



СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

**Сборник научных статей
по результатам III Международного конгресса
молодых ученых
по проблемам устойчивого развития**

В 10-ти томах

Том 9

*Под редакцией
доктора экономических наук Е.Н. Харитоновой
кандидата педагогических наук П.В. Галочкина
доктора экономических наук М.А. Морозова
кандидата экономических наук, П.С. Щербаченко
доктора экономических наук Е.В. Васильевой*

**RU
science**
RU-SCIENCE.COM

Москва
2017



THE COUNCIL OF YOUNG SCIENTISTS

VIEW OF YOUNG SCIENTISTS ON THE PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Collection of scientific articles according
to the results of the III International congress
of young scientists on sustainable development**

In 10 vols

Part 9

*Under the editorship of
E.N. Kharitonova, P.V. Galochkin
M.A. Morozov, P.S. Shcherbachenko, E.V. Vasilyeva*

Moscow
2017

УДК 30:33:65

ББК 65

В40

Рекомендовано к изданию собранием Совета молодых ученых
Финансового университета (протокол № 5 от 30 июня 2017 г.)

Рецензенты:

Е.Н. Харитонов, профессор департамента менеджмента
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации», д-р экон. наук, проф.,

Л.А. Костыгова, доцент кафедры «Экономика» НИТУ
«МИСиС», канд. экон. наук

Ответственные редакторы

Е.Н. Харитонов, д-р экон. наук,

П.В. Галочкин, канд. пед. наук,

М.А. Морозов, д-р экон. наук,

П.С. Щербаченко, канд. экон. наук,

Е.В. Васильева, д-р экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый уни-
верситет при Правительстве Российской Федерации»

В40

Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития :
сборник научных статей по результатам III Международного конгресса
молодых ученых по проблемам устойчивого развития / кол. авторов ;
под ред. Е.Н. Харитоновой, П.В. Галочкина, М.А. Морозова,
П.С. Щербаченко, Е.В. Васильевой, В 10 т. Т. 9. — Москва :
РУСАЙНС, 2017. — 350 с.

ISBN 978-5-4365-2419-1

Сборник научных статей представляет собой обобщение результа-
тов научных исследований молодых ученых – студентов магистратуры
и бакалавриата, аспирантов, научно-педагогических работников, специали-
стов, работающих в реальном секторе экономики, по результатам III Между-
народного конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития.

*Материалы сборника рассчитаны на практических работников
коммерческих и государственных организаций, а также научно-
педагогических работников и студентов.*

УДК 30:33:65

ББК 65

ISBN 978-5-4365-2419-1

© Коллектив авторов, 2017

© ООО «РУСАЙНС», 2017

Recommended for publication by the meeting of the Council of young scientists of the Financial University (Protocol No. 5 from June 30, 2017)

Reviewers:

- E.N. Kharitonova**, doctor of economics, Financial University under the Government of the Russian Federation,
L.A. Kostygova, candidate of economics, National University of Science and Technology “MISIS”

Executive editors:

- E.N. Kharitonova**, doctor of economics,
P.V. Galochkin, candidate of pedagogical sciences,
M.A. Morozov, doctor of economics,
P.S. Shcherbachenko, candidate of economics,
E.V. Vasilyeva, doctor of economics, Financial University under the Government of the Russian Federation

View of young scientists on the problems of sustainable development : collection of scientific articles according to the results of the III International congress of young scientists on sustainable development / the team of authors ; under the editorship E.N. Kharitonova, P.V. Galochkin, M.A. Morozov, P.S. Shcherbachenko, E.V. Vasilyeva. In 10 vols. Part 9. – Москва : РУСАЙНС, 2017. – 350 p.

ISBN 978-5-4365-2419-1

Collection of scientific articles represents the generalization of the results of research master students and PhD students, researchers and teachers, professionals working in the real sector of the economy, according to the III International congress of young scientists.

The collection is designed for practitioners of commercial and government organizations, as well as academic staff and students.

ISBN 978-5-4365-2419-1

© The team of authors, 2017

© ООО «РУСАЙНС», 2017

Содержание

Харитонова Е.Н. ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2017 ГОДУ(ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО)	9
КРУГЛЫЙ СТОЛ «СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ»	16
Ковалева А.В. Показатель совершенного заказа как инструмент оценки деятельности компании	17
Басыгина Е.А., Рекунова Н. И. «Зеленая» экономика и сопутствующие проблемы операционного менеджмента в организации	25
Бахарева М.А., Буянова Н. А. Управление качеством	31
Болотаева В.Б. Развитие операционного менеджмента и его роль в современных организациях	38
Ванюк Е.В., Талаеринов М.А. Управление бизнес-процессами: акцент на преимуществах.....	43
Гераськина Е.Д. Современные методы оптимизации управления стоимостью в отрасли черной металлургии.....	49
Гермаш В.А., Кумская А.А. Эволюция информационных систем управления при построении бизнес-процессов, как новый этап в развитии коммуникационного менеджмента.....	56
Исаков Н.А. Проблемы образовательных проектов организации и инновационные пути их решения	64
Кебадзе Е.А. Особенности и перспективы применения облачных технологий в моделировании и организации бизнес-процессов компании	68
Колесник П.Д. Информационные технологии в операционном менеджменте	75
Комлев И.В. Эффективность применения технологий обучения персонала при сетевом взаимодействии на примере ФГБОУ ВПО «КНИТУ» и ПАО «Татнефть»	82

Ксенфонтов А.А. Использование современных подходов моделирования бизнес-процессов на примере федеральной налоговой службы РФ	91
Кумская А.А. Проблемы при имплементации agile-методологий в российских компаниях и возможные пути их решения	98
Лапенкова М.Ю. Роль проектного управления в контексте устойчивого развития малого и среднего инновационного предпринимательства	105
Лылова Ю.С. Аутсорсинг как средство повышения устойчивости компании	115
Мухин К.Ю. «Business agility»: свежий взгляд на естественную эволюцию проектных подходов	123
Романова Ю.В. Изменение роли персонала в результате реинжиниринга компании	138
Симакова Л.Д. Казимирский М.С. Развитие динамики автомобильного бизнеса в России. Стратегия 2020	144
Трифорова В.Ю. Разработка эффективной системы управления операционной деятельностью организации	153
Цветкова И.Г. Операционный риск и качество капитала кредитной организации	159
Чернухина Т.Н. Проблемы целеполагания в управлении проектами	166
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЭВОЛЮЦИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И МАССОВОГО СПОРТА В РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ»	172
Ахмедеева А.Р., Сеурцова Е.И. Актуальность ведения здорового образа жизни и организации рационального питания в условиях кризиса	173

Шебанков А.П., Перфилова В. Д., Слесарчук А.О. Разработка мобильного приложения «physical education» для студентов РЭУ им. Г.В. Плеханова	181
Дрюкова Е.В. Пути развития физической культуры и массового спорта в России на основе советской системы физического воспитания	189
Иванова Т.И. Продвижение инновационных технологий в физическое воспитание студентов.....	196
Суровова И.Э., Борисова Е.С. Проблемы развития киберспорта в России.....	202
Евлахова Д.О. Эволюция фигурного катания в России: перспективы, проблемы и пути их решения	209
Федотов П.А., Михайлов А.А., Элиор А.О. Влияние распорядка учебного дня на работоспособность и концентрацию и оптимизация временных затрат на учебный процесс	215
Кулаева Е.И., Мадунц К.А., Поддубная Е.В. Конкретизация задач частно-государственного партнерства по обеспечению здоровья и повышения физической активности населения	222
СЕКЦИЯ «ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ»	229
Лукьяненко Н.А. Продвижение экологического туризма в волгоградской области на примере природного парка «Волго-Ахтубинская пойма»	230
Мотагали Я.Б. Особенности управления отношениями с потребителями в сфере туризма	236
Гнатенко В.Г. Функционирование гостиничной индустрии в рамках концепции устойчивого развития.....	244
Кудрявцева А.В. Smart-технологии в формировании образа выпускника будущего на примере туризма и гостиничного бизнеса.....	250
Садыкова Д.М. Устойчивое развитие туризма в республике Татарстан: особенности, проблемы, перспективы.....	257

Небогатикова А.А. Особенности использования историко-культурного наследия России в качестве объектов туризма.....	264
Маринин Г.С. Новации в туристской индустрии в современной России.....	269
Иванова В.А. Проблемы устойчивого развития туризма в Венеции.....	276
Лялина Е.А. Устойчивое развитие туристской и гостиничной индустрии на примере Мурманской области	283
Григорьева А.В., Лазарева А.С., Волкова К.А. Перспективы развития пожарно-прикладного спорта в Российской Федерации	289
Потапова С.Р. Парадигмы развития российской благотворительности	298
Колесова А.С., Потапова Ю.О. Санаторно-курортный отдых.....	305
Иванова Ю.О. Образовательный туризм как перспективное направление развития туризма регионов.....	313
СЕКЦИЯ «КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА».....	319
Поборцева Н.А., Романова Ю.В. Проблемы корпоративного управления в группе компаний.....	320
СЕКЦИЯ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ».....	325
Мирзоян М.В. Применение онтологического подхода в управлении компетенциями госслужащих.....	326
Радостева М.В. Применение нейронных сетей: построение модели для оценки рыночного риска	331
Сирбиладзе К.К. Использование информационных технологий в бизнесе (на примере event-агентства Menzelli Group).....	336
Кургузова Т.В., Пылаева Е.В. Выбор методологии архитектуры предприятия для коммерческого банка	343

Харитоновна Е.Н.,

д.э.н., профессор

*Председатель Совета молодых ученых Финансового университета,
профессор Департамента менеджмента Финансового университета,*

г. Москва, Россия

e-mail: eharitonova@fa.ru

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2017 ГОДУ (ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО)

Уважаемые коллеги!

