управления соответствует МС ИСО 9001 и постоянно совершенствуется. В 2004, 2007, 2009 годах СМК ОАО «НКНХ» была ресертифицирована с расширенной областью сертификации на соответствия требованиям международных стандартов ИСО 9001:2000, ИСО 2001:2008 [2].

Полагаем, что если бы каждое предприятие нефтехимической отрасли стремилось внедрять и развивать новые подходы в области управления качеством выпускаемой продукции, как это делало и делает ОАО «Нижнекамскнефтехим», то мы бы не только смогли достойно выдержать конкуренцию, но и извлечь из этого значи-

тельную прибыль. Также считаем, что для более эффективного управления качеством продукции предприятий любой отрасли, в том числе нефтехимической, необходимо выполнение следующих условий:

- каждое предприятие отрасли должно осуществлять комплекс мер по обучению руководителей и специалистов всех уровней современным методам обеспечения качества на производстве, овладению наукой менеджмента качества. Отсутствие квалифицированных менеджеров по качеству сегодня одна из больших проблем на многих предприятиях нефтехимической отрасли;

- необходимо сформировать не только на государственном уровне, но и на уровне субъектов Российской Федерации базы данных о законодательных и нормативных требованиях к продукции в стране и за рубежом и обеспечить доступ к ним всем предприятиям и организациям (на коммерческой или некоммерческой основе);

- необходимо на уровне регионов возродить систему сбора и систематизации информации о передовом опыте российских предприятий в области управления качеством, наладить регулярный обмен таким опытом;

- следовало бы для стимулирования работ по внедрению систем качества на малых предприятиях изыскать в регионах средства для компенсации части расходов на эти цели;

- в пропаганде идей качества, передового опыта в области системного управления качеством должны участвовать все региональные, государственные, муниципальные и частные средства массовой информации. Нельзя совершенствовать то, чего еще нет. Сначала формирование культуры качества – и только затем ее совершенствование.

Невыполнение хотя бы одного из этих условий делает, на мой взгляд, невозможным получение максимальной эффективности и отдачи от управления качеством выпускаемой продукции. В заключение хотелось бы отметить, что построение эффективной системы качества – процедура ответственная и требует затрат времени. Поэтому думать о совершенствовании системы управления качеством продукции как нефтехимической, так и продукции других отраслей необходимо уже сейчас.

Полагаем, что преимущества использования систем управления качеством продукции предприятий нефтехимической отрасли являются вполне реальными, но автоматически эти преимущества не распространяются на каждое предприятие, а проявятся лишь при условии наступательной стратегии самого предприятия при активной поддержке государственных учреждений в сфере управления качеством. Нельзя допустить захвата иностранным капиталом ключевых позиций в стратегически важных сегментах российского рынка нефтехимии.

Литература

1 Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru>-, свободный.

2 Официальный сайт ОАО «Нижнекамскнефтехим» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.nknh.ru-, свободный.

3 Артемов, А. В. Анализ стратегии развития нефтехимии до 2015 года / А. В. Артёмов, А. В. Брыкин, М. Н. Иванов, О. В. Шеляков, В. А. Шумаев. // Рос. хим. ж. (Ж. Рос. хим. об-ва им. Д.И. Менделеева). – 2008. – №4. – С. 4-14

4 II Московский международный химический саммит // Рос. хим. ж. (Ж. Рос. хим. об-ва им. Д.И. Менделеева). – 2005. – №5. – С. 18-31.

5 VI Московский международный химический саммит // Рос. хим. ж. (Ж. Рос. хим. об-ва им. Д.И. Менделеева). – 2009. – №4. – С. 20-23.

Ибрагимова Э.В.,

студентка

Нижнекамского химико-технологического института КГТУ;

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижнекамский химико-технологический институт КГТУ

**УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКОЙ
ОАО «НИЖНЕКАМСКИНА»**

В настоящее время ОАО «Нижнекамскшина» занимает лидирующее положение в шинной отрасли России. Данное предпри-

ятие не только увеличивает объемы производства, проводит модернизацию и реконструкцию мощностей, повышает качество продукции, но и уделяет большое внимание сбытовой деятельности.

В 1998 году отдел сбыта и отдел продаж были объединены в службу Управления реализации, которое является структурным подразделением ОАО «Нижекамскшина» и подчиняется заместителю генерального директора по производству; возглавляется начальником управления реализации. В структуру отдела реализации входит также отдел маркетинга и отдел отгрузок.

В настоящее время перед Управлением реализацией поставлены следующие задачи:

- обеспечение выполнения планов поставки продукции в срок и по номенклатуре в соответствии с договорами Комиссии, контроль за поставкой продукции структурными единицами;
- организация рекламы и стимулирование сбыта продукции;
- обеспечение требований потребителей специалистами ОАО «Нижекамскшина» до принятия обязательств поставки по контрактам на комплектацию и экспорт;
- обеспечение сбора и обработки информации об удовлетворенности потребителей [1, с. 3].

Для решения поставленных задач Управление реализацией осуществляет следующие функции:

1. Обеспечение деятельности предприятия по сбыту продукции;
2. Сбор, систематизация информации по сбыту продукции;
3. Создание информационно-статистического банка данных, включая данные по заявкам на поставку продукции, производство, отгрузку;
4. Анализ состояния сбыта продукции, выявление продукции, не имеющей достаточного сбыта;
5. Участие совместно с экономическим управлением, конструкторским и техническими отделами в определении себестоимости выпускаемой продукции;
6. Участие в формировании годовых, квартальных и месячных номенклатурных планов производства и сдачи готовой продукции для обеспечения поставок в сроки и по номенклатуре в со-

ответствии с прогнозом продаж Торгового дома «Кама»;

7. Контроль за выполнением годовых, квартальных и месячных планов поставок продукции и учет по номенклатуре в разрезе типов договоров (комплектация, экспорт, вторичный рынок);

8. Подготовка актов приема-передачи продукции на комиссию Торговому дому «Кама»;

9. Подготовка справок о планируемой и фактической отгрузке продукции;

10. Подготовка еженедельных рапортов руководству об отгрузке продукции на внутренний рынок, экспорт, комплектацию, а также оперативной и статистической отчетности о выполнении планов отгрузок;

11. Разработка стратегии рекламы по каждому изделию и плана проведения рекламных мероприятий;

12. Организация рекламы при помощи СМИ, наружной, световой, электронной рекламы, рекламы на транспорте;

13. Организация участия предприятия во всероссийских и региональных отраслевых выставках и ярмарках с показом продукции в действии, демонстрацией преимуществ продукции в работе и диапазона возможностей их использования;

14. Разработка предложений по формированию фирменного стиля, организация рекламы с помощью фирменных изделий и др. [1, с. 3-4].

На основании исследований, проводимых управлением маркетинга, определяются главные рынки сбыта для нижекамских шин, проводится анализ этих рынков и подготавливаются предложения о сотрудничестве с заинтересованными партнерами. В результате проведенных переговоров ОАО «Нижекамскшина» комплектует практически все регионы Российской Федерации, а также страны СНГ, Прибалтики и дальнего зарубежья.

План продаж на рынке выделяет следующие направления:

- комплектация (крупные автозаводы);
- вторичный рынок России и СНГ;
- экспорт в дальнее зарубежье.

Таблица 1 – Объемы и структура реализации продукции по направлениям отгрузки за 2000-2008 года.

Направления	количество, тыс. шт		структура, %	
	2008	2009	2008	2009
отгружено шин, всего	11877	10077,6	100	100
Комплектация	3283	5699,6	29	20
Вторичный рынок	6015	2011,8	53	56,5
Экспорт	1983	2366,2	18	23,5

За 2009 год выпущено 9 432 8 тыс. шин, в том числе по группам шин:

- грузовых – 3 070.3 тыс. штук;
- легковых - 6 161,0 тыс. штук;
- сельскохозяйственных -185 9 тыс. штук.

Доля легковых и легкогрузсвых шин типа «КАМА-EURO» в общем выпуске шин составила 21,5 %. За 2009 год отгружено 10077,6 тыс. шин, что на 1 203.4 тыс. шин (10,7%) меньше, чем за 2008 год.

ОАО «Нижекамскшина» являемся основным поставщиком шин для крупнейших российских производителей «АвтоВАЗ» и ОАО «КамАЗ» предприятие также комплектует шинами ОАО«НефАЗ», ОАО «Автозавод «Урал», СП «ДжиЭм Авто-ВАЗ», ООО «ТагАЗ», ОАО «ИжАвто», ООО «Фрегат» (УАЗ), ОАО «ПАЗ» и др.

Всего на автозаводы России для комплектации автомобилей за 2009 год сгружено 2011,8 тыс. шин на общую сумму 2 776,5 млн. руб. В сравнении с 2008 годом количество шин поставленных на комплектацию, уменьшилось на 1271,3 тыс. шин (38,7%).

Объем поставок легковых шин уменьшился на 1062,0 тыс. шт., в основном на ОАО «АвтоВАЗ». Объем поставок грузовых шин уменьшился на 209,2 тыс. шт.; на ОАО «КамАЗ» (по сравнению с 2008 годом уменьшился на 95,0%).

На вторичный рынок (для автотранспорта, находящегося в эксплуатации) за 2009 год сгружено шин в количестве 5699,6 тыс. шт., что составило 56,5% от общего объема продаж.

Снижение поставок за 2009 год произошёл из-за влияния экономического спада в промышленности и снижения платежеспо-

собного спроса на автошины, увеличились тарифы на энергоресурсы.

На основании договоров комиссии функции по реализации готовой продукции предприятия осуществляет Торговый дом «Кама». Торговый дом обладает эксклюзивным правом на продажу шин, которые производит ОАО «Нижекамскшина». Торговый дом «Кама» сконцентрировал свои усилия на участии в комплектации российских автозаводов и продвижении шин «Кама» на внутреннем рынке страны, рынках дальнего и ближнего зарубежья. Существующая сбытовая структура в регионах состоит из двух дочерних, шести зависимых, около десятка официальных представителей (крупных дилеров) и реализует всю производимую заводом продукцию. Данная структура сформировалась на основе закрепления территорий за особо успешными крупными оптовиками с привлечением их к созданию дочернего или зависимого предприятия. К преимуществам Торгового дома перед шинным заводом, помимо квалифицированного торгового персонала, хорошо ориентирующегося в конъюнктуре рынка, относится наличие складов большой вместимости в различных регионах страны и транспортных средств. [2]

При анализе сбытовой деятельности ОАО «Нижекамскшина» было выявлено, что предприятие использует процессный подход в управлении сбытом. Процесс сбыта в ОАО «Нижекамскшина» включает в себя три основные стадии: планирование сбыта, непосредственно организация сбыта и контроль сбыта.

На предприятии ОАО «Нижекамскшина» наблюдаются некоторые проблемы продвижения сбыта продукции, такие, как недостаточная управляемость структуры, отсутствие единой рекламы шин и бренда, отсутствие полноценного контроля над процессом реализации шин на местах и др.

В условиях рынка только руководство предприятия решает, сколько истратить на продвижение своей продукции на рынок. В любом случае эффективность затрат предприятия на маркетинговые исследования, рекламу и сбыт своей продукции, прежде всего, зависит от надежности прогноза сбыта

Литература

1 Положение ОАО «Нижекамскшина» «Об Управлении реализации»

2 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://www.shinaka.ru>, свободный.