Вы читаете сборник научных статей **«Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития»**, издание которого уже стало традиционным для молодых ученых Финансового университета и их коллег из других вузов России и зарубежных стран.

Этот сборник был рекомендован к изданию собранием Совета молодых ученых Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (протокол № 5 от 30 июня 2017 г.) по итогам работы **III Международного Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития** (далее – Конгресс), который проходил с 17 по 27 мая 2017 года в 21 городе России и Казахстана.

О Конгрессе молодых ученых по проблемам устойчивого развития, Финансовый университет и вузы-партнеры, 2015 – 2017 годы

За три года своего проведения Конгресс показал себя динамично развивающейся открытой дискуссионной площадкой для представления результатов научных исследований молодых ученых – от научно-педагогических работников, специалистов, работающих в реальном секторе экономики, до аспирантов, студентов магистратуры и бакалавриата (табл.)¹.

¹ Более подробную информацию о работе Конгресса в 2015 – 2016 годах – см. «Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития (вступительное слово)» к сборнику научных статей по результатам II Международного конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития. – М.: РУСАЙНС, 2017. – Т.1. – с. 9 – 10.

Основные показатели Конгресса

Год проведения	Количество площадок и мероприятий	Количество участников, чел.	Публикации
2015	10	236	1 том: ISBN 978-5-7942-1338-6
2016	21	526	1 том: ISBN 978-5-4365-1838-1 2 том: ISBN 978-5-4365-1840-4 3 том: ISBN 978-5-4365-1842-8 4 том: ISBN 978-5-4365-1843-5
2017	85	2 350	10 томов

В 2017 году Конгресс впервые проходил в «сетевой форме» в России и Казахстане на площадках следующих университетов:

- Российская Федерация (19 городов): Финансовый университет (г. Москва) и 18 филиалов Финансового университета, осуществляющих программы высшего образования (гг. Барнаул, Брянск, Владикавказ, Владимир, Калуга, Краснодар, Курск, Липецк, Новороссийск, Омск, Орел, Пенза, Санкт-Петербург, Смоленск, Тула, Уфа, Челябинск и Ярославль), Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (г. Москва);
- Республика Казахстан (2 города): Казахский национальный университет им. аль-Фараби (г. Алматы), Павлодарский государственный университет им. С. Торайгырова (г. Павлодар).

Общее количество участников сетевого Конгресса превысило 2,3 тыс. человек, из них около 800 человек – приняло участие в Конгрессе на площадках Москвы.

Докладчиками Конгресса стало более 1,5 тысяч молодых ученых:

- доктора и кандидаты наук (до 45 и 40 лет соответственно);
- аспиранты, магистранты и студенты;
- члены Советов молодых ученых и специалистов.

Модераторами отдельных секций / мероприятий Конгресса были молодые ученые, а экспертами Конгресса – ученые и / или практики (без ограничения по возрасту), которого пригласили молодые ученые Финансового университета и вузов – партнеров – соорганизаторов Конгресса.

Языки Конгресса: русский, английский, казахский.

Сборник научных статей по результатам III Международного Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития (далее – III МКМУ) был сформирован в десяти томах. Получилась следующая структура публикаций по итогам отдельных мероприятий в рамках Конгресса.

Первый том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Круглый стол «Советы молодых ученых: лучшие практики»;

Секция «Роль «зеленых» технологий в устойчивом развитии Казахстана» (площадка организатора III МКМУ – Казахский национальный университет им. аль-Фараби);

Секция «Человеческие ресурсы: основа устойчивого развития России»;

Секция «Экономика устойчивого развития» (площадка организатора III МКМУ – Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»).

Второй том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Брянский филиал Финансового университета – Круглый стол «Изменение целей и задач органов финансового контроля Российской Федерации в условиях необходимости обеспечения устойчивого роста экономики»;

Владикавказский филиал Финансового университета – Региональная конференция «Социально – экономические проблемы устойчивого развития Северо – Кавказского федерального округа»;

Курский филиал Финансового университета – Круглый стол «Проблемы и возможности обеспечения устойчивого роста экономики России»;

Омский филиал Финансового университета – Международная научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Потенциал российской экономики и инновационные пути его решения»;

Смоленский филиал Финансового университета – Круглый стол «Предпринимательство как драйвер инновационного развития региона»;

Челябинский филиал Финансового университета – Семинар-практикум «Информационная безопасность как фактор устойчивого развития экономики и бизнеса».

Третий том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Тульский филиал Финансового университета – Международная научно-практическая конференция «Социально-экономическое развитие региона: теория и практика» (1-ая часть).

Четвертый том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Тульский филиал Финансового университета – Международная научно-практическая конференция «Социально-экономическое развитие региона: теория и практика» (2-ая часть);

Барнаульский филиал Финансового университета – IX Международная научная конференция студентов и магистрантов «Современный специалист-профессионал: теория и практика»;

Краснодарский филиал Финансового университета – Региональная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых;

Круглый стол «Стратегические приоритеты устойчивого развития реального сектора экономики современной России: проблемы, возможности, перспективы»;

Секция «От импортозамещения к эффективной экономике: национальная стратегия и экономическая безопасность».

Пятый том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Круглый стол «Структурные реформы в банковском секторе: поддержки, последствия, неопределенность»;

Круглый стол «Тренды маркетинга и логистики на рынке финансовых услуг в условиях новой нормальности»;

Круглый стол «Экономическая и финансовая безопасность России в условиях санкций и антисанкций»;

Секция «Финансовые рынки под влиянием стимулирующих мер центральных банков».

Шестой том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Открытая дискуссия «Инструменты развития бизнеса в условиях формирования цифровой экономики»;

Панельная дискуссия «Контурь устойчивого финансового развития России: проблемы и пути достижения»;

Панельная дискуссия «Лучшие практики управления общественными финансами»;

Панельная дискуссия «Новые подходы к государственному и муниципальному управлению»;

Секция «Корпоративные финансы и стоимостная оценка в цифровой экономике: стратегия развития и новые технологии»;

Секция «Россия и нефть: финансовые, политические и технологические аспекты»;

Секция «Трансформация финансовых стратегий, формирующих устойчивое развитие компаний».

Седьмой том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Секция «Информационно-аналитическое и контрольное обеспечение устойчивого развития экономических субъектов».

Восьмой том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Круглый стол «Моногорода и градообразующие организации: проблемы и перспективы развития»;

Круглый стол «Перспективы развития Евразийского Экономического Союза»;

Круглый стол «Россия и Европейский Союз: диалог на равных»;

Круглый стол «Социальная толерантность как фактор устойчивого развития общества»;

Секция «Условия деятельности банков: изменения в сфере правового регулирования банковского сектора»;

Форум «Международное сотрудничество в целях ускорения устойчивого развития».

Девятый том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Круглый стол «Современные проблемы управления бизнес-процессами и управления проектами в организации»;

Научно-практическая конференция «Эволюция физической культуры и массового спорта в России: перспективы, проблемы и пути их решения»;

Секция «Вопросы устойчивого развития туристской и гостиничной индустрии»;

Секция «Корпоративное управление и устойчивое развитие бизнеса»;

Секция «Технологические вызовы новой экономике и информационному обществу».

Десятый том сборника научных статей по результатам работы ряда мероприятий III МКМУ:

Дискуссия «Страховой интерес»;

Круглый стол «Мезоэкономика устойчивого развития: новые векторы менеджмента и современные бизнес-модели предпринимательства»;

Секция «Актуальные правовые проблемы соотношения частных и публичных интересов в финансовой сфере».

В статьях сборника рассматриваются дискуссионные взгляды молодых ученых на проблемы устойчивого развития.

Материалы сборника рассчитаны на практических работников коммерческих и государственных организаций, а также научно-педагогических работников и студентов.