Исакова В.В.,
студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

РАЗВИТИЕ ДВИЖЕНИЯ РЫНКА КАПИТАЛА В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

В период 1997-1998 годы в экономике страны произошли значительные изменения, эти изменения отражаются в движении капитала. Движение капитала этого периода характеризуется таким понятием, как бегство капитала, которое оказало отрицательное воздействие на развитие экономики.

Бегство капитала – это нормальное явление оживляющее экономику страны, но в таких размерах, как в России в конце 90-х годов, оно уже отрицательно сказывается на развитии экономики в целом. Объемы инвестиций продолжали снижаться опережающими темпами.

Экономический кризис сказался на дальнейшем экономическом развитии страны. Среди важнейших экономических показателей финансового кризиса в России можно выделить следующие:

– Снижение доверия как внешних, так и внутренних инвесторов к Правительству, Центральному банку и Министерству финансов России означает утрату возможностей занимать деньги как на внешних, так и на внутренних рынках, а также отток зарубежных инвестиций и, как следствие, дальнейшее отдаление перспектив экономического роста.

– Закрытие как внешних, так и внутренних источников финансирования дефицита государственного бюджета означает в сложившейся ситуации переход к инфляционному характеру финансирования и возвращение к практике кредитования Центробанком Правительства России. Это, в свою очередь, повысит темпы роста

денежной массы и неизбежно скажется на росте потребительских цен и общем ослаблении жесткости денежно-кредитной политики.

– Кризис отечественного банковского сектора, происходящий не только из-за потерь на финансовых рынках, но и из-за самого факта ликвидации основного источника и взаимосвязанных источников получения доходов – рынка ГКО-ОФЗ, приведет к обострению кризиса неплатежей.

– Обвал на российском рынке акций, отразивший реальную привлекательность портфельных инвестиций в российский корпоративный сектор, приведет к дальнейшему снижению возможностей российских предприятий по привлечению финансирования.

Эти последствия не могли не повлиять на движение капитала. Также хотелось бы отметить резкое снижение уровня жизни населения, которые перестали вкладывать деньги. Финансовый капитал лишился достаточно стационарного источника «вливания». Финансовый кризис повлиял на отношения с зарубежными экономическими партнерами. Таким образом, анализируя движение капитала, можно проследить изменение экономической ситуации.

Под реформированием банковского сектора понимается комплекс мер, последовательно осуществляемых законодательной и исполнительной властью с целью формирования развитого банковского сектора, соответствующего международным представлениям о современном банковском бизнесе, направленного на удовлетворение потребностей клиентов в качественных банковских услугах и содействующего экономическому развитию России. Реформирование банковского сектора является важным компонентом развития финансового сектора и рыночных основ функционирования экономики страны.

Усилиями органов исполнительной и законодательной власти были преодолены кризис системы платежей и системный банковский кризис, созданы законодательные и организационные основы реструктуризации кредитных.

В результате в России функционирует рыночно ориентированный, хотя и недостаточно развитый, банковский сектор.

Начало качественно нового этапа реформирования банковского сектора в 2001 году можно охарактеризовать полным завершением вывода с рынка кредитных организаций, имевших признаки бан-

кротства. Основными целями дальнейшего реформирования банковского сектора являются:

- укрепление устойчивости банковского сектора, исключающее возможность возникновения системных банковских кризисов;
- повышение качества осуществления банковским сектором функций по аккумулированию денежных средств населения и предприятий и их трансформации в кредиты и инвестиции;
- укрепление доверия к российскому банковскому сектору со стороны инвесторов (в том числе иностранных) и вкладчиков, в первую очередь населения;
- усиление защиты интересов вкладчиков и других кредиторов банков;
- предотвращение использования кредитных организаций для целей недобросовестной коммерческой деятельности.

Основным результатом реформирования банковского сектора должно явиться существенное повышение его надежности.

Факторы, препятствующие развитию банковской деятельности, могут быть разделены на внешние по отношению к банковскому сектору и внутренние.

К числу внешних факторов относятся: невысокие темпы структурных преобразований в экономике, низкая ликвидность, недостаточная капитализация, слабая достоверность отчетности многих отечественных предприятий и недостаточная транспарентность большинства из них, низкий уровень монетизации экономики, слабость законодательной защиты прав кредиторов.

К числу внутренних факторов можно отнести низкое качество управления во многих кредитных организациях, включая недостаточную эффективность систем управления рисками и внутреннего контроля, нетранспарентную структуру собственности, слабое развитие современных банковских технологий.

Недостаточное развитие банковской деятельности ограничивают, главным образом, высокие риски.

Серьезным фактором повышения стабильности финансового сектора и экономики страны в целом является совершенствование действующей платежной системы России, включая проведение мероприятий по расширению безналичных расчетов, внедрение современных технологий и методов передачи платежной инфор-

мации, обеспечение эффективного и надежного обслуживания всех участников расчетов.

Фактором повышения качества корпоративного управления в кредитных организациях является более активное проведение надзорным органом оценок качества систем внутрибанковского управления и внутреннего контроля при определении состояния и перспектив деятельности кредитных организаций.

Факторы нестабильности на валютном рынке: взаимосвязь с банковским кризисом показателей, характеризующих текущую или потенциальную стоимость валюты. При этом движение валютного курса может происходить как в сторону уменьшения стоимости валюты, так и укрепления, кроме того, понятие “нестабильность” относится и к случаям, когда органы денежно-кредитного регулирования смогли защитить курс валюты от спекулятивного давления путем осуществления интервенций на внутреннем валютном рынке или повышения внутренней процентной ставки.

Нестабильность на валютном рынке может обуславливаться кризисами: платежного баланса; государственной задолженности (ведет к валютному кризису); задолженности частных заемщиков (банковский кризис), который при определенных условиях может повлечь валютный кризис.

Кризис платежного баланса происходит при поддержке фиксированного курса валюты центральным банком на уровне, противоречащем иным целям монетарной политики. Валютный рынок выступает фактором, определяющим внешнюю среду функционирования банков, и оказывает непосредственное влияние на принимаемые решения в рамках управления банковскими рисками.

Начиная с 90-х гг. XX в. произошло изменение основных факторов, составляющих основу возникновения и развития нестабильности на валютном рынке и в банковском секторе большинства стран, а именно:

- возросшая мобильность капитала в результате либерализации режима регулирования капитальных операций;
- изменение процентных ставок в развитых государствах;
- значительное увеличение размеров финансовых рынков, масштабов потоков капитала;
- усиление спекулятивного характера движения капитала;

- увеличение волатильности цен активов на мировом финансовом рынке ввиду неадекватности размеров внутренних финансовых рынков и объема притока капитала в экономику.

Изменение предпочтений иностранных инвесторов:

- повышение уровня риска в экономике;
- повышение процентных ставок на международных рынках капитала;
- эффект цепной реакции в результате ухудшения экономической ситуации в конкретном рассматриваемом регионе и соседних странах;
- раскручивание инфляции издержек;
- давление на валютном рынке;
- рост инфляционных ожиданий;
- замедление экономического роста;
- повышение процентных ставок;
- ухудшение финансового положения реального сектора экономики и банковской сферы.

Таким образом, взаимосвязь между банковским сектором и ситуацией на валютном рынке может осуществляться как в рамках реакции на динамику фундаментальных факторов, так и нефундаментальных, формирующих взаимообусловленную динамику процессов на валютном рынке и в банковской сфере. Среди основных причин возникновения нестабильности в банковской сфере:

- увеличение кредитного риска в результате кредитной экспансии;
- ухудшение ликвидности за счет изменения временной структуры активов и пассивов;
- трансформация валютного риска в кредитный риск в результате возникновения различий в валюте кредита и валюте доходов, получаемых заемщиком;
- процентный риск.

Валютный курс выступает фактором, определяющим внешнюю среду функционирования банков, и оказывает влияние на принимаемые решения в рамках управления банковскими рисками. Вместе с тем при одинаковой степени уязвимости, то есть подверженности потенциальным рискам, возникновение кризиса в банковском секторе зависит от его устойчивости, определяющей силу ретрансляции негативных последствий для валютного рынка.

Литература

- 1 Мавсеян, А. Г. Как остановить бегство капитала / А. Г. Мавсеян, В. В. Журавлев // Банковское дело. – 1999. – №3. – с. 15.
- 2 Мартынов, Л. Государственное регулирование рынка капитала / Л. Мартынов. // Экономист. – 1996. – №1. – С. 27.
- 3 Алексашенко, С. Банковский кризис: туман рассеивается / С. Алексашенко // Вопросы экономики. – 1999. – №5. – С. 4-43.

Леонтьева А.В.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Одним из важнейших факторов роста эффективности производства является улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Качество продукции является главным условием «выживаемости» и ключом к успеху на рынке в условиях жесткой конкуренции. Представление о качестве постоянно изменяется. Качество, удовлетворяющее потребителя год назад, может уже не отвечать его требованиям в этом году. Поэтому каждый руководитель должен отслеживать ситуацию в мире, быть в курсе всех событий, предугадывать вкусы, мнения и требования людей. Быстро изменяющиеся предпочтения и вкусы людей заставляют производителей искать новые пути для создания более совершенного продукта или услуги. Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время, как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Конкурентоспособность продукции во многом определяет престиж страны и является решающим фактором увеличения её национального богатства.

Качество – показатель, отражающий совокупное проявление многих факторов – от динамики и уровня развития национальной

экономики и до умения организовать и управлять процессом формирования качества в рамках любой хозяйственной единицы. Вместе с тем мировой опыт показывает, что именно в условиях открытой рыночной экономики немислимо без острой конкуренции, проявляются факторы, которые делают качество условием выживания товаропроизводителей, мерилот результативности их хозяйственной деятельности, экономического благополучия страны.

Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителей под угрозой вытеснения с рынка непрерывно заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объективно и строго оценивает результаты их деятельности.

Конкурентоспособность товара – решающий фактор его коммерческого успеха на развитом конкурентном рынке. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за время его эксплуатации.

Любой товар, находящийся на рынке, фактически проходит там проверку на степень удовлетворения общественных потребностей: каждый покупатель приобретает тот товар, который максимально удовлетворяет его личные потребности, а вся совокупность покупателей – тот товар, который наиболее полно соответствует общественным потребностям, нежели конкурирующие с ним товары. Поэтому конкурентоспособность (то есть возможность коммерчески выгодного сбыта на конкурентном рынке) товара можно определить, только сравнивая товары конкурентов между собой. Иными словами, конкурентоспособность – понятие относительное, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи. И поскольку у каждого покупателя имеется свой индивидуальный критерий оценки удовлетворения собственных потребностей, конкурентоспособность приобретает еще и индивидуальный оттенок.

Конкурентоспособность товара определяется, в отличие от качества, совокупностью только тех конкретных свойств, которые представляют несомненный интерес для данного покупателя и

обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие характеристики во внимание не принимаются. Более того, в силу указанного, товар с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособен, если значительно повысилась его стоимость за счет придания товару новых свойств, не представляющих существенного интереса для основной группы его покупателей.

Для того чтобы товар был приемлемым для покупателя, он должен обладать набором определенных характеристик. Существуют следующие основные параметры, характеризующие конкурентоспособность товара:

Технические параметры. Они включают:

а) параметры назначения – свойства товара, определяющие области применения и функции, которые он предназначен выполнять (например, металлообработка, перевозка грузов, обработка сельхозпродукции);

б) эргономические параметры, характеризующие соответствие товара свойствам человеческого организма в процессе выполнения трудовых операций;

в) конструктивные параметры, отражающие конструктивно – технологические решения, присущие данным изделиям и обеспечивающие определенные свойства товаров (надежность, долговечность и т.п.).