ПРИГЛАШЕНИЕ НА IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ ПО ПРОБЛЕМАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ (IV МКМУ)

Молодые ученые Финансового университета и вузов-партнеров планируют продолжить свою научную дискуссию на площадках IV Международного Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития (далее – IV МКМУ).

В Финансовом университете **17 – 27 мая 2018 года** планируется проведение **IV МКМУ** также в «сетевой форме», которая зарекомендовала себя как успешная коллаборация молодых ученых разных стран.

Кто может стать модератором отдельной секции / мероприятия IV МКМУ? – молодой ученый из Финансового университета или вуза-партнера (с учетом ограничения по возрасту).

Кто может стать экспертом отдельной секции / мероприятия IV МКМУ? – ученый и / или практик из любой организации (без ограничения по возрасту), которого пригласили молодые ученые – модераторы секции / мероприятия Конгресса.

Кто может стать докладчиком IV МКМУ? – Только молодой ученый! В частности:

- доктора и кандидаты наук (до 45 и 40 лет соответственно);
- аспиранты, магистранты и студенты;
- члены Советов молодых ученых и специалистов.

Языки IV МКМУ: русский, английский, испанский, итальянский, казахский, китайский, немецкий, французский и др. (по рекомендации модераторов отдельного мероприятия Конгресса).

Кроме научных дискуссионных площадок в рамках IV МКМУ планируется проведение ряда культурно-массовых и спортивных мероприятий.

Ссылки для регистрации на IV МКМУ:

<http://www.fu.ru/science/smu/News/4congress.aspx>

<https://lomonosov-msu.ru/rus/event/4528/>

Приглашаются все заинтересованные лица к участию в работе IV Международного Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития!

КРУГЛЫЙ СТОЛ «СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ»

Ответственный редактор

Е.Н. Харитонова, д.э.н., проф., профессор Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Ковалева А.В.,
магистрант, 1 курс
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: kovaleva.av95@yandex.ru

Научный руководитель:
Братченко С. А.,
к.э.н., доц.
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Показатель совершенного заказа как инструмент оценки деятельности компании

Аннотация: В статье рассматривается показатель «совершенно-го заказа», и факторы его формирующие. Выделены преимущества и недостатки применения данного показателя при оценке эффективности деятельности компании в целом и логистических операций, в частности.

Ключевые слова: совершенный заказ, эффективность логистической деятельности, удовлетворенность клиента, цепи поставок.

Kovaleva A.V.,
1st year master's student
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: kovaleva.av95@yandex.ru

Scientific adviser
Bratchenko S.A.,
PhD (Econ.), Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Perfect order as a tool for assessing company's performance

Abstract: This article examines the notion of perfect order fulfillment and its underlying factors. The advantages and disadvantages related to use of such tool when assessing efficiency of the organization as a whole and logistics operations in particular are detected.

Keywords: perfect order, customer satisfaction, supply chains, logistics efficiency.

Усиливающаяся глобализация, постоянно растущие требования со стороны потребителей в значительной степени усложняют достижение успеха компаний на рынке. Все большее значение приобретает способность компании оправдывать ожидания клиентов. Современные реалии, характеризующиеся серьезным повышением уровня конкуренции, вынуждают стремиться к постоянному улучшению. Правильно выбранные метрики могут транслировать заявленные бизнес-цели в определенные действия, осуществлять мониторинг прогресса, обеспечивать обратную связь и мотивировать персонал, привязывая их вознаграждение к достижению неких показателей. С другой стороны, компании не функционируют изолированно, а так или иначе взаимодействуют друг с другом, формируя цепи поставок. Соответственно, наряду с оценкой показателей деятельности отдельных компаний возникает объективная необходимость измерения эффективности логистических цепей. Подобная оценка будет способствовать пониманию функционирования цепи, как системы, ее текущему состоянию, определению ша-

гов по налаживанию взаимодействия участников, принятию более взвешенных решений.

Наиболее часто применяющиеся метрики, к сожалению, не отражают то, насколько отлажены ключевые бизнес-процессы. Так, финансовые показатели могут говорить о финансовом здоровье организации, но не предоставляют информацию о способности компании удовлетворить потребность клиента. То же самое можно сказать, например, и о показателях рентабельности используемых ресурсов. Они позволяют сделать выводы о эффективности управления компанией в целом, но не о том, остался ли доволен потребитель. Точно также они не в состоянии объяснить, соответствует ли продукт деятельности цепи поставок ожиданиям потребителя. Последний признает эффективность логистического сервиса при одновременном выполнении целого ряда требований по доставке товара. Учитывая, что в условиях насыщенного рынка успех компании определяется выбором потребителя, его желанием приобрести лучший продукт по лучшим условиям, возникает необходимость в показателе, который был бы дал оценку ценности сделки с компанией для клиента [1, стр.291]. Поставленная задача не может быть решена с применением перечисленных ранее метрик в том числе и потому, что они являются внутренними, то есть представляют собой результат оценки в рамках одной компании. Очевидно, что характеристики требуемого показателя, так или иначе должны затрагивать почти все аспекты коммерческой деятельности предприятия и его бизнес-процессов. При этом, он должен выходить за рамки компании, распространяясь на партнеров-участников цепи поставки, начиная с прогноза заказов, планирования до его выполнения и доставки.

Одним из инструментов, позволяющих связать многообразие логистических операций с удовлетворенностью клиента, является показатель «совершенного заказа». Его задача – комплексно охватить все точки взаимодействия с потребителем. Чтобы ее реализовать, требуется достичь неизменной слаженности операций клиентского сервиса, производства, складского хранения, дистрибуции, финансов и многих других для каждого отдельно взятого клиентского заказа. Точное определения понятия до сих пор остается открытым вопросом. В литературе чаще всего перечисляются 4 составляющие «совершенного заказа» [2, стр. 1622]:

- Укомплектованность заказа (доставка в полном объеме)
- Доставка к обозначенному сроку (своевременность)
- Заявленное качество товара (отсутствие повреждений, брака)
- Безошибочно составленная документация

Однако, компания может самостоятельно определить, какие факторы считает ключевыми для формирования «совершенного заказа». Их перечень возможно будет не совпадать для разных типов продуктов, разных групп клиентов, с отличающимися требованиями. Например, в качестве элементов «совершенного заказа» могут рассматриваться время ожидания клиента при приеме заказа, наличие неподтвержденных заказов (то есть товаров, которых не оказалось в наличии), количество отказов от получения, корректность счетов за перевозку и многое другое. Таким образом, «традиционные» 4 параметра не всегда смогут адекватно описать «совершенный заказ». От организации к организации количество составляющих идеального заказа может меняться. Соответственно при выборе показателей оценки достижения «совершенного заказа» необходимо ответить на ряд вопросов. В состоянии ли потребитель оценить уровень предоставляемого сервиса с помощью данной метрики? Помогает ли она самой компании совершенствовать свой сервис?

Как только компания решила для себя нетривиальную задачу, что представляет собой «совершенный заказ», ей требуется оценить, в какой степени совокупность мероприятий по осуществлению заказа может быть названа «совершенной». Свою числовую форму показатель принимает в качестве индекса «совершенного заказа» (Perfect Order Index – POI), который представляет собой произведение процентов безошибочно исполненных заказов, согласно выбранным факторам. То есть для организации, которая ориентируется на 4 «стандартные» параметра, индекс «совершенного заказа» будет рассчитан по формуле:

$$POI = \% \text{ укомплектованных заказов} * \% \text{ своевременно доставленных заказов} * \% \text{ заказов с отсутствием брака} * \% \text{ заказов с корректными документами} * 100\%$$

Следует заметить, что сама формулировка понятия «совершенный заказ» обладает бинарной природой. Заказ либо выполнен по всем характеристикам идеально, либо нет. Иными словами, если хотя бы по одному из выбранных параметров достигнуты лишь 99%, то заказ не может быть признан совершенным. Очевидно, что достижение значения показателя на уровне 100% на практике крайне затруднительно. Ошибка любого характера на любом этапе лишает заказ статуса идеального. Статистика говорит о том, что достижение показателя выполнения «совершенных заказов» в 90% – уже выдающийся результат [Электронный ресурс: <https://logisticsviewpoints.com> (дата обращения: 20.04.2017)]. Соответственно, компании стоит задуматься о постановке

достижимой цели в данном контексте. При этом стоит учесть, что чем ближе показатель к идеальным 100%, тем дороже обойдется его дальнейшее повышение. Это связано в том числе с необходимостью поддержания более высокого уровня запасов, внедрения и поддержания дорогостоящих информационных систем, усиления контроля качества.