г) эстетические параметры, характеризующие внешнее восприятие товара.

Нормативные параметры. Они характеризуют свойства товара, регламентируемые обязательными нормами стандартов на рынке, где его предполагается продавать. В случае несоответствия товара действующим обязательным нормам он не может использоваться для удовлетворения существующей потребности.

Экономические параметры. Они связаны с затратами покупателя на продукцию. К ним относятся: цена товара и цена потребления (затраты на транспортировку и хранение, монтаж и наладку, а также все виды ремонта, обучение персонала и т.д.). Следует отметить, что при анализе цены потребления учитываются не только единовременные и текущие затраты, но и другие факторы, в частности реальная инфляция, финансовое состояние покупателя, финансовые перспективы.

Организационные параметры. Они включают: а) систему скидок; б) условия платежей и поставок; в) комплектность поставки; г) сроки и условия гарантий и т.д.

Существенную роль в повышении конкурентоспособности играют сроки обслуживания продукции, а также те компенсации, которые полагаются потребителю за различные виды ущерба.

Таким образом, качество выпускаемой продукции на предприятии – важный фактор деятельности в условиях рынка, поскольку обеспечивает расширение сегментов рынка, процветание предприятия, рост прибыли.

Управление качеством продукции базируется на стандартизации, которая представляет собой нормативно-техническую основу, определяющую прогрессивные требования к продукции, изготавливаемой для нужд национального хозяйства, населения, обороны, экспорта.

Реализация нормативных актов в управлении качеством продукции позволяет организовать эффективную систему законодательного обеспечения качества и безопасности продукции. Созданная с учетом зарубежной и отечественной практики нормативно-правовая база управления качеством продукции стоит на защите прав при нарушении прав и интересов граждан и юридических лиц на территории РФ.

Литература

1 Аристов, О. В. Управление качеством : учебник для студентов вузов / О. В. Аристов. – М., 2008. – 356 с.

2 Богатин, Ю. В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия / Ю. В. Богатин. – М. : Издательство стандартов, 2007. – 216 с.

3 Воронов, А. А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции / А. А. Воронов. – М., 2005. – 346 с.

4 Минько, З. В. Качество и конкурентоспособность / З. В. Минько. – СПб., 2006 – 153 с.

5 Родионова, Л. Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Л. Н. Родионова, О. Г. Кантор, Ю. Р. Хакимова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №1. – С. 63-77.

*Мельникова А.А.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,
кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

АУТСТАФФИНГ

Аутстаффинг – буквально этот термин означает привлечение рабочего персонала со стороны, т. е. внештатных специалистов, которые владеют соответствующими знаниями, профессиональными навыками, а также главным образом имеют опыт на время выполнения определенного проекта. При этом эти сотрудники оформляются в штат сторонней организации, а фактически работают на прежнем месте и выполняют прежние функции. Компания-аутстаффер предоставляет сотрудников требуемой квалификации и несет ответственность за качество выполняемых персоналом услуг, если качество клиента не устраивает, персонал будет заменен на другой требуемой квалификации [1].

Аутстаффинг рассматривается как технология снижения административных издержек и инвестиционных рисков компании. Дело в том, что чем больше внимания фирма уделяет мотивации и развитию персонала, тем выше расходы на обучение сотрудников, компенсационные пакеты, кадровый консалтинг и т.д. А с увеличением суммы инвестиций в человеческий капитал соответственно растет и уровень риска, связанного с такими капиталовложениями.

Такая система работы часто применяется в области обслуживания информационных технологий и позволяет довольно гибко подойти и к графику работы, и к оплате услуг по договору.

К основным плюсам аутстаффинга относятся: снижение нагрузки на кадровую службу; сокращение расходов на содержание персонала; налоговая оптимизация; минимизация рисков и делегирование ответственности [2].

Первыми в Россию идеи аутстаффинга принесли крупнейшие международные кадровые агентства, такие, как Manpower и Kelly Services. Вскоре подобные услуги появились у нескольких российских кадровых агентств, например, «Анкор» или «Метрополис».

Но никто из этих компаний никогда не позиционировал эту услугу как основную, вывод за штат всегда был дополнительным сервисом. Соответственно, инвестиции в ее продвижение и развитие рынка аутстаффинга в целом были достаточно малы. Пользовались этими сервисами компании практически исключительно западные, имеющие в России мощные представительства и чаще всего сотрудничавшие с теми же агентствами и в других странах. Однако в середине 2002 г. спрос на аутстаффинг начал расти. Им стали интересоваться уже не только западные, но и российские компании. Одной из первых профильных компаний в области аутстаффинга на российский рынок вышла Ventra Employment. Имея большой опыт кадрового администрирования и ведения кадрового бухучета, компания представила на рынок продукт в соответствии с западными стандартами состава и качества услуги, сориентированный при этом на реалии российского рынка.

Концепция этой услуги выросла из идей лизинга персонала, популярных на Западе в 70-х и 80-х годах. Только в США на данный момент аутстаффинг предлагают свыше 2000 компаний, и рынок этих услуг растет в среднем на 35% ежегодно. Аналогичная ситуация в Западной Европе. Причем, судя по опросам компаний, пользующихся аутстаффингом, основную выгоду для себя они видят в возможности концентрироваться на своем основном бизнесе, не распыляясь на побочные задачи.

Компании начинают использовать аутстаффинг обычно в тех случаях, когда имеется определенная непредсказуемость бизнеса, когда нужна переменная рабочая сила или когда менеджменту компании нужно сосредоточиться на своем основном бизнесе. Кроме того, для менеджеров большим плюсом является то, что нет нужды рассчитывать зарплату, ходить по судам, общаться с профсоюзами.

Часто в компаниях встает вопрос относительно чисто экономического преимущества при использовании технологии аутстаффинга. Разумеется, однозначного ответа на этот вопрос не существует. Тактическую сиюминутную выгоду аутстаффинг приносит при сокращении административных штатных единиц. А вот если оценить долгосрочные преимущества, то экономический эффект может быть более значительным и разнообразным. Например, при сокращении численности компании достигается экономия от двух

до шести заработных плат по каждому сотруднику. Аналогичный эффект получается при ведении проектных работ. В большинстве случаев по существующему трудовому законодательству вести сотрудников на длительных проектах по временным договорам нельзя. И компании вынуждены либо нарушать закон, либо зачислять проектных сотрудников в штат. Соответственно, по окончании проекта увольняемым сотрудникам в качестве компенсаций выплачиваются существенные суммы. При использовании аутстаффинга этих вопросов даже не возникает.

Для российских клиентов сильное преимущество от использования аутстаффинга заключается в возможности приобретения или сохранения статуса малого предприятия. Это прямая финансовая заинтересованность. Однако существует законодательная проблема – в нашем законодательстве нигде не регламентирована услуга с таким названием как аутстаффинг. Также подчас возникают проблемы с выводимыми сотрудниками – их трудно убедить, что им выгодно быть в штате агентства, а не в штате предприятия.

В случае использования аутстаффинга, компания-провайдер становится формальным работодателем для сотрудников компании-заказчика и берет на себя полную юридическую и финансовую ответственность за них. Сотрудники компании-заказчика зачисляются в штат провайдера, который берет на себя полную ответственность за выплату заработной платы, налогов, ведение работы с персоналом и соответствие трудовых отношений российскому законодательству.

Услуги различных компаний, предлагающих аутстаффинг могут включать в себя такие составляющие, как:

- расчет и выплата заработной платы (обычно для сотрудников открываются индивидуальные банковские счета для перевода заработной платы);
- расчет и выплата пособий по временной нетрудоспособности и компенсаций за отпуск, оформление командировочных расходов;
- расчет и отчисление установленных подоходного и социального налогов;
- оформление необходимых бухгалтерских отчетов и справок;
- проведение всевозможных кадровых процедур в соответствии с трудовым законодательством;
- управление компенсационным пакетом сотрудников;

– прекращение трудовых отношений с сотрудником по требованию клиента.

«Аутстаффинговые» отношения в том виде, в котором они встречаются на практике, по сути противоречат действующему законодательству. Чем же рискуют их участники? Наименьшей опасности подвергается кадровое агентство. Разумеется, это верно только в случае, если фирма соблюдает все требования Трудового кодекса. Поэтому неудивительно, что именно рекрутинговые компании активно продвигают на рынке данный вид услуг. А вот риски организации, которая привлекает к работе внешних сотрудников, довольно значительны. Прежде всего, инспекторы могут посчитать, что между фирмой и сотрудником заключен трудовой договор. Если это произойдет, контролеры взыщут с компании заработную плату в полном размере согласно требованиям статьи 129 Трудового кодекса. Естественно, фирме при этом придется возместить бюджету все «зарплатные» налоги, штрафы и пени. Если контролеры решат, что организация нарушила трудовое законодательство, то к фирме могут применить статью 5.27 Кодекса об административных правонарушениях. В результате компания может «расстаться» со значительной суммой – от 30 000 до 50 000 рублей.

Таким образом, применять аутстаффинг небезопасно, а во многих случаях еще и экономически невыгодно. Прежде чем использовать данную схему, работодателю необходимо тщательно оценить все ее плюсы и минусы.

Литература

1 Кательникова, М. Аутстаффинг в России: что, зачем, как? [Электронный ресурс] / М. Кательникова. – Режим доступа : <http://www.klerk.ru/boss/articles/2796>, свободный.

2 Вывод персонала за штат (Аутстаффинг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.imperia.ru/ru/outstaffing>, свободный.

*Микульская М.В.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,
кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМИ РЕСУРСАМИ «АК БАРС» БАНКА

В рыночной экономике ресурсы коммерческих банков имеют первостепенное значение. Они служат необходимым активным элементом банковской деятельности. Коммерческий банк, с одной стороны, привлекает свободные денежные средства юридических и физических лиц, формируя тем самым свою ресурсную базу, а с другой – размещает ее от своего имени на условиях возвратности, срочности и платности [1, с. 14].

Акционерный коммерческий банк «АК БАРС» (Открытое акционерное общество) зарегистрирован в ЦБ РФ и успешно работает на финансовом рынке России с 1993 года.

Банк располагает всеми видами существующих в Российской Федерации банковских лицензий и оказывает более 100 видов банковских услуг для корпоративных и частных клиентов.

Сегодня «АК БАРС» Банк обслуживает более 2 миллионов частных лиц и свыше 45 тысяч корпоративных клиентов, среди которых – крупнейшие экспортеры Республики Татарстан, предприятия нефтегазового и нефтехимического комплекса, машиностроительные, телекоммуникационные, строительные, химические, автотранспортные, торговые и агропромышленные предприятия [2].

«АК БАРС» Банк имеет хорошо отлаженную систему управления собственными ресурсами.

Собственные ресурсы коммерческого банка – это его собственный капитал и привлеченные на возвратной основе денежные средства юридических и физических лиц, сформированные банком в результате проведения пассивных операций, которые в совокупности используются им для осуществления активных операций. Таким образом, ресурсы «АК БАРС» Банка по способу образования можно разделить на две основные группы:

- 1 собственный капитал;
- 2 привлеченные средства.

Собственный капитал представляет собой средства, принадлежащие непосредственно коммерческому банку в период его деятельности.

Привлеченные средства носят для банка временный характер. Величина собственного капитала «АК БАРС» Банк на 1 апреля 2010 г. составляет 36 млрд. руб. [2].

В качестве собственных средств (капитала) «АК БАРС» Банка выступают элементы, способные служить подстраховкой на случай непредвиденных убытков. Это в первую очередь уставный капитал, резервные фонды, нераспределенная прибыль и другие собственные источники, образующие капитал первого уровня, или основной капитал, а также элементы капитала второго уровня, или дополнительного капитала, которые имеют менее постоянный характер, но также могут быть использованы для покрытия непредвиденных убытков.

Собственные средства банка состоят из сформированных им фондов и прибыли, полученной банком в результате его деятельности в текущем году и на протяжении прошлых лет. Фонды банка составляют основу собственных средств. Каждый из них имеет определенное целевое назначение. Различаются также порядок и источники их формирования.

Отправной точкой в организации банковского дела является формирование «АК БАРС» Банком и другими коммерческими банками уставного фонда (капитала). Собственный капитал по общему определению – это имущество банка, свободное от обязательств, собственное имущество (средства) банка [3]. В среднем составляет около 17% в общей структуре банковских ресурсов. Обеспечивает экономическую самостоятельность, стабильность и устойчивую работу банка. Его создание в размерах, определенных законодательством, является обязательным условием регистрации банка как юридического лица. Независимо от организационно-правовой формы банка, его уставный фонд формируется полностью за счет вкладов участников – юридических и физических лиц. Средства, внесенные в уставный фонд, представляют собой стартовый капитал для начала осуществления хозяйственной и коммерческой деятельности вновь созданного банка и на протяжении

всего периода функционирования кредитного учреждения являются экономической основой его существования. Стабильность деятельности «АК БАРС» Банка гарантирует оплаченный уставный капитал в размере 28,2 млрд. руб. [2].

В обязательном порядке коммерческие банки должны формировать резервный фонд, который предназначается для возмещения убытков от активных операций банка, выплаты дивидендов по привилегированным акциям в случае недостаточности полученной прибыли и для других аналогичных целей. Резервный фонд «АК БАРС» Банка формируется за счет отчислений от чистой прибыли банка. Размеры этого фонда находятся в непосредственной зависимости от размеров уставного фонда банка.

Кроме обязательного формирования резервного фонда, коммерческими банками могут создаваться и другие фонды, источниками формирования которых служит банковская прибыль.

В состав собственных средств «АК БАРС» Банка может входить и ряд других элементов:

- созданные за счет прибыли банка резервы на риски и платежи;
- эмиссионные разницы, образующиеся в результате реализации первично размещаемых акций по цене, превышающей их номинальную стоимость;
- нераспределенная прибыль отчетного года и прошлых лет [4].

Важно отметить, что отличительная особенность структуры банковских пассивов заключается в относительно небольшой доле собственных средств банка (около 10 %) по сравнению с долей привлеченных средств.

Привлеченные ресурсы можно классифицировать по разным типам:

- депозитные и недепозитные;
- бесплатные, дешевые, дорогие;
- банковские, юридических и физических лиц.

Разновидностью привлеченных ресурсов банка являются средства населения, размещенные во вклады. Кроме этого, в состав привлеченных средств в настоящее время стали входить средства индивидуальных предпринимателей.

Собственный капитал «АК БАРС» Банка выполняет три функции:

- защитную;

- оперативную;
- регулируемую.

Защитная функция означает защиту вкладчиков и кредиторов, т.е. возможность выплаты им компенсаций в случае возникновения убытков или банкротства банка; сохранение его платежеспособности за счет созданных резервов; продолжения деятельности банка, независимо от угрозы появления убытков. Это главная функция собственного капитала.

Оперативная функция – обеспечение финансовой основы деятельности банка – является второстепенной, т.к. основными ресурсами для активных операций выступают привлеченные средства.

Регулирующая функция собственного капитала связана исключительно с особой заинтересованностью общества в успешном функционировании банков, а также с законами и правилами, позволяющими центральным банкам осуществлять контроль за деятельностью коммерческих банков и других кредитных учреждениях [5, с. 97].

Роль и величина собственного капитала «АК БАРС» Банка имеет особенную специфику, отличающуюся от предприятий и организаций, занимающихся другими видами деятельности тем, что за счет собственного капитала Банк покрывают менее 10% общей потребности в средствах.

Таким образом, хорошо отлаженная система управления собственными ресурсами «АК БАРС» Банка способствует его эффективному развитию и обеспечивает экономическую самостоятельность, стабильность и устойчивую работу банка.

Литература

1 Тавасиев, А. М.. Банковское дело. Управление и технологии / А. М. Тавасиев.. – М. : ЮНИТИ, 2008. – С.14.

2 О банке [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.akbars.ru>, свободный.

3 Банковские ресурсы [Электронный ресурс] // Собственный капитал банка. – Режим доступа : <http://www.glossary.ru>, свободный.

4 Открытая информация [Электронный ресурс] // Состав собственных средств «АК БАРС» банка. – Режим доступа : <http://www.akbars.ru>, свободный.

5 Кравцова, Г. И. Деньги, кредит, банки / Г. И. Кравцова. – М., 2008. – С. 96-97.

*Мухаметдинова Л.Р.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Хисматуллина А.М.,
кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ КАПИТАЛА РОССИИ

Капитал – одна из ключевых экономических категорий. А ситуация с реальным капиталом в России вообще уже не один десяток лет остается одним из самых злободневных вопросов российской экономики. По каким показателям мы более всего отстаем от экономики развитых стран? В числе прочих именно по состоянию реальных активов. В каком секторе российской экономики хронически не хватает инвестиций? В секторе реального капитала. Аналитики постоянно бьют тревогу: дисбаланс между возрастающими инвестициями на финансовом рынке, рынке ценных бумаг и существенным недофинансированием реального сектора экономики ведет в конечном итоге к деградации отраслей, необеспеченности ценных бумаг реальными ценностями.

Рынок реального капитала сегодня – это, возможно, ключевой вопрос российской экономики. Рынок, которому требуются существенные инвестиции, развитие и внедрение НИОКР.

Система управления рынком капитала – это совокупность конкретных способов и приемов по регулированию функционирования и развития рынка. Цель ее состоит в обеспечении устойчивости, сбалансированности и эффективности рынка.

Система управления рынком капитала основана на использовании государственных и негосударственных методов регулирования.

К настоящему времени сформировались правовые, экономические и организационные основы для развития отечественного

рынка капитала, в том числе:

- приняты федеральные законы, формирующие нормативную правовую основу рынка;
- издан ряд указов Президента Российской Федерации и постановлений Правительства Российской Федерации, способствующих быстрому развитию нормативной правовой базы рынка;
- создан единый орган государственного регулирования рынка – Федеральная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку при Правительстве Российской Федерации;
- появилось значительное количество профессиональных участников рынка, имеющих опыт практической работы на нем;
- создан определенный задел в развитии инфраструктуры рынка;
- сформированы основы для развития коллективных инвестиций;
- разработана Комплексная программа защиты прав акционеров и вкладчиков.

Продолжение и углубление экономически и социально обоснованных реформ – общеполитическая задача государства на рынке капитала.

Среди стран с переходной экономикой Россия, без сомнения, занимает особое место и применение в России опыта, накопленного в других странах с развивающейся рыночной экономикой, требует тщательного анализа предлагаемых концепций, которые считаются само собой разумеющимися.

В развитии рынка капиталов уже создан значительный задел. По целому ряду позиций Россия имеет сходство с наиболее развитыми финансовыми рынками мира, выражающееся:

- в большом количестве реально функционирующих корпораций, акции которых могут обращаться на рынке;
- в большом количестве финансовых институтов, действующих на рынке;
- в склонности населения к операциям с фондовыми ценностями;
- в высокой степени открытости внутреннего рынка;
- в многообразии обращающихся на рынке инструментов и значительной концентрации интеллектуальных ресурсов, задействованных в его развитии.

Государство выступает крупнейшим заемщиком на рынке капитала и оказывает прямое влияние на его количественные и качественные характеристики.

Государство является крупнейшим держателем ценных бумаг российских предприятий и выступает крупнейшим продавцом на рынке корпоративных ценных бумаг.

На начальном этапе развития инфраструктуры рынка капитала государство будет проводить активную политику прямой поддержки инфраструктурных проектов, включающую в себя:

- участие в финансировании развития инфраструктуры рынка;
- участие в других формах поддержки инфраструктурных проектов, в том числе путем привлечения инвестиций международных финансовых организаций.

При реализации инфраструктурных проектов государство будет расширять сотрудничество с организациями и специалистами, поддерживающими государственную политику в области развития инфраструктуры рынка ценных бумаг и самого рынка ценных бумаг, и не будет взаимодействовать с организациями и лицами, деятельность или публичные заявления которых направлены на противодействие реформам и дискредитацию государственной политики в указанной области.

Функции, связанные с прямым участием государства в создании инфраструктуры рынка капитала, являются временными. Они постепенно будут полностью переданы участникам рынка.

Вместе с тем остается нерешенным ряд значительных проблем, основными из которых являются:

- низкий уровень капитализации рынка и ликвидности ценных бумаг мелких и средних эмитентов;
- высокая стоимость заимствований на рынке государственного долга;
- отставание в развитии инфраструктуры рынка, в том числе информационной и телекоммуникационной систем, недоиспользование возможностей отечественных систем в этой сфере, недостаточный уровень развития инфраструктуры с точки зрения снижения рисков и их качества, а также комплекса предоставляемых услуг;
- слабое развитие нормативной правовой базы, устанавливающей ответственность за правонарушения на рынке, недостаточ-

ность полномочий органов государственного регулирования по привлечению к ответственности организаций и лиц, нарушающих законодательство Российской Федерации и правовые нормы на рынке, непроработанность вопросов взаимодействия регулирующих органов с правоохранительными органами и судебной системой;

- незавершенность работы по устранению «риска регистратора» и нарушений прав акционеров со стороны эмитента.

Для решения этих проблем необходимо обеспечить проведение активной государственной политики, направленной на дальнейшее развитие самостоятельного российского рынка ценных бумаг, отвечающего национальным интересам России, интегрированного в мировой фондовый рынок и обеспечивающего привлечение инвестиций в российскую экономику.

Литература

1 Иностранные инвестиции в России: современное состояние и перспективы / под редакцией И. П. Фаминского – М. : Международные отношения – 2006. – 365 с.

2 Мищенко, В. В. Государственное регулирование экономики : учебное пособие / В. В. Мищенко. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 480 с.

3 Инвестиционный климат в России (доклад Экспертного института) // Вопросы экономики. – 2008. – №12. – С.6-7.

4 Камаев, В. Д. Экономическая теория : учебник / В. Д. Камаев. – 8-е изд., перераб. и доп. – М. : ВЛАДОС, 2002. – 640 с.

5 Олейник, А. Н. Институциональная экономика : учебное пособие / А. Н. Олейник. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 452 с.

6 Путь в XXI в.: проблемы и перспектива российской экономики / рук. авт. колл. Д. С. Львов. – М. : Экономика, 2007. – 319 с.

7 Сакс, Дж. Рыночная экономика России / Дж. Сакс. – М. : Экономика, 2007. – 246 с.

Семенова О.А.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ ТЕРРИТОРИИ

Россия, являясь страной с большим ресурсным и интеллектуальным потенциалами, не входит в число ведущих стран по инвестиционной привлекательности, хотя в последнее время ощущается прогресс в доверии по отношению к России со стороны зарубежных и российских инвесторов.