В качестве критерия эффективности логистической деятельности, показатель выполнения «совершенных заказов» обладает рядом преимуществ. В первую очередь, за счет того, что интегрирует результат осуществления внутренних функций компании. Более высокое значение показателя выполнения «совершенных заказов» свидетельствует о меньшем количестве совершенных ошибок, о применении более прогрессивных технологий, сокращении времени выполнения операций. Одновременно с этим, он позволяет успешно связать их со внешними операциями поставщиков и других звеньев цепи, ведь «совершенный заказ» – это результат безошибочного взаимодействия всех партнеров в цепи поставок. Упущение на каком-либо этапе может привести к «несовершенному» заказу. Зачастую, информационные системы, используемые участниками цепи, не представляют собой единое целое, либо просто недостаточно интегрированы. Это может служить серьезным препятствием в процессе коммуникации между звеньями, и в итоге найти отражение в невысоком показателе выполнения «совершенных заказов». Измерение данного показателя может оказаться подспорьем при определении слабых мест процессов как внутри организации, так и всей логистической цепи. Кроме того, «за» использование показателя говорит и то, что последний также служит наглядным ориентиром для сотрудников, ставя перед ними вполне конкретную, измеримую цель. Результативность работы и поощрение труда, таким образом будут напрямую связаны с целями компании, а именно с процентом выполнения «совершенных заказов».

Безусловно, наряду с преимуществами, применение данного критерия связано с некоторыми трудностями. Так, сложность возникает в осуществлении правильных расчетов. Чаще всего упускается из внимания тот факт, что многие операции так или иначе связаны друг с другом. Например, ошибка при принятии заказа отразится на некорректном выставлении документов. В таком случае одновременно снизится процент укомплектованных заказов и вместе с этим – процент заказов с безошибочной документацией, а их перемножение, в результате снизит объективность значения показателя «совершенного заказа». Важно заметить, что чем больше факторов, входят в состав интегрального показателя, тем больше функциональных сфер и информа-

ционных систем требуется объединить и наладить их совместную работу, а соответственно вероятность достижения «совершенного заказа» падает. Еще одно затруднение в оценке «совершенства» заключается в том, что в глазах потребителя параметры оценки заказа имеют разный вес. Так, например, задержка в доставке и ошибка в документах неравнозначны для потребителя, и первая в большей степени повлияет на степень его неудовлетворенности. А, следовательно, данный критерий не дает однозначного ответа на вопрос, остался ли доволен клиент.

Существенной проблемой становится и обычное отсутствие данных, какой-либо статистики по выполненным заказам. А информация по некоторым факторам, входящим в состав «совершенного заказа», может быть получена лишь спустя продолжительное время. Более того, компаниям стоит отметить, что попытки осуществить «совершенный заказ» для всех без исключения клиентов, будут означать для них необходимость поддерживать колоссальные запасы, задействовать существенно большее количество капитала, ресурсов, в том числе и человеческих. В связи с этим, следует разграничивать достижимый в условиях конкретной организации процент «совершенных заказов», который будет непосредственно служить целевым параметром, и некое недостижимое идеальное состояние. В качестве одной из лучших практик выступает также сегментация потребителей. Разделив их на категории в соответствии выбранными содержательными параметрами (например, вклад в прибыль/издержки), компания сможет выбрать приоритеты, на которых будут сконцентрированы основные силы, оптимизировать участки цепей поставок и отдельные операции, приближаясь к выполнению «совершенного заказа».

Принимая во внимание, что данный показатель является довольно надежным инструментом оценки эффективности логистических операций, стоит отметить, что многие вопросы, касающиеся показателей деятельности внутри цепи, не могут быть охвачены с помощью данной метрики. Ведь не менее важным, чем оценка удовлетворенности клиента заказом, является его оценка с точки зрения издержек. Способов выполнения заказа может быть различное множество, но, когда это связано с высокими затратами, нестандартными процедурами, такой заказ уже не столь привлекателен для организации. Лепид в своей работе «Not-so-perfect order» противопоставляет понятию «совершенного заказа» «заказ оптимальный» (efficient order) [5, стр.7]. Если первый рассматривается с позиции потребителя и характеризуется соответствием его ожиданиям, то «оптимальный заказ» является оптимальным с точки зрения компании. Так, для «совершенного зака-

за» важны: правильный продукт, верное количество, доставка к определенному сроку в определенное время при соблюдении сохранности и правильно выставленных документов. Оптимальным же будет назван тот заказ, который равномерно движется по логистической цепи, максимально автоматизирован и не требует ручного вмешательства, исключает дублирование операций, подразумевает стандартизированные действия и обеспечивается своевременной оплатой в полном объеме.

Усилия, направленные компанией разработку и применение мер по достижению «совершенства» заказа следует признать оправданными. В первую очередь потому, что «совершенный заказ» позволяет соответствовать или даже превосходить ожидания потребителей. Он акцентирует внимание компании на основных узких местах и недостатках в процессах, формирующих ценность для клиента. Во-вторых, способствует гибкости системы клиентского сервиса, сокращает количество случаев неудовлетворительного обслуживания. Кроме того, достижение высоких значений показателя «совершенного заказа», приближающихся к 100%, говорит о высоких стандартах деятельности компании практически во всех сферах, в особенности в планировании, складском учете, диспетчеризации, транспортировке, управлении ресурсами и пр. Иными словами, данная метрика дает оценку, насколько отлажена координация множества процессов, осуществляемых как внутри организации, так в рамках цепи поставок. Что безусловно является его неоспоримым преимуществом по сравнению с внутренними оценками, применяемыми каждой организацией в отдельности. Тем не менее, показатель «совершенного заказа» по своей сути представляет собой в некотором роде срез текущего состояния на конкретный момент и не лишен недостатков, начиная с точного определения составляющих элементов, и заканчивая сложностью подсчетов. Их необходимо учитывать при принятии управленческих решений, на основе оценки полученной с помощью показателя «совершенного заказа».

Литература:

1. Братченко С.А. Управление закупками и цепями поставок в операционном менеджменте // Управленческие науки в современном мире. 2016. № 1. С. 290–293.
2. Зайцев Е. И., Уваров С. А. Применение показателей «совершенный заказ» в логистике распределения / Е. И. Зайцев, С. А. Уваров // Логистика и управление цепями поставок. 2012 – №4 (51). С.1622

3. Banker, S., 2010. The Perfect Order Metric Is Not Sufficient. Logistics Viewpoints, January 28. Retrieved September 27, 2013 [Электронный ресурс: <https://logisticsviewpoints.com/2010/01/28/the-perfect-order-metric-is-not-sufficient/> (дата обращения: 20.04.2017)]
4. Cognizant, Beyond the 'Perfect Order' Index: Obtaining a True Measure of Customer Value. The Future of Work, p 4 [Электронный ресурс: <https://www.cognizant.com/InsightsWhitepapers/Beyond-the-Perfect-Order-Index-Obtaining-a-True-Measure-of-Customer-Value.pdf> (дата обращения: 15.04.2017)]
5. Lapide, L., 2007. Not-so-perfect order. Supply Chain Management Review, July-August, pp. 7–8.
6. Novack, R.A., Thomas, D.T., 2004. The Challenges of Implementing the Perfect Order Concept. Transportation Journal, 43(1), pp. 5–16.
7. Randell D.R., Savitskie K. Business Metrics: The Importance of the Perfect Order Measurement, Journal of Global Business Management. ISSN 1817-3179.
8. R «Ray» Wang, 2008. Order Management Hubs: 20 Steps to a Perfect Order. A Software Insider's Point of View. [Электронный ресурс: <http://blog.softwareinsider.org/2008/06/09/order-management-hubs-20-steps-to-a-perfect-order/> (дата обращения: 01.05.2017)]

Басыгина Е. А.

Рекунова Н. И.,

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Россия

e-mail: basygina.kate@yandex.ru, nikarekunova@rambler.ru

Научный руководитель:

Трифонов П. В.

к.э.н., доцент

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Россия

«Зеленая» экономика и сопутствующие проблемы операционного менеджмента в организации

Аннотация: Разные фирмы могут внедрять «зеленые» рабочие места, способствуя решению минимизировать загрязнение окружающей среды. В процессе внедрения этих мест возникают серьезные проблемы для операционного менеджмента, которые представлены в научно-исследовательской работе. Создавая экологичные рабочие места, руководству компаний все-таки придется столкнуться с утратой эффективности действия нынешних бизнес-процессов.

Ключевые слова: «зеленые» рабочие места, операционный менеджмент, бизнес-процесс, экологичность, занятость.

Basygina E.A.

Rekunova N.I.

*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

*e-mail: basygina.kate@yandex.ru,
nikarekunova@rambler.ru*

Scientific adviser:

Trifonov P.V.,

*Ph.D., Associate Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

«Green» economy and related problems of operational management in the organization

Annotation: Different firms can introduce «green» jobs, contributing to the decision to minimize environmental pollution. In the process of introducing these places, serious problems arise for operational management, which are presented in research work. Creating green jobs, company management still have to face the loss of efficiency of the current business processes.