В нашей стране есть определенное число благополучных регионов и городов, где риск инвесторов потерять свои вложенные средства сводится к минимуму, а ресурсный потенциал высок. Именно поэтому актуально стоит вопрос об оценке инвестиционной привлекательности как страны в целом, так и каждого региона и города в отдельности. Именно на региональных и муниципальных органах управления лежит ответственность за формирование благоприятного инвестиционного климата на территории для привлечения частных отечественных и зарубежных инвестиций.

Нижекамск, город федерального значения, расположен в центре России, в Республике Татарстан, на полноводной р. Каме. Географическое местоположение, наличие таких факторов, как свободные территории в черте города, научно-производственный потенциал и, следовательно, инвестиционная привлекательность, относительная близость основных экономических центров России, а также предполагаемые миграционные процессы в стране создают предпосылки для дальнейшего, качественно нового развития города.

В Нижекамске местная администрация проводит активную работу по стимулированию и поддержке инвестиционной деятельности города.

Основной задачей участия администрации Нижекамска в процессе инвестиционной деятельности является организация такого

взаимовязанного сочетания производств и видов деятельности, которое обеспечивает усиление конкурентных преимуществ и улучшение финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов, рост количества, ассортимента и качества предоставляемых на территории муниципального образования экономических благ, увеличение реальных доходов населения, что в итоге будет способствовать наиболее полному удовлетворению потребностей жителей местного сообщества, повышению качества жизни.

Инвестиционная привлекательность города Нижнекамск может быть усилена благодаря работе в следующих направлениях:

1) Размещение в городе наукоёмких производств в соответствии с программой информационной независимости России, в которой, в первую очередь, ведутся работы по привлечению инвестиций на промышленные предприятия (ОАО «НКНХ», «ТАНЕКО», которые занимают высокие места в рейтинга инвестиционной привлекательности и приносят немалый доход), сферу услуг, где достаточно привлекательная клиентская база, и социально-экономические проекты («Безбарьерный Нижнекамск» и др.).

2) Строительство на свободных и реконструируемых городских территориях и благоустройство территорий, примыкающих к р. Каме, формирование центра города. Формирование любого города – процесс длительный, подчас многовековой, это справедливо и для Нижнекамска. Предшествующие генеральные планы развития Нижнекамска отражали господствующие в тот момент представления о гармоничном облике города и за 40 лет сложилась основа, фундамент будущего «здания» города. В дальнейшем основополагающие факторы формирования города будут постоянно уточняться, подвергаться длительному анализу.

Вместе с тем за прошедшие годы проявились и оформились жилые районы, микрорайоны, кварталы Нижнекамска, достаточно уютные и интересные. Для перспективного строительства в черте города имеются и выявлены наиболее благоприятные, комфортные зоны размещения жилых кварталов. Это, в первую очередь, территория, примыкающая к лесопарку в западной части города, где должно разместиться наиболее комфортабельное, большей частью индивидуальное жильё с невысокой плотностью застройки.

Таким образом, достаточно привлекательным с точки зрения

инвестиций можно считать строительство домов, районов в городе, ведь «молодой» Нижнекамск – это новые и молодые семьи, детские площадки и уютные, комфортабельные дома и дворики.

3) Выявление, реабилитация и развитие исторического наследия в структуре территории города (села Красный Ключ, Афанасово, Соболеково.), которое позволит повысить не только культурный уровень нижекамцев, но и повысит их значимость в историческом наследии нашей страны.

4) В отношении молодежной и социально-экономической политики, что касается времяпрепровождения молодежи города. Высокой привлекательностью в Нижнекамске обладают не только организация сетей развлекательных центров или торговых домов, клубов, а скорее, строительство новых кинотеатров, с новыми прогрессивными возможностями (3D, 4D, 5D), деловых центров; создание больших развлекательных центров для семьи, где смогут отдохнуть все члены семьи (как маленькие дети, так и их взрослые родители) – такими центрами смогут стать дельфинарий с различными детскими площадками, небольшой цирк или постоянное развлекательное шоу. Привлекательным для инвестирования станут и проекты помощи нуждающимся, благотворительные концерты и, самое главное, управление этими проектами со стороны администрации города. Для повышения уровня проработанности программ важно вовлечение в эту деятельность банков.

5) Помимо социально-экономической политики, городу необходимо разработать привлекательный инвестиционный имидж Нижнекамска, в котором необходимо отразить привлекательность инвестиционных процессов, проходящих в городе, привлекательность инвестиционного климата, отражающего перспективы развития (рассмотренные выше), условия инвестиционной деятельности, а также реализованные на территории города проекты и перспективные разработки стратегического развития города Нижнекамск. Кроме инвестиционного имиджа, необходимо разработать инвестиционный паспорт Нижнекамска, содержащего информацию, необходимую для потенциальных российских и зарубежных инвесторов. Хорошим шагом станет создание залогового фонда, деятельность которого открывает возможность предоставления государственных гарантий со стороны субъектов федерации. Неплохую инвестиционную рекламу городу могут сделать плакаты

на российских дорожных магистралях и дорогах города, отражающих перспективные направления деятельности и возможности города, а также предоставление открытой информации о выгодном привлечении инвестиций в экономику города через средства массовой информации как самого города, так и через региональные и федеральные СМИ.

б) Разработка, управление, координация и мониторинг со стороны муниципальной власти Нижнекамска за привлечением и удержанием инвестиций на территории города, за воздействием на инвестиционную деятельность субъектов хозяйствования, а также за повышением инвестиционной привлекательности города Нижнекамск.

Исходя из этого, для обеспечения высокого уровня инвестиционной привлекательности города Нижнекамска требуется рост инвестиций в его экономику и, в первую очередь, в инфраструктуру, разработка мер самой администрацией для привлечения и удержания инвестиций, усиления влияния инвестиций на улучшение условий жизнедеятельности населения и конкурентного положения и финансовых результатов хозяйствующих субъектов в городе, согласование задач государственной политики РФ, субъекта РФ и экономических интересов населения и хозяйствующих субъектов города Нижнекамск.

Создание четкой и последовательной системы управления инвестиционной привлекательностью города способно обеспечить достижение стратегической задачи местной власти – добиться устойчивого социально – экономического развития Нижнекамска в долгосрочной перспективе.

Литература

1 Официальный сайт НМР [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-nizhnekamsk.ru>, свободный.

*Хузина А.Р.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ*
Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,
*кандидат экономических наук, доцент,
Нижекамский химико-технологический институт КГТУ*

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Антикризисное управление – это управление, которое направлено на предвидение опасности кризиса, анализ его симптомов, выработке мер по снижению отрицательных последствий кризиса и использования его факторов для последующего развития.

Антикризисное управление имеет свой предмет воздействия – проблемы, предполагаемые и реальные факторы кризиса, т. е. все проявления неумеренного совокупного обострения противоречий, вызывающих опасность крайнего проявления этого обострения, наступления кризиса.

Причиной банкротства российских предприятий в период общего кризиса являются слишком неблагоприятные макроэкономические условия: нарушение традиционных хозяйственных связей, спад спроса, резкие трудно прогнозируемые изменения экономической политики правительства, нестабильность финансового рынка. Только применение комплекса методов может дать сегодня тот необходимый экономический эффект и вывести российские предприятия из того кризисного состояния, в котором они находятся.

При кризисе важной является проблема управления. Высокая комплексность управления в условиях кризиса позволяет, с одной стороны, оказывать влияние на развитие автономных процессов и охватывает, с другой стороны, специфическую проблематику руководства: необходимость его высокого качества и наличие только двух вариантов конечного результата действий менеджмента, т.е. возможно либо банкротство, либо успешное преодоление кризиса.

Именно неэффективность управления следует отнести к наиболее характерной для современных предприятий проблеме, препятствующей их эффективному функционированию в условиях сложившихся рыночных отношений.

В условиях финансового кризиса и экономического спада перед собственниками и руководителями большинства предприятий встает задача оптимизации бизнеса, поиска ответной реакции на резкое изменение внешней среды с благоприятной на негативную. Такая ситуация застала многих менеджеров врасплох: длительный период экономического роста и позитивные ожидания привели к отсутствию альтернативных вариантов развития компании в случае ухудшения экономической конъюнктуры.

Большинству руководителям и финансовым директорам необходимо на «скорую руку» разрабатывать антикризисный пакет мер по стабилизации дел в компании, а иногда и просто для выживания предприятия.

Основными задачами многих предприятий стали сохранение наиболее ценных кадров и своевременное выполнение договорных обязательств компании. Особенность ситуации заключается в том, что применяемый «антикризисный набор мер» хоть и уникален, но зависит, в первую очередь, от отраслевой специфики компании и, во вторую – уже от конкретных особенностей каждой компании. Ниже приведены основные разделы антикризисных мер [1].

1. Повышение ликвидности компании. Необходимо, в первую очередь, провести ревизию дебиторской задолженности, организовать активную работу с должниками, в т.ч. и в судебном порядке. Существуют компании, у которых существует возможность платить, но они этого не делают, придерживая наличность. Риск судебного разбирательства может значительно ускорить проведение платежа. Далее необходимо ужесточить условия предоставления отсрочки платежей, меру необходимо проводить совместно с работой по анализу влияния ее на объемы продаж. При возможности необходимо пересмотреть условия работы с поставщиками. Понятно, что большинство компаний действуют по аналогии с вами и вряд ли удастся легко изменить условия оплаты. Однако если поставщик заинтересован в вас, то всегда можно договориться. Работы по оптимизации запасов позволят сократить закупки как за счет уменьшения запасов материалов, так и за счет снижения производства при сокращении складских запасов готовой продукции.

2. Сдерживание падения объема продаж. Основные инструменты – скидки и отсрочки, как правило, противоречат условиям ликвидности и рентабельности, но в то же время позволяют ком-

пании остаться в рынке. Решения в этой области необходимо обязательно просчитывать для оценки их влияния на финансовое состояние компании, а также согласовывать с долгосрочной стратегией. Также необходимо уделить особое внимание созданию новых продуктов «лайт», которые будут дешевле не только по цене, но и по себестоимости. Создание таких продуктов быстрее конкурентов, может существенно изменить ваши рыночные позиции и сохранить их при выходе экономики из кризиса.

3. Сокращение затрат. В основном, действия направлены на сокращение постоянных затрат. Проблема состоит в том, что менеджеры, как правило, понимают, что косвенные затраты ведут себя как «переменные» при росте объемов продаж (в этом можно убедиться, проведя ретроспективный анализ), однако механизм их уменьшения при спаде остается для подавляющего большинства загадкой. Многие руководители уже предприняли ряд экстренных шагов по сокращению затрат (например, сократили затраты на различные корпоративные мероприятия, обучение персонала, консультационные услуги и др.), однако большинство понимает, что этого недостаточно, т.к. такое сокращение не приводит к перестройке самого бизнеса, размер постоянных затрат которого не адекватен текущим потребностям. Основным инструментом для сокращения затрат должно являться выявление избыточных мощностей постоянных затрат.

Особенностью постоянных затрат является то, что они возникают вне зависимости от объема пользования ресурсом в рамках определенной заранее мощности. Например, арендные платежи за склад не зависят от того, насколько интенсивно мы им пользуемся, но ограничивают мощность ресурса (арендуемую площадь). Для снижения постоянных затрат необходимо определить долю фактически используемой мощности ресурсов от их максимальной. Это позволит выявить излишние мощности и определить направления снижения затрат без риска для бизнеса.

4. Пересмотр инвестиционной программы. Возможно не только сократить инвестиции в расширение бизнеса с учетом корректировки спроса, но и рассмотреть варианты выгодной горизонтальной или вертикальной интеграции. Необходимо посмотреть по рынку, что «плохо лежит» из того, что вам очень хотелось. Например, приобретение более слабого поставщика или конкурента

для придания устойчивости бизнесу.

5. *Работа с персоналом.* Подходы могут существенно отличаться в зависимости от ситуации: одни компании объявляют о сокращении штатов, другие, наоборот, говорят о сохранении коллектива и зарплат для повышения мотивации и поднятия имиджа компании на рынке труда. Третьи – используют изменившуюся ситуацию на рынке труда, которая повернулась в пользу работодателей, например, проводят планомерную замену неквалифицированного персонала (набранного ранее из-за отсутствия иного на рынке) на профессиональный, попавший под сокращение в других компаниях. Выстраивание грамотной политики может существенно увеличить конкурентные позиции компании в долгосрочной перспективе.

Мероприятия по преодолению кризисной ситуации и восстановлению платежеспособности должны учитывать индивидуальные особенности предприятий. Однако так же, как типичны финансово-экономические проблемы российских предприятий, настолько же характерны методы их «лечения».

Реальный выход из создавшегося тупика есть. Но преодолеть кризис российской экономики без опоры на мощь государства невозможно. Осуществление антикризисных мер должно опираться на административные, юридические и экономические рычаги, имеющиеся у государства. Важно выправить наиболее острые диспропорции в экономике при приоритете централизованно используемых административных рычагов. При этом государственная политика должна, в частности, включать в себя:

- антикризисную поддержку удовлетворения первоочередных потребностей населения;
- антикризисную поддержку приоритетных производств;
- обеспечение критического импорта при государственном контроле за экспортом стратегических товаров.

По мере смягчения кризисных процессов должен осуществляться переход от государственных административно-ограничительных мер к экономическим рычагам, стимулирующим становление развитой структуры рынка и резкое увеличение численности самостоятельно хозяйствующих субъектов рынка. Это позволит увеличить объемы производства и перестроить его структуру с ориентацией на конкурентные отношения.

Начало и укрепление таких структурных сдвигов позволят перейти к осуществлению программы мер по целенаправленному развитию системы рынков. Подобному реальному формированию рыночных структур должны быть подчинены средства налоговой и кредитной политики, экономические и правовые меры воздействия государства на экономику, формы, способы и темпы приватизации, а также внешнеэкономическая политика.

Литература

1 «Антикризисный пакет» компании [Электронный ресурс].

Режим доступа:

http://www.fbk.ru/library/crisis_management/complex_ac, свободный.

2 Ларионова, О. А. Основы антикризисного управления : учебное пособие / под ред. проф. А. Ф. Андреева. – М. : ГУП Издательство «Нефть и газ» РГУ нефти и газа, 2007. – 203 с.

3 Рылов, В. П. Антикризисное управление : учебное пособие / В. П. Рылов. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2005. – 104 с.

Чесновский С.В.,

студент

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

БЕРЕЖЛИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТАТАРСТАНА

Современному производству характерно постоянное изменение условий и возрастание требований к его качеству. Важнейшая роль в повышении качества товаров или услуг принадлежит предприятиям, продукция которых изготавливается с учётом всех современных методов и новейших технологий в области качества. Среди них можно выделить логистическую концепцию бережливого производства.

Технология Lean пришла в Россию в 2003 году. Первые шаги бережливого производства были сделаны на японских предпри-

ятых, в условиях кризиса. Именно тогда зародилась система, называемая сейчас в мире Lean Manufacturing, или бережливым производством, как инструмент выживания в условиях жесточайшего дефицита ресурсов.

Бережливое производство представляет собой модель организации: систему принципов организации бизнеса, инструментов, поддерживающих реализацию этих принципов и ментальности сотрудников, обеспечивающей наиболее эффективное использование ограниченных ресурсов.

Перечислим основные принципы бережливого производства. В первую очередь, это борьба с потерями. В Японии существует понятие "муда", или потери, – это все затраты ресурсов, не приводящие к изменениям, повышающим уровень удовлетворенности потребителя, сюда также относятся нестабильные процессы и перегрузки в работе.

Все действия, выполняемые в организации, представляют собой поток создания ценности – совокупность всех действий, которые требуется совершить для того, чтобы потребности клиента превратить в конечный продукт. Эти действия можно разделить на три категории:

1. действия, создающие ценность (то, что приводит к важному для потребителя результату, за который потребитель готов платить);
2. действия, не создающие ценность, но неизбежные в силу ряда причин, например, такие, как проверка качества, тестирование продукта и т.п. (муда первого рода);
3. действия, не создающие ценность, которые можно немедленно исключить из процесса (муда второго рода).

Основные виды потерь: процессы, ведущие к перепроизводству; процессы ожидания; процессы лишней транспортировки; процессы излишней обработки; процессы, приводящие к избытку запасов; процессы, содержащие лишние движения; процессы, создающие дефекты; нереализованный творческий потенциал сотрудников.

На отечественных предприятиях доля потерь в потоке создания ценности зачастую превышает 99%.

Другим важным принципом является «Kaizen» – это японская философия, которая исходит из того, что все, что нас окружает

должно постоянно улучшаться. В первую очередь – это производственная среда и производственные процессы. Таким образом, если бережливое производство – идеальное состояние организации, то «Kaizen» – способ его достижения.

Реализация перечисленных принципов осуществляется с помощью инструментов бережливого производства, таких, как:

1. 5S – система организации рабочего пространства, отвечающего следующим условиям: безопасность, минимизация потерь, удобство для работников, возможность мгновенного визуального контроля состояния рабочего пространства.

2. Комплексное обслуживание оборудования (Total Productive Maintenance). Основная идея заключается в обслуживании оборудования с момента выбора станка и вовлечении всего персонала в обслуживание оборудования с целью максимизировать эффективность его использования.

3. Быстрая переналадка (SMED). Является необходимым условием устранения перепроизводства, потерь времени, излишних запасов.

4. Всеобщее управление качеством (TQM) – контроль качества и предотвращение дефектов с участием всего персонала, создание условий для выявления дефектов на каждом из этапов производства.

5. Выравнивание производства – выполнение операций в соответствии со временем такта – отношением доступного для производства времени к объёму потребительского спроса (теоретическое время производства единицы продукции, заказанное потребителем).

6. Карта потока создания ценности – простая схема, изображающая каждый этап движения потоков материалов и информации, необходимых для того, чтобы выполнить заказ потребителя.

7. Стандартизация всех операций в потоке создания ценности.

8. Визуализация. Наглядное представление информации позволяет оперативно контролировать ситуацию, выявлять и своевременно устранять проблемы.

9. Техника решения проблем и предотвращения ошибок. Заключается в выявлении и устранении коренных причин возникновения проблем позволяет, предотвратить возникновение ошибок в будущем.

10. «Вытягивающая» система производства. Т.е. каждая предыдущая стадия делает только то, что необходимо последующей, точно в нужное время и точно в нужном количестве. «Вытягивающая» система производства базируется на управлении производством на основе карточек канбан.

11. Организация работы межфункциональных команд – это объединение сотрудников разных уровней для улучшения производственных процессов, что позволяет значительно улучшить коммуникацию, исключить из процесса потери, связанные с недостатком информации, недопониманием, конфликтами целей и т.п.

Вся сложность заключается в необходимости применения этих инструментов всем персоналом предприятия. Все это невозможно без особой ментальности сотрудников предприятия. Катастрофическое снижение уровня кадрового потенциала промышленности, утрата престижа рабочих профессий и работы на заводах в принципе, низкий уровень менеджмента, сопротивление переменам – все это приводит к серьезным затруднениям в реализации простейших инструментов бережливого производства, являющихся базой для более глубоких изменений.

В то же время опыт отечественных предприятий показывает эффективность бережливого производства. Так, на предприятии ОАО «КАМАЗ» начиная с 2006 года был дан старт к созданию Производственной системы (ПСК) на основе принципов бережливого производства. Центральное место в ПСК на предприятии занимают люди и средства производства. Руководящую роль для персонала компании играют цели, стандарты, культура, мотивация. Все процессы на предприятии базируются на применении инструментов бережливого производства.

Акционерное общество «КАМАЗ» сегодня вкладывает много сил в обучение персонала и развитие производственной системы КАМАЗ. Прекрасно понимая, что нельзя добиться конкурентоспособности своего продукта без активного участия поставщиков в процессах улучшений, КАМАЗ поставил перед собой задачу в 2010 году вовлечь в работу по развитию производственных систем своих поставщиков, дилеров и обслуживающие центры. Применяя систему «Канбан», предприятие уходит от не создающего ценности хранения на складе и соответственно лишних перемещений, от перепроизводства, сокращается время ожидания и т.д. Применив

систему «Канбан» только для трёх наименований комплектующих, ожидается 3 644 532 руб. экономического эффекта в год.

Активно занимаясь снижением затрат с помощью инструментов бережливого производства, в ОАО «КАМАЗ» был накоплен значительный опыт по выявлению потерь. 50% проблем решается путем использования простейших инструментов и технологий, благодаря повышению трудовой дисциплины, сортировке, упорядочению, наведению чистоты. К примеру, в этот период с производственных площадей предприятия было убрано 10 тысяч штук крупногабаритной тары, что позволило снизить запасы комплектующих на сборочных линиях в 3 раза.

В ОАО «КАМАЗ» выстроена отлаженная система управления процессами развития и дальнейшего совершенствования производственной системы. Ежегодно ПСК устанавливает целевые показатели таким образом, чтобы их невозможно было достичь без качественного повышения стандартов работы персонала. Для повышения мотивации и вовлечения персонала компании в процесс постоянных, непрерывных улучшений в ОАО «КАМАЗ» с 2006 года организована системная работа по подаче, рассмотрению и внедрению предложений на совершенствование. Здесь учитываются мнения и предложения каждого сотрудника предприятия.

Таким образом, бережливое производство открывает перед предприятием большие возможности по повышению эффективности и укреплению позиций на рынке и является наиболее перспективной моделью организации бизнеса.

Литература

1 Джеймс, П. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / П. Джеймс, Т. Джонс; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 478 с.

2 Масааки, И. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний / И. Масааки; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 274 с.

3 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://www.leansigma.ru/go>, свободный.

4 Электронный ресурс. – Режим доступа : <http://www.kamaz.ru/>, свободный.

Шайхутдинова Г.И.,

студентка

Нижекамского химико-технологического института КГТУ

Научный руководитель: Дырдонова А.Н.,

кандидат экономических наук, доцент,

Нижекамский химико-технологический институт КГТУ

ПРИМЕНЕНИЕ ЯПОНСКОЙ МОДЕЛИ МЕНЕДЖМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрение японского стиля управления весьма актуально для российской экономики, обладающей на текущий момент собственной, притом достаточно неэффективной, моделью менеджмента и нуждающейся в новом стиле управления.

В зависимости от используемой теоретической концепции или модели исследователи по-разному выделяют характерные признаки и особенности японского менеджмента, но, как правило, везде присутствуют как минимум три особенности: пожизненный найм, система продвижения по старшинству и пофирменные профсоюзы.

Помимо этого, можно выделить еще ряд особенностей японской модели менеджмента:

– единовременное рекрутирование – академический календарь в японских учебных заведениях длится с апреля по март. Это означает, что учащиеся оканчивают учебное заведение в марте. Финансовый год в большинстве японских компаний начинается также в апреле и заканчивается в марте. В результате почти все работники рекрутируются и устраиваются на работу в апреле. В отличие от Европы и США, где прием на работу осуществляется в течение года в зависимости от потребности в рабочей силе, большинство японских предприятий не принимает на работу людей в середине года (финансового). Новые выпускники университетов и средних школ являются основным источником пополнения числа занятых.