Keywords: «green» jobs, operational management, business process, environmental friendliness, employment.

Для начала хотелось бы обозначить значимость внедрения в организации во всем мире зеленых рабочих мест. «Зеленые» рабочие места – это такие места, при работе на которых используются только экологически-безопасные материалы и технологии. Такие рабочие места существуют повсеместно во многих отраслях экономики, например, энергетика и переработка отходов, транспортировка и строительство, сельское хозяйство и пищевая промышленность. Различные организации могут внедрять в процесс своей деятельности «зеленые» рабочие места, тем самым способствуя решению одной из глобальных проблем современности – высокий уровень загрязнения окружающей среды.

Однако в процессе внедрения этих мест возникают серьезные проблемы для операционного менеджмента. Как известно, экологически-чистые технологии требуют больших затрат и стоят они дороже. Зачастую, компенсируя эти затраты, работодатели понижают зарплату

сотрудникам на зеленых рабочих местах. А такой показатель, как величина заработной платы, является основным критерием при выборе работы для человека. Именно эти проблемы и пути их решения рассмотрены в данной статье.

Существует множество подтверждений тому, что переход к зеленой экономике обладает огромным потенциалом создания рабочих мест. Например, согласно докладу союза экологических НПО, «озеленение» бюджета ЕС за счет инвестиций в «зеленые» сектора экономики приносит положительные результаты в сфере занятости.

В этом исследовании рассматривается возможное воздействие на занятость инвестиций в размере миллиарда евро в каждую из восьми ключевых областей экологической политики. Например: экологически чистое сельское хозяйство, возобновляемые источники энергии, переработка отходов и рациональное использование транспорта. Занятость по этому сценарию сравнивается с занятостью по многолетнему финансовому плану ЕС на 2014 – 2020 годы. Данное исследование может быть непосредственно применено и к любой области экономики.

Совместный доклад ЮНЕП/МОТ/МОП/МКП (2008г.) показывает, что потенциал создания рабочих мест существует также в строительной отрасли (включая строительство, реконструкцию, освещение и электрооборудование), в транспорте и сфере переработки отходов [1, электронный ресурс], что прямо может быть применено в процессе «озеленения» областей строительства и заготовки материалов.

Ожидается, что «зеленые» компоненты налогового стимулирования, внедренные в 2008 году в Китае, приведут к созданию 5,3 миллионов прямых и косвенных рабочих мест. По другим оценкам ожидается, что 8 миллионов рабочих мест будет создано в течение двух ближайших десятилетий в секторе возобновляемых источников энергии. Применяя стратегию налогового стимулирования, внедренную в Китае в России, и совмещая ее, скажем, с дополнительными льготами для организаций, использующих возобновляемые источники энергии, можно добиться роста популярности «зеленых» рабочих мест, как для работодателей, так и для сотрудников, и дать финансовую возможность компаниям реорганизовать свои бизнес-процессы для работы в «зеленом» секторе.

Далее рассмотрены причины того, почему же необходимо «озеленять» различные сферы экономики на основе анализа обширной статистики, представленной такой организацией, как Всемирный банк (ВБ). Для начала выделены несколько основных для данного исследования параметров касательно экологизации экономики.

Первый параметр: истощение природных ресурсов (% ВНД) [2, электронный ресурс]. Сравнивая такие страны, как Австралия, Канада, Бразилия, Китай, США, Франция, Великобритания, Германия и Италия между собой, сразу отслеживается некоторая закономерность в изменении этого процента и его числе по сравнению с Россией. Например, в перечисленных выше странах происходил рост истощения природных ресурсов в период с 2005 по 2008 года, диапазон изменений варьировался от 2% до 5% процентов в среднем. В нашей стране цифры, к сожалению, в несколько раз больше, но при этом данный процент падал в период с 2005 по 2009 гг. с 20% до 11%. В 2009 год в указанных выше странах происходит резкое снижение этого показателя в среднем до 3–4%, однако далее до 2011 года вновь происходил рост этого показателя до 5%. В РФ процент истощения природных ресурсов вырос с 11% до 13% за 2009–2011 гг. Но на период с 2012 по 2015 гг во всех странах, в том числе и в нашей, отслеживается снижение процента истощения природных ресурсов. И все же, числа в России все еще остаются в несколько раз больше, чем других странах. Это является негативным показателем для экологии в нашей стране, что позволяет сделать вывод о срочной необходимости перехода на экологическое производство.

Следующим пунктом идет анализ итогового количества возобновляемых внутренних ресурсов пресной воды (млрд. куб. м) [2, электронный ресурс]. Лидерами по этому показателю в период с 2007 по 2014 гг являются Бразилия (5661 млрд. куб. м), Россия (4313 млрд. куб. м) и Канада (2850 млрд. куб. м).

Несмотря на то, что пресная вода является возобновляемым ресурсом, ученые утверждают, что в ближайшие 25–30 лет мировые запасы пресной воды сократятся в два раза. Сокращение запасов необходимой для жизни любого человека пресной воды связано, в первую очередь, с глобальной проблемой ухудшения экологической ситуации во всем мире. В решении этой и многих других проблем может помочь процесс внедрения «зеленых» рабочих мест в обширный круг организаций. [3, стр. 21]. Например, это может быть сфера логистики и транспортных поставок, области энергетики, энергоснабжения и возобновляемых источников энергии. И все же, даже такая проблема, как сокращение запасов пресной воды, не может в достаточной мере подстегнуть работодателей к созданию экологических рабочих мест в ущерб прибыли и доходности организации.

Создавая экологичные рабочие места, руководству компаний так или иначе придется столкнуться с утратой эффективности действия нынешних бизнес-процессов. Например, если логистическая организа-

ция решит использовать вместо обычного транспорта электрический, откажется от доставок железнодорожными и морскими путями. Нагрузку с последних двух видов транспорта придется перераспределить на экологичный – следовательно – закупить его, а такой транспорт будет стоить на порядок дороже обычного. В дополнение, темпы поставок могут упасть, что скажется на прибыли и спросе на услуги данной компании. Также, содержать и обслуживать электротранспорт гораздо затратнее. Так зачем же этой логистической компании все менять ради борьбы с высоким уровнем загрязнения окружающей среды, если сейчас дела обстоят наилучшим образом? Ответ на данный вопрос дать очень тяжело. Одним из вариантов может быть сама идея чистого мира, но на одной идее прибыли не получить. Поэтому правительство стран и фонды по охране окружающей среды должны разворачивать различные программы по поддержке «зеленого» бизнеса.

Оценивая проблемные вопросы, возникающие у потенциальных сотрудников, желающих устроиться на «зеленые» рабочие места, был проведен собственный опрос среди обширного круга респондентов. Опрос включал в себя базовые вопросы об информированности людей в России о «зеленых» местах и заинтересованности в них.

При ответе на вопрос об информированности о «зеленых» местах, респондентам было предложено оценить свои знания в этой сфере по шкале от 0 до 5, большинством были выбраны оценки 1–2 – 62% суммарно. В связи с этим можно предложить проводить политику просвещения, организовывать тренинги и семинары, посвященные описанию «зеленых» мест и их преимуществ по сравнению с остальными.

При оценке по шкале от 0 до 5 необходимости наличия «зеленых» рабочих мест относительное большинство получила оценка «3» – 31%. 20,7% считают, что такие места вообще не нужны в организациях. И только 13,8% респондентов поставили оценку «5».

Говоря о факторах, которые влияют на создание «зеленых» рабочих мест, опрашиваемые выделили (респондентам было разрешено выбрать не более 3 факторов из предложенных): стремление крупных компаний поддержать программы по улучшению состояния экологии (62,1 %), рост воздействия экологизации экономики на занятость в мире (41,4 %) и «зеленые» компоненты налогового стимулирования (34,5 %). Российским компаниям и организациям в связи с этим стоит сделать упор на поддержку различных программ по улучшению состояния экологии посредством, например, перехода на альтернативные возобновляемые источники энергии, увеличение зарплат, премий сотрудникам на «зеленых» рабочих местах, предоставление расширенного соц.

пакета, использование экологичного транспорта и др. Однако программы по достойному обеспечению работников на «зеленых» рабочих местах будут невозможны без поддержки государства.

Также опрашиваемые не уверены, хотели бы они устроиться на «зеленое» рабочее место. Ответ «не уверен(а)» выбрали 58,6 % респондентов. Это опять же связано с недостаточной информированностью граждан нашей страны о «зеленых» рабочих местах. В дополнение, люди не готовы за невысокую заработную плату работать на «зеленом» рабочем месте для улучшения состояния экологии в мире (44,8 % респондентов ответили: «Нет»).

В заключение хотелось бы добавить, что согласно результатам большинства исследований, посвященных изучению чистого эффекта мер экологической политики на занятость, это воздействие носит положительный характер.

Дополнительный потенциал занятости может быть реализован только при наличии политической поддержки, например, за счет переподготовки кадров, или создания услуг, упрощающих перемещение трудовых ресурсов.

Проблема операционного менеджмента при переходе в «зеленый» сектор может стать разрешимой только при финансовой поддержке со стороны государства и фондов защиты окружающей среды. Самостоятельно компания очень в редких случаях может наладить эффективность бизнес-процессов без существенных потерь прибыли.

Литература:

1. ЮНЕП/МОТ/МОП/МКП, 2008 г. «зеленые» рабочие места: к достойному труду в устойчивом мире с низкими выбросами углерода. [электронный ресурс: <http://Users/svetlana/Downloads/41743543b43543d44b435%2044043043143e447438435%2043c435441442430.pdf> 2008. (дата обращения: 03.05.2017)]
2. World Bank Open Data. Официальный сайт. [электронный ресурс: <http://data.worldbank.org/> (дата обращения: 02.05.2017)]
3. Трифионов П.В. «зеленые» рабочие места – основа эколого-ориентированной экономики в XXI веке//М.: Стратегии бизнеса, 2015, № 3. – С. 21–27.

Бахарева М.А.,

Буянова Н. А.,

*Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

E-mail: mari.baxareva@mail.ru

Scarletbuyanova@gmail.com

Научный руководитель:

Братченко С. А.,

к.э.н., доц.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Управление качеством

Аннотация: В наши дни в условиях насыщенного рынка, где потребитель имеет широкий выбор, возрастает роль управления качеством как фактора эффективного функционирования организации. Предметом данной статьи является непосредственно управление качеством, рассмотрены основные методы и системы повышения качества.

Ключевые слова: качество, управление, оперативное управление качеством, Всеобщее управление качеством, система менеджмента качества.

**Bakhareva M.A,
Buyanova A.N.**
*Financial University Under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*
E-mail: mari.baxareva@mail.ru
Scarletbuyanova@gmail.com

**Scientific adviser:
Bratchenko S.A.,**
*PhD (Econ.), Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia*
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Quality management

Abstract: Today, in the conditions of a saturated market, where the consumer has a wide choice, the role of quality management as a factor in the effective functioning of the organization grows. The subject of this article is the direct quality management, the main methods and systems of quality improvement are considered.

Keywords: quality, management, quality control, Total quality management, Quality Management System.

Качество – это гарант успешности организации, её достоинство и показатель эффективности. Вот почему деятельность, связанная с управлением качеством, должна иметь первостепенное значение не только для руководителей, но и для всего персонала, так как каждый должен быть заинтересован в успехе, чтобы его достичь.

Существует большое количество определений этого понятия, но, как правило, на вопрос «Что такое качество?» большая часть сотрудников ответит, что это всего-навсего соответствие товара или услуги стандартам. Главная проблема заключается в том, что люди, работающие в организации, не до конца понимают, к какому именно качеству нужно стремиться. Этот показатель должен быть частью любого протекающего в фирме процесса, что является целью управления качеством.

Управление качеством неразрывно связано с такими понятиями, как общее руководство качеством и управление качеством как оперативная деятельность.

Общее руководство качеством (quality management) является составляющей общего управления, которая определяет направления деятельности, связанной с политикой качества. Оно реализуется высшим руководством путём планирования, организации работы по качеству, принятия стратегически важных решений, взаимодействия с внешней средой и создания необходимых условий.

Оперативное управление качеством (quality control) представляет собой методы и виды оперативной деятельности, применимые для обеспечения соответствия качества требованиям. Оно осуществляется, исходя из решений высшего руководства, управленцами более низкого звена через последовательную реализацию их функций, к которым, как правило, относятся контроль качества, информационное обеспечение, разработка оперативных решений и другие.

Следующий цикл управления повторится по, так называемой, «петле качества» на другом, более высоком уровне, и процесс управления качеством будет представлять из себя «спираль качества» в том случае, если будет проведён контроль и на основе полученной информации будут разработаны и внедрены необходимые мероприятия по улучшению качества. Такие меры необходимы как для исключения изъянов производства, так и для непрерывного повышения качества продукции, которая должна быть конкурентоспособна на рынке. [1, стр. 139]

Благодаря богатому накопленному опыту в настоящее время существует большое количество способов и стратегий, направленных на повышение качества: всеобщее управление качеством (TQM); QFD – развертывание функции качества или, так называемый, «дом качества»; японская система кайдзен; программа нулевого дефекта (ZD), ставшая основой для метода «Шесть сигм»; графический метод анализа причинно-следственных связей «Рыбий скелет» К. Исикавы и многие другие разномасштабные методы.

Основным подходом, на котором во многом базируются все остальные, считается всеобщее управление качеством (Total Quality Management), которое получило широкое распространение в Японии и США. Данный подход предполагает стабильное усовершенствование процесса управления качеством с помощью развития взаимоотношений между сотрудниками, поставщиками и клиентами. Для этого используются разные методы и средства, направленные на увеличение качества продукта при снижении стоимости.

Главная идея TQM заключается в том, что успешное развитие бизнеса обеспечивается путём постоянного совершенствования трёх

аспектов: качества продукции, уровня квалификации персонала и качества организации процессов. При этом, качество определяется степенью удовлетворения потребностей клиентов, уровнем удовлетворённости сотрудников своей работой и финансовыми показателями компании. [2, стр. 5]

Принцип функционального разграничения ответственности, который характеризуется строгим распределением обязанностей согласно принадлежности к тому или иному отделу, не приносит большого эффекта, так как это влечёт за собой разрыв в обеспечении качества. По этой причине в основе концепции всеобщего руководства качеством лежит идея о том, что все процессы взаимозависимы, поэтому стремление к взаимодействию выполняющих разные функции отделов компании и обеспечение менеджерами необходимых для этого условий ведут к эффекту синергии.

Система TQM была разработана Уильямом Эдвардом Демингом, который считается отцом теории управления качеством, и впервые использована на практике на предприятиях Японии. Он принял непосредственное участие в создании японского экономического чуда после Второй мировой войны, поэтому в стране восходящего солнца не оставили без внимания заслуги Деминга: он был награждён одним из высших орденов от имени императора.

Им были разработаны для 14 ключевых принципов совершенствования качества, на основе которых впоследствии организацией ISO были приняты 8 принципов системы менеджмента качества: ориентация на потребителя, лидерство руководителя, вовлечение работников, процессный и системный подходы, постоянное улучшение, принятие обоснованных решений и взаимовыгодные отношения с поставщиками. Хотелось бы остановиться на последнем пункте, ведь налаженные и надёжные коммуникации с поставщиками играют важную роль в обеспечении бесперебойных поставок качественного сырья и комплектующих, что впоследствии положительно сказывается на качестве продукции и процессов. [3, стр. 29]

Все, что необходимо для управления качеством, – это знания и желание. СМК – это структуризация, ответственность и взаимосвязь каждого сотрудника, учет всех положительных и отрицательных сторон для улучшения качества компании.

Одним из эффективных методов повышения качества считается метод «Шесть сигм». В середине 80-х годов Компания Motorola поставила перед собой цель – установить новые стандарты управления качеством, чтобы повысить свою эффективность. Наблюдения показали,

что система работает, причём, достаточно благоприятно. Спустя некоторое время General Electric внедряет этот метод, и тогда принципы Шести Сигм становятся наиболее популярными. Каждая компания вносит свои коррективы, но определенные черты наблюдаются везде, а именно:

1. Внимание удельной доле дефектов. Традиционный контроль качества всегда был в центре внимания такого параметра, как процент от исправного продукта. Метод Шести Сигм сделал основным показателем процентное отклонение от нормы и позволил ее уменьшить. Таким образом, Six Sigma означает, что процесс позволяет только 3,4 дефекта на миллион единиц (дефектов на миллион возможностей – DPMO).

2. Количественный анализ. Специалисты, использующие данную методику, утверждают, что в данном методе используются контрольные параметры, основанные на фактических данных, благодаря чему происходит глубокий анализ бизнес-процессов.

3. Критические характеристики качества. Метод позволяет команде, работающей в проекте, убедиться в том, что задействованные данные корректные и имеют силу повлиять на развитие производственного процесса.

4. Систематизация. Проект, как правило, проходит пять этапов: формулирование общих определений, задание контрольных параметров, анализ, улучшение процесса, контроль.

5. Распределение ролей. Методология делает акцент на участниках проекта, а не рассматривает контроль качества как отдельную функцию. Участники анализируют все действия и только затем внедряют их.