– Производственное обучение – японская компания принимает выпускников университета на работу в качестве людей с высшим образованием, но никак не специалистов. С первого апреля они не приступают непосредственно к работе, а для них организуется специальный курс обучения и воспитания, призванный наиболее быстро и рационально адаптировать новых работников к стилю и

методам работы в фирме. Формы адаптации могут быть различными: лекционные и семинарские занятия непосредственно в фирме; выездные занятия в отеле или кемпинге с приглашением специалистов и экспертов со стороны; выездной групповой тренинг в кемпинге. Последняя форма является наиболее распространенной и считается более эффективной, чем другие. Группа вновь принятых сотрудников вместе с несколькими опытными работниками фирмы в течение нескольких недель находится в уединенном месте, как правило, в горах, где происходит знакомство с процедурами, традициями и ритуалами, принятыми в фирме, читаются лекции и проводятся практические занятия, которые перемежаются занятиями спортом и совместным проведением досуга.

В ходе указанных разнообразных занятий происходит быстрое и органичное «вживание» молодого специалиста в организм фирмы, он проникается духом коллективизма, познает правила и приемы «командной игры», что особенно важно, так как основной принцип формирования подразделений в фирмах Японии – это групповой принцип [1, 2].

– Принятие решений «снизу вверх» – процесс принятия решений в японских компаниях отличаются следующие три момента: выработка решений идет по линии «снизу – вверх», она основана на принципе разделения риска и ответственности, решения принимаются на основе консенсуса путем проведения многочисленных переговоров и консультаций между всеми заинтересованными сторонами. В этом плане японскую модель принятия решений можно назвать демократичной.

На принципах разделения ответственности и достижения консенсуса основана работа широко известных кружков контроля качества, малых групп, групп бездефектного производства и т. д.

– Программы благосостояния работников – многие японские компании обеспечивают широкий набор форм социальной поддержки и программ благосостояния для работников. Например, компании не обеспечивают работников жильем, считая, что это личное дело каждого, но тем не менее молодым работникам, не имеющим собственного жилья, предоставляется место в жилых домах компании, оборудованное и обставленное мебелью, или кредит для покупки жилья под очень низкий процент.

– Культура, ориентированная на коллектив и семью – одной из

основных особенностей японского менеджмента является упор на приверженность к группе, групповая психология. Ни в какой другой человеческой общности так высоко не оценивают групповую атмосферу, психологический климат в группе, как в Японии. Японский менеджмент, основанный на коллективизме, использует весь спектр морально-психологических рычагов воздействия на личность. И прежде всего, это чувство долга перед коллективом, что в японском менталитете почти тождественно чувству стыда. Учитывая то, что налоговая система работает на усреднение доходов и материального состояния населения, в обществе минимально расслоение по благосостоянию, это и дает возможность использовать чувство коллективизма максимально эффективно [3].

На протяжении десятилетия японский опыт управления активно изучают во многих странах мира. Пристальный интерес к методам управления своих тихоокеанских соседей и опасных конкурентов проявляют в США, где постепенно приходят к выводу о неэффективности многих традиционных для западной цивилизации принципов управления, связанных с нерациональным использованием человеческих ресурсов. Японская же система управления, по мнению многих исследователей, позволяет наиболее полно использовать знания и навыки сотрудников при достижении целей предприятия. В последнее время всё большее число американских предприятий внедряют приёмы и методы японской модели управления, позволяющие создавать условия для более производительной работы сотрудников.

Вероятно, для наиболее эффективного управления российскими предприятиями целесообразно и доступно интегрировать лучшие достижения как западного, так и японского менеджмента, оптимально их сочетая. Это утверждение связано с тем, что:

– Россия возникла и находится в географической области взаимодействия восточных и западных культурных, философских и религиозных моделей мироустройства, поэтому она может без чрезмерных усилий, не опасаясь утраты самоидентификации, воспринять наиболее рациональные черты как западной, так и восточной культур управления.

– В общественном сознании жителей Японии и России совершается переход от коллективных ценностей к индивидуальным.

– Японский стиль управления активно изучается, адаптируется

и заимствуется в деятельности многих компании за пределами Японии, особенно в промышленно развитых странах (например, в США и странах Западной Европы), который, в свою очередь, активно внедряется в экономику России и стран СНГ, привнося в наши управленческие методы не всегда адаптированный к отечественным условиям синтетический опыт менеджмента [4].

Целесообразно использовать в деятельности российских компаний элементы японской системы подготовки на рабочем месте. По нашему мнению, на многих российских предприятиях сегодня уделяется излишнее внимание проверке специальных профессиональных знаний соискателей работы и особенно наличию у них значительного опыта работы в других организациях. При этом у немногих предприятий существуют собственные программы обучения сотрудников. В японских компаниях, напротив, за редким исключением не требуют от образовательных учреждений специальной узкой подготовки и учитывают при приеме на работу главным образом общий кругозор работников и их способность вжиться в коллектив. Предприятия сами обучают сотрудников необходимым узким навыкам. Современным российским предприятиям необходимо внедрять такую практику и одновременно создавать собственные системы внутрифирменного обучения, чтобы не упускать перспективных потенциальных сотрудников, не имеющих узкоспециализированных знаний, а также обеспечивать профессиональный рост работников.

Руководству российских предприятий необходимо обратить особое внимание на современную японскую систему оплаты труда. Создание мотивационной среды на японских предприятиях, прежде всего, заключается во внедрении стимулирующих методов оплаты труда. Сегодня в Стране восходящего солнца уменьшается фиксированная часть заработной платы (притом, что она остается весьма высокой, чтобы быть привлекательной для завлечения работников с высоким потенциалом. Переменная же часть заработной платы опережающе возрастает и становится все важнее для удовлетворения жизненных потребностей. Гибкость оплаты позволяет вознаградить даже краткосрочную эффективность или небольшое личностное усовершенствование.

Российским предприятиям необходимо заимствовать наиболее рациональные методы японской системы оплаты труда. К таким

методам можно отнести системы «плавающих» окладов, системы распределения доходов работника на основе экспертной оценки и бестарифные системы оплаты труда.

Все предложенные методы по повышению эффективности деятельности предприятий можно оценить как весьма эффективные, ввиду того, что затраты на проведение необходимых мероприятий по осуществлению в жизнь вышеуказанных предложений, оправдываются и окупаются результатами, полученными от внедренных нововведений путем значительного повышения уровня работы персонала.

Литература

1 Аоки, М. Фирма в японской экономике: Информация, стимулирование и заключение сделок в японской экономике / М. Аоки. – СПб. : Лениздат, 2006. – 158 с.

2 Имаи, М. Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний / М. Имаи. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 252 с.

3 Куликов, Г. В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности / Г. В. Куликов. – М. : Экономика, 2005. – 380 с.

4 Оучи, У. Методы организации производства (японский и американский подходы) / У. Оучи. – М. : Экономика, 2007. – 100 с.

Аксенова Н.А.,

начальник управления по вопросам административной реформы министерства экономики РТ, Казань

К ВОПРОСУ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ

Сегодня в России и мировом научном и экспертном сообществе постепенно затихают теоретические и практические дискуссии о причинах и последствиях глобального финансового кризиса. Уроков этот кризис преподал немало, однако необходимо отметить один из наиболее важных, проверивших устойчивость системы государственного управления - все прогнозы развития кризиса, по сути, походили скорее на угадывание предстоящих событий. Ши-

роко используемые в практике государственного управления методы прогнозирования, как правило, основаны на экстраполяции. Они не могли дать должного эффекта в сложившейся ситуации. Дело в том, что за 15 месяцев острой фазы кризиса оказались сломанными все сформировавшиеся до его начала тренды. Все макроэкономические прогнозы стали основываться на оценках экспертов. В результате в посткризисный период, подводя итоги результатов анализа потерь и упущений, стало возможным оценить адаптивность и динамизм системы государственного управления. По мнению экспертов, не были использованы многие эффективные управленческие инструменты в ней. Инерционность системы сохранилась на уровне, допустимом лишь для периода стабильного экономического развития России и ее регионов.

Основой практически любой деятельности в экономике и социальной сфере является прогноз. На его основе уже затем осуществляется планирование действий и мероприятий. Можно сказать, что прогноз макроэкономических показателей является основным элементом планов всех органов власти и хозяйствующих субъектов.

Как показывает мировая практика, одним из наиболее эффективных инструментов в системах государственного управления является применение моделей имитационного и ситуационного прогнозирования. Для этих целей создаются ситуационные центры, использование возможностей которых позволяет оперативно реагировать на изменение угроз и рисков для социально-экономического развития. В общем случае ситуационный центр – это программно и аппаратно организованный комплекс рабочих мест для высших должностных лиц, принимающих принципиальные управленческие решения. Ситуационный центр позволяет обеспечить информационную поддержку анализа проблемных ситуаций, процедур подготовки и принятия решений.

Целью создания ситуационного центра является обеспечение обоснованности проектов управленческих решений, принимаемых органами власти. Его работа осуществляется, как правило, с использованием статистической информации, данных социологических исследований, инсайдерской и другой информации с использованием современных информационных технологий, позволяющих собрать необходимые данные в реальном масштабе времени и

в удобном для решателя виде.

Для технологического оснащения ситуационного центра очень важно обеспечить разработку моделей прогнозирования возможных сценариев развития ситуации. Модель – создаваемое человеком подобие изучаемых объектов: макеты, изображения, схемы, словесные описания, математические формулы, карты и т.д. Модели всегда проще реальных объектов, но они позволяют выделить главное, не отвлекаясь на детали. Ситуационная модель – модель, представляющая собой описание ситуаций, в которых предстоит действовать изучаемому объекту.

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОДЕРЖАНИЕ СИТУАЦИОННОГО ЦЕНТРА МОЖЕТ СОСТОЯТЬ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ БЛОКОВ:

- мониторинг первичных и производных параметров;
- анализ информации;
- моделирование (ситуационное, имитационное);
- экспертные сессии;
- групповой и индивидуальный анализ функциональной деятельности органа власти в процессе принятия управленческих решений.

В настоящий момент в мире существует 300 ситуационных центров, используемых правительствами различных стран, а также руководителями крупных корпораций. Так, Президента США обслуживают четыре ситуационных центра. Несколько десятков ситуационных центров существует в Европе. Например, в Норвегии их 10. Один из самых технически оснащенных ситуационных центров находится в распоряжении правительства Германии и служит для углубленного анализа социальных, экономических и политических проблем.

В России сейчас наблюдается резкое увеличение интереса к ситуационному подходу в различных сферах человеческой деятельности: на крупных предприятиях создаются специальные комнаты и центры для анализа работы подразделений и филиалов; в аналитических отделах используются методы ситуационного моделирования для прогнозирования событий и реинжиниринга; в образовательных учреждениях внедряются методы ситуационного обучения. В результате активного развития этого направления существенно расширился класс ситуационных систем. Сегодня концепция создания ситуационных центров в России весьма популярна. В

России одним из первых прообразов ситуационного центра стал оперативный штаб по ликвидации последствий Чернобыльской катастрофы в 1986 г. На основе отработанных в нем решений был создан ситуационный центр руководства МЧС.