Один из ключевых подходов к улучшению качества работы организации – появившаяся в Японии система взаимозависимых действий Кайдзен, которая подразумевает под собой совокупность мероприятий по непрерывному повышению качества. Организованность рабочего места, стандартизация и устранение неоправданных потерь – те принципы, следуя которым возможно реализовать систему Кайдзен на практике. Система включает в себя следующие элементы: командная работа, персональная дисциплина, моральное состояние, кружки качества, предложения по улучшению. Особое внимание хотелось бы уделить кружкам качества. Данная модель состоит из 4–8 человек, которые по собственному желанию собираются и обсуждают проблемы предприятия, находят выход из проблемных ситуаций и направляют силы на повышение эффективности производства. Участники кружков

трудятся под девизами: «Качество определяет судьбу предприятия»; «Думай о качестве постоянно». [2, стр. 12]

Таким образом, проблему управления качеством, начиная с XX века, с разных сторон рассматривали многие учёные, например, У. Шухарт, Д. Джуран, Ф. Кросби, А. Фейгенбаум, Г. Тагути. Благодаря этому существует множество различных подходов к обеспечению управления качеством в организации, большое количество методов разного масштаба по улучшению качества, но каждый из них так или иначе направлен, прежде всего, на эффективное функционирование экономического субъекта.

Говоря о применении управления качеством в различных формах за рубежом, невозможно обойти стороной данную проблему в нашей стране. С каждым годом для руководителей становится понятнее, что успех функционирования их организаций напрямую зависит от налаженной системы управления. Что касается практики обращения к управлению качеством в российских компаниях, то можно сказать, что она не имеет такого широкого применения, как в некоторых других странах. Связано это с тем, что далеко не все методы могут быть реализованы в полной мере из-за национальной специфики, поэтому перед российскими менеджерами стоит важная задача – суметь применить зарубежный опыт управления, учитывая все особенности.

В рамках управления качеством Правительством РФ учреждена Российская премия качества, что является эффективной стратегией внедрения всеобщего контроля качества. В европейских странах такой подход к совершенствованию известен как EFQM. Премия качества является поощрением российских компаний, ориентированных на работу и развитие с учётом практик мировых лидеров. Примерами таких компаний являются «Трек» (г. Миасс), «Микрон» (г. Зеленоград), «Инструм-Рэнд» (г. Павлово).

Конечно, основной подход, реализуемый на практике, – это TQM. Процесс внедрения TQM в российский бизнес проходит медленными темпами и встречается с большим количеством проблем, среди которых нехватка подготовленных кадров, недостаточная методологическая и теоретическая базы в отношении как управления качеством, так и управления в целом и другие, неприятие и непонимание зарубежной философии, отсутствие базовой культуры качества и другие.

К счастью, нет ничего невозможного, и при адекватном восприятии со стороны бизнес-сообщества, грамотной политике государства все трудности можно преодолеть. Таким образом, можно предложить следующие пути решения возникающих проблем: формирование науч-

ной базы с разумным использованием теоретического и практического зарубежного опыта для адаптации культуры качества; подготовка высококвалифицированных специалистов, которые смогут применить на практике накопленные знания; поощрение со стороны государства формирования культуры качества, создание необходимых условий для её развития и укоренения.

В заключение, хотелось бы отметить повышающуюся тенденцию к развитию и активному использованию организациями и предприятиями разного масштаба управления качеством, вызванную повышенным интересом к качеству продукции в условиях современного насыщенного рынка со стороны потребителей: при наличии широкого выбора покупатель преимущественно отдаёт предпочтение более качественному товару или услуге в каждом рыночном сегменте. Для руководства каждой компании крайне важно определить подходящую ей стратегию и суметь использовать бесценный опыт в области управления качеством на практике, потому что именно успешная политика качества определяет достижение всех целей компании.

Литература:

1. Трачук А.В., Лисичкина Ю.С., Сычев Ю.К., Трифонов П.В., Братченко С.А., Резниченко В.И. Операционный менеджмент. – Кнорус, 2017. – 360 с.
2. Глудкин О.П. Всеобщее управление качеством: учебник для вузов. – М: Радио и связь, 1999. – 600 с.
3. Басовский Л.Е. Управление качеством: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 253 с.

Болотаева В.Б.,
студентка магистратуры
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: vika-bolotaeva@mail.ru

Развитие операционного менеджмента и его роль в современных организациях

Аннотация: в данной статье рассматриваются основные аспекты развития операционного менеджмента, определяется его роль в современной организации и раскрывается значимость процессного подхода к управлению на современном этапе.

Ключевые слова: операционный менеджмент, развитие менеджмента, оптимизация процессов управления, реинжиниринг бизнес-процессов.

Bolotaeva V.B.
Financial University Under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: vika-bolotaeva@mail.ru

Development of operations management and its role in modern organizations

Abstract: this article describes the main aspects of the development of operations management. Its role in the modern organization is also described. The importance of business processes in modern world is revealed.

Keywords: operations management, the development of management, optimization of management processes, reengineering of business processes.

В настоящее время важным условием развития и стабильного роста любой организации является верный адаптированный подход к выбору стратегии оперативного управления, правильно выстроенная система работы внутренних процессов, оптимизация текущей деятель-

ности [1]. Во многом данные условия обеспечивает и регулирует система операционного менеджмента организации.

В целом, операционный менеджмент можно представить как деятельность компании по управлению процессами, связанными с ее функционированием и обеспечивающими ее внутреннюю устойчивость, стабильность и почву для развития. Операционный менеджмент обеспечивает эффективность управления, проектирование, организацию, слаженную работу производственных и административных процессов, а также деятельность, связанную с совершенствованием и улучшением систем управления. Основной задачей менеджмента данного уровня является регулирование максимально эффективного использования ресурсов, распределение которых влияет на продуктивность и результативность деятельности компании.

Откуда берет начало операционный менеджмент? Проанализировав истоки, можно сделать вывод, что он в той или иной форме существует с того момента, как люди начали заниматься производством продукции. Как отдельное направление операционный менеджмент в науке выделился в 1900 – е годы, тогда были разработаны первые концепции в этой области Ф. Тейлором и А. Файолем. Операционный менеджмент стал выделяться как самостоятельная область.

Затем, в 20е-30е годы, управление производством начинает рассматриваться с учетом влияния фактора человеческих отношений (однако, значительное раскрытие этих идей произошло позже), а операционный менеджмент получает свой классический инструментарий. В результате мировых потрясений, особых экономических и производственных условий, сформировавшихся в результате второй мировой войны, существенно изменились и управленческие подходы, подходы к менеджменту. В связи с возросшим ограничением материально – технического снабжения начинает происходить развитие ориентированных на математическую область отраслей, развивается математический управленческий инструментарий. С особым вниманием изучаются структура и количественные показатели производственных проблем.

Так, уже после второй мировой войны, операционный менеджмент выделяется в отдельное самостоятельное направление, разрабатываются новые модели и методы, инструментарий работы: математическое программирование, сетевое планирование, разграничение уровней управления производством. То есть производственные операции начинают рассматриваться как элементы организации, составляющие систему ее функционирования [2].

Пройдя последовательные этапы развития, которые в целом прошла вся система менеджмента, операционный менеджмент как подход к управлению пришел к тому виду, который определяет его сегодня. Процессно-ориентированному управлению современные организации уделяют все больше и больше внимания.

Важно отметить, что общемировые экономические тенденции способствуют привлечению внимания к совершенствованию бизнес – процессов. Актуальным становится переосмысление и перепроектирование бизнес – процессов – реинжиниринг, основанный на оптимизации процессов, осуществляемый за счет отказа от операций процесса, не создающих прибавочной стоимости [3]. Важным инструментом здесь является автоматизация составляющих частей бизнес – процессов, которая сегодня возможна за счет активного развития информационных систем.

С момента начала проявления внимания к эффективности процессов, связанных с различными уровнями и функциями, операционный менеджмент получает качественное развитие. Уделяется внимание взаимодействию процессов различного уровня, важности оптимизации ресурсов, перераспределению функций между участниками. Так, с течением времени мы можем наблюдать изменение основных аспектов операционного менеджмента в зависимости от происходящих изменений в общественных и производственных сферах.

Сегодня мы видим, что в рамках операционного менеджмента используется весь арсенал и набор методик, наработанный в области теории общего менеджмента, а также его основных ответвлений. В рамках деятельности организации операционный менеджмент играет одну из ведущих ролей, потому что именно от верно выстроенных процессов зависят все функциональные сферы организации.