Ситуация есть оценка (анализ, обобщение) совокупности характеристик объектов системы и связей между ними, которые находятся в постоянных и причинно-следственных отношениях, зависящих от произошедших событий и протекающих процессов. Обобщенное описание системы с помощью ситуаций называется ситуационной моделью. Набор таких моделей определяется приоритетностью решения стоящих перед органами власти задач, а также степенью формализации алгоритмов, закладываемых в однофакторные и многофакторные модели, которые делятся на различные типы, такие как:

- модели экономического роста;
- модели движения и использования инвестиционных потоков;
- модели влияния принимаемых управленческих решений на хозяйственное поведение экономических субъектов;
- модели изменения структуры рынка трудовых ресурсов и т.д.

Очевидно, что создание полноконтурных ситуационных центров в стране и ее регионах, а также управленческой культуры их использования существенно облегчило бы задачи прогнозирования в системах государственного управления не только в период кризиса, но и сегодня в посткризисный период.

Тем более, что задачи по развитию приоритетных направлений, поставленные Президентом Российской Федерации в его Послании Федеральному собранию на 2011 год требуют переосмысления всей совокупности управленческих технологий. Как никогда, важно разрабатывать и вводить в действие новые управленческие инструменты, к которым, безусловно, относятся технологии с использованием ситуационных центров.

*Низамутдинова И.К.,
студентка
Нижекамского химико-технологического института КГТУ
Научный руководитель: Султанова Д.Ш.,
доктор экономических наук, профессор,
ГУ «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук РТ», г. Казань*

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Технологическая модернизация производства в рамках реализации промышленной политики напрямую связана с возможностями инновационного развития экономики в целом. В данном нами определении промышленной политики (это комплекс мер, направленных на изменения структуры промышленности с целью перехода на инновационный путь развития, основанный на существующих в настоящий момент институтах и традициях) инновационная составляющая также является базовым элементом. И следует отметить, что именно в этом направлении у России есть ряд некоторых конкурентных преимуществ, которые могут быть реально задействованы на мировом рынке, несмотря на существующие серьезные проблемы. Это такие направления развития промышленности и инновационных технологий, как: ракетно-космическая и авиационная промышленность, атомная отрасль, производство вооружений, машиностроение в энергетической сфере, судостроение, ряд направлений в развитии нанотехнологий, в том числе в биологии и геномной инженерии. В настоящий момент наша экономика все еще обладает потенциалом и ресурсами, достаточными для перехода к инновационному пути развития в случае мобилизации внутренних возможностей. К таким возможностям и преимуществам, по нашему мнению, в частности можно отнести:

- высокий уровень образованности населения (по доле населения с высшим образованием Россия по-прежнему занимает одно из первых мест в мире);
- наличие целого ряда собственных научных школ;
- сохранившийся в ряде отраслей развитый научно-

производственный потенциал;

- богатые природные ресурсы, обеспечивающие внутренние потребности в энергоносителях и сырье;
- огромная территория и потенциально емкий внутренний рынок.

Еще пока сохраняются объективные возможности путем резкого наращивания инновационной активности перейти на тренд опережающего развития. Таким образом, сегодняшний выбор стратегии фактически предопределяет будущее развитие страны на многие десятилетия.

В тоже время нужно отметить, что проводимые рыночные реформы до настоящего момента не привели в развитие России элемента «экономики знаний». Именно поэтому в последние годы в России все больше увеличивается число ученых, скептически оценивающих уровень внутреннего научного и технического потенциала и способность страны к интеллектуальному прорыву в ряде отраслей производства в ближайшей или даже среднесрочной перспективе. Это обосновывается тем, что распадаются многие научные школы, нарушилась преемственность поколений, занятых в НИОКР, отток интеллектуального капитала за границу продолжается. В некоторых областях исследовательский и проектно-конструкторский потенциал вообще можно считать утраченным. На его восстановление потребуются долгие годы, а, скорее всего, даже жизнь целого поколения, то есть 25-30 лет [3]. Со всем этим трудно не согласиться.

Объем инвестиций в научный сектор российской экономики не сопоставим с его потребностями. Внутренние затраты на НИОКР составляют в России около 1,1%-1,2% ВВП против 2,2% в странах ЕС, 2,5% в США и 3% в Японии. В абсолютном выражении российские затраты на НИОКР примерно равны расходам на эти цели компании «Фольксваген» и немногим больше половины аналогичных затрат компании «Форд» [1]. Сегодняшний объем финансирования отечественных НИОКР примерно соответствует затратам начала 60-х гг. [2]. Сокращение НИОКР обернулось снижением числа создаваемых новых технологий и утратой конкурентоспособности целым рядом отечественных товаров.

Таблица 1 – Расходы на НИОКР

Страна	Отчисления на НИОКР в % от ВВП (2006 г.)
США	2,7%
Япония	3,2%
Финляндия	3,5%
Швеция	4%
Россия	1% 1,6% – прогноз на 2011 г. 4% - прогноз на 2020 г.

В рыночной экономике необходимые для научного инновационного прорыва средства могут поступать из двух источников: либо от частного бизнеса, либо от государства. Однако частный бизнес вкладывает средства в инновации лишь постольку, поскольку это необходимо для выживания в жесткой конкурентной среде. Что касается государства, оно финансирует исследования и разработки очень скупо. Ограниченные объемы финансирования не позволяют доводить инновационную продукцию до стадии конечной реализации.

Таблица 2 – Внутренние затраты на исследования и разработки по источникам финансирования (млн. руб.)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Все затраты в том числе по источникам финансирования:	135004,5	169862,4	196039,9	230785,2	288805,2	371080,3	431073,2
средства бюджета	77418,9	99260,5	116808,4	140463,8	173482,4	228449,2	272098,8
собственные средства научных организаций	12989,7	16295,7	17289,1	20743,8	25599,2	30555,8	35855,1
средства внебюджетных фондов	5559,7	4529,5	4870,9	4048,3	4752,2	6649,6	6343,7

средства организаций предпринимательского сектора	27881,9	34070,8	41933,0	47759,8	56939,9	77491,6	89959,7
средства высших учебных заведений	169,3	197,5	194,9	181,2	592,1	890,0	518,1
средства частных некоммерческих организаций	124,5	240,2	90,1	60,4	239,0	248,3	674,9
средства иностранных источников	10860,5	15268,2	14853,5	17528,0	27200,5	26795,8	25622,8

Тем не менее, как видно из таблицы 2, именно бюджетные средства являются до сих пор в России главным источником для проведения исследований и разработок. В то же время следует учитывать, что ведущие мировые страны были бы согласны с текущим положением, когда российская экономика рассматривается только в качестве источника сырья и рынка сбыта готовой продукции.

Литература

- 1 Нарышкин, С. Инновационная составляющая инвестиционных процессов / С. Нарышкин // Вопросы экономики. – 2007. – № 5. – С. 54.
- 2 Оболенский, В. Внешняя торговля России: темпы сверхвысокие, товарное наполнение прежнее / В. Оболенский // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – №1. – С. 85.
- 3 Поляков, В. Сырьевая ориентация российского экспорта / В. Поляков // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – №1. – С. 90.
- 4 Источник: Российский статистический ежегодник 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru>, свободный.
- 5 Российский статистический ежегодник 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru>, свободный.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ:

НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Губина Н.В., Салахов А.Р. Исследование социальных ролей в учебной группе	4
Александрова И.В. Алкогольная катастрофа в период Экономического кризиса в России	8
Аппакова Е.Г., Большакова Н.С., Шарипова Л.Р. Способность к инновациям	12
Бабаева В.А., Муллахметова Г.Р. Распределение социальных ролей и статусов в малой группе.....	13
Большакова Н.С. Совершенствование системы управления бытовыми отходами в Республике Татарстан	20
Галимова Л.Ф. Конфликтная напряженность в учебной группе.....	24
Замалетдинова А.И. Внутренние коммуникации в организации	26
Купцова А.С. Управление информацией как инструмент совершенствования организации	29
Ломова Я. Проблемы молодежной политики	31
Миннуллина Г.Р. Проблемы межкультурной коммуникации в современном мире	33
Муртазина А.А. Управление внутренней средой организации.....	37
Никитина А.Г. Групповые социальные нормы	40
Никитина А.Г. Проблема мотивации персонала.....	42
Романова Р.Г., Прынь Ю.В. Конфликты как фактор динамики.....	45
Нуртдинова А.И. Сплоченность как важнейший показатель жизнедеятельности группы.....	51
Самигулова А.Р., Лаврикова Н.С. Лидерство в группе.....	55
Бабаева В.А., Муллахметова Г.Р. Освещение социальных проблем в печатных СМИ.....	58
Шарипова Л.Р. Информационная составляющая целевого управления на муниципальном уровне	62
Чатанова М.Н. Лидерство как инструмент управления	67
Шамсиева В.Р. Управление негосударственным пенсионным обеспечением: прошлое и настоящее.....	70
Губина Н.В., Мрясов А. Активность и напряженность в учебной группе.....	74
Гуржий Б.И. Различные подходы к определению термина «инновация».....	81

СЕКЦИЯ 2. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ

Закирова А.Р. Проблемы систематизации законодательства субъектов РФ об административной ответственности.....	85
---	----

Зотеева Н.А. Правовые аспекты управления потребительской политикой ..	89
Лаврикова Н.С. Правовое регулирование чрезвычайных ситуаций по законодательству РФ.....	92
Рябова Л.В. Антикризисные налоги	95
Чухнина К.А. Проблемы управления качеством продуктов питания в России.....	98

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Буланова С.Б. Управление предприятием в условиях кризиса	104
Буланова С.Б. Концепции государственного регулирования маркетинга промышленной политики в России.....	107
Габдрахманова Л.Р. Способы совершенствования качества продукции ОАО «Нижекамскшина».....	109
Гайнутдинова М.Г. Управление предприятием.....	113
Галимова А.Р. Влияние изменения банковской ставки на систему ипотечного кредитования в Республике Татарстан.....	117
Гатауллина Г.М. Система государственного управления ставки рефинансирования в РФ.....	121
Гимадиева А.И. Управление денежными потоками предприятия	124
Гурьянова А.Г. Управление качеством продукции предприятий нефтехимической отрасли	126
Ибрагимова Э.В. Управление сбытовой политикой ОАО «Нижекамскшина»	131
Исакова В.В. Развитие движения рынка капитала в банковском секторе ..	136
Леонтьева А.В. Управление качеством и конкурентоспособностью на предприятии	141
Мельникова А.А. Аутстаффинг.....	145
Микульская М.В. Система управления собственными ресурсами «АК БАРС» Банка	149
Мухаметдинова Л. Р. Система управления рынком капитала России.....	153
Семенова О.А. Управление инвестиционной привлекательностью территории	157
Хузина А.Р. Антикризисное управление	161
Чесновский С.В. Бережливое управление на предприятиях Татарстана	165
Шайхутдинова Г.И. Применение японской модели менеджмента в деятельности российских предприятий.....	170
Аксенова Н.А. К вопросу прогнозирования макроэкономических параметров	174
Низамутдинова И.К. Инновационная составляющая промышленной политики.....	178

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ И СООБЩЕНИЙ

Корректор Габдурахимова Т.М.
Худ. редактор Федорова Л.Г.

Сдано в набор 24.02.2011.
Подписано в печать 1.03.2011.
Бумага писчая. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 11,5. Тираж 100.
Заказ №12.

НХТИ (филиал) ГОУ ВПО «КГТУ», г. Нижнекамск, 423570,
ул. 30 лет Победы, д. 5а.