Важно понимать, что операционный менеджмент в целом направлен на достижение эффективности в управлении всеми операциями [4]. Что же следует понимать под эффективностью в данном контексте? Для деятельности организации эффективность обозначает удовлетворение потребностей потребителей и получение максимально допустимой прибыли. В целом же эффективность, к достижению которой стремится операционный менеджмент, можно определить такими показателями, как вероятность достижения показателей при определенных затратах и ограничениях, вероятность достижения необходимого эффекта с заданным количеством ресурсов. Как вид практической деятельности в целом управление процессами представляет из себя следующее:

- управление процессами проектирования операционной системы;
- управление созданием и адаптацией операционной системы;

- управление качеством и производительностью системы процессов;
- управление текущими вопросами финансирования и обеспечения системы процессов организации.

Все вышеуказанные аспекты формируются в соответствии с рядом причин. На общую картину влияет множество современных тенденций. Так, на сегодняшний день можно говорить о таких экономических аспектах, имеющих серьезное влияние на операционное управление, как стратегия непрерывного совершенствования, рост доли сферы обслуживания, глобальная конкуренция, изменения в системах менеджмента качества, изменение подхода к определению затрат и т.д. Исходя из текущих условий времени, обозначим основные принципы операционного менеджмента и процессного управления:

- стремление к оптимизации процессов;
- определение качественного и эффективного взаимодействия процессов внутри организации;
- построение процессов с учетом подхода к минимизации ресурсов, оптимизации затрат;
- непрерывное развитие компетентности персонала, в особенности управленческого, в части современных подходов к процессному управлению;
- система гибкости и адаптивности в осуществлении процессного подхода к управлению.

Сегодня, в частности на зарубежных предприятиях, развитие операционной системы рассматривается как одна из важнейших функций управления. Например, в Германии, являющейся определенного рода «двигателем» индустрии, организация бизнес – процессов, их оптимизация и адаптация являются основой самого производства, которое ориентировано на повышение качества. Так, скорость обработки заказов является результатом оптимизации производственного процесса в рамках операционного менеджмента.

Определим основные преимущества оптимизации бизнес – процессов в компании [5]. Здесь можно выделить:

- увеличение прозрачности деятельности, что позволяет усовершенствовать рабочий процесс;
- оптимизация позволяет избежать дублирования функций, упрощает процесс управления, облегчает трудовой процесс путем внедрения автоматизированных систем;
- оптимизация способствует повышению качества производимого продукта, происходит улучшение производственных показателей.

Итак, на современном этапе наблюдается развитие эры производства. Важно отметить, что первыми компаниями, обращающими внимание именно на операционную эффективность и управление бизнес – процессами, как фактор успешного развития, стали компании, тяготеющие к западному стилю управления.

Также важнейшим аспектом развития операционного подхода к управлению является развитие и совершенствование информационных технологий. В современном мире информационные технологии определяют основные направления развития. Так, с использованием информационных систем и подходов, операционный менеджмент дает пути решения задач, которые раньше рассматривались лишь в теории и не могли реализоваться на практике. Уже на первый взгляд становится ясно, что программное управление помогает адаптировать и оптимизировать многие области деятельности.

Развитие операционного менеджмента происходит не только в производственных отраслях, оно также набирает обороты в области эффективного управления интеллектуальной собственностью, которая является важнейшим компонентом корпоративных инновационных систем. Развитие операционного менеджмента связано с усложнением предприятий, диверсификацией продукции, необходимостью сохранения позиции на рынке с учетом различных факторов.

Литература:

1. Усманова Т.Х., Лисичкина Ю.С., Операционный менеджмент как инструмент устойчивого развития социально-экономических систем, «Научные труды Вольного экономического общества России», Издательство: Общественная организация «Вольное экономическое общество России» (Москва), 2016 – 320–323 с.
2. Песоцкая Е.В., Русецкая О.В., Трофимова Л.А., Трофимов В.В. Менеджмент. – Москва: Юрайт, 2016 – 645 с.
3. Рудакова, О.С. Реинжиниринг бизнес-процессов: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 343 с.
4. Трачук А.В., Лисичкина Ю.С., Сычев Ю.К., Трифонов П.В., Братченко С.А., Резниченко В.И. Операционный менеджмент. – Кнорус, 2017. – 360 с.
5. Ширяев, В.И. Управление бизнес-процессами: Учебно-методическое пособие – М.: Финансы и статистика, 2014. – 464 с.

УДК 658.5(045)

**Ванюк Е.В.,
Талавринов М.А.,**

студенты

*Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: vevcat29@gmail.com

mtalavrinov@gmail.com

Научный руководитель:

Братченко С. А.,

к.э.н., доц.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Управление бизнес-процессами: акцент на преимуществах

Аннотация: В статье рассматриваются основные принципы управления бизнес-процессами в организации, показаны преимущества процессного подхода по сравнению с функциональным управлением.

Ключевые слова: бизнес-процесс, процессное управление, функциональное управление, фазы управления бизнес-процессом, BPM.

**Vanyuk E.V.,
Talavrinov M.A.,**
*students of
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: vevcat29@gmail.com
mtalavrinov@gmail.com*

**Scientific adviser:
Bratchenko S.A.,**
*PhD (Econ.), Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com*

Business process management: advantages emphasis

Abstract: The basic principles of managing business processes in an organization are considered in the article. The advantages of business process management approach vs functional management are shown.

Keywords: process management, functional management, processing management, business process management phases, BPM.

Процессу эволюции управления сопутствовало появление различных подходов к управлению и организации бизнес-процессов. В функциональном подходе предприятие рассматривалось как механизм, обладающий набором функций, которые распределяются среди подразделений. Объектом здесь выступает отдел или же организационная структура.

Основной целью процессного подхода является оценка рациональной организации действующих процессов, поиск наиболее эффективных способов их реализации. [1, стр. 10]

Рассмотрим, как улучшения в структуре управления бизнес-компания «ИБМ» смогли улучшить её положение на рынке.

Компания «ИБМ Кредит» занималась финансированием продаж компьютеров, производимых «ИБМ Корпорэйшн». Торговые агенты звонили с просьбой о кредитовании. Один из работников отвечал на звонок, регистрировал запрос о финансовой сделке на 1 листе бумаги. На втором этапе этот же лист передавался в кредитный отдел, где специа-

лист проверял платежеспособность клиента и, записав результаты проверки, отправлял этот же лист на следующий этап. Коммерческий отдел занимался составлением кредитного договора: все особые условия фиксировались на том же листе. В следующем звене сотрудник, занимающийся калькуляцией цен, определял процентную ставку и, записав её, передавал лист на заключительный пятый этап к администратору, который в свою очередь формировал письмо в соответствии с содержанием всех предыдущих этапов и направлял его торговому представителю. Весь процесс в среднем занимал 6 дней, но порой растягивался и до двух недель. Это очевидно, что за такой большой срок клиент или же мог найти другой источник финансирования или же просто-напросто отменить сделку. Торговые представители называли в «ИБМ» и интересовались, где же их договор и когда он будет готов. Запрос застревал в одном из звеньев процедурной цепочки, поэтому однозначного ответа никто получить не мог. С целью усовершенствовать процесс были приняты несколько попыток, одна из которых заключалась в установлении контрольного поста, где фиксировалось завершение каждого этапа процедурной цепочки, но пытаясь привнести изменения – как им казалось, это было более оптимально- они не учли одного: дополнительная трата времени на то, чтобы тот запрос, помимо передачи из звена в звено, еще и фиксировать – как итог, новшество не увенчалось успехом.

После неудачных попыток два высших менеджера «ИБМ Кредит» решились взять бланк и лично прошли с ним по всем этапам, откладывая дела по оформлению других сделок «на потом». В результате обнаружилось, что на оформление одной сделки требуется всего 90 минут. Остальное время уходило на передачу запроса из одного звена в другое. Тем самым руководство наконец смогло понять истинную причину проблемы столько долгой процедуры обработки. Проблема заключалась в общей организации, а не в задачах или производительности труда. Виновата была сама структура процесса – поэтому менять нужно было весь процесс, а не отдельные его механизмы.

В итоге были заменены многие специалисты на работников широкого профиля. Теперь один сотрудник, специальный координатор, занимался ведением сделки «от и до», то есть они ликвидировали поэтапную пересылку. В помощь координаторам была создана новая компьютерная система, благодаря которой координаторы могли заниматься сделкой дистанционно, но, если вдруг возникала какая-то проблема, координатор мог в любой момент пойти в специальный отдел высококвалифицированных специалистов, где ему тут же бы сразу разъяснили все непонятные моменты.

Рост производительности превзошел все ожидания. «ИБМ Кредит» урезал время прохождения запроса с 7 дней до 4 часов. При этом стоит еще раз отметить, что добились они этого не посредством увеличения штата, а его частичным сокращением. Количество оформленных сделок возросло в 100 раз. [2, стр. 65–69]

Данное усовершенствование бизнес-процессов показывает, что процессный подход позволяет предприятию сориентироваться на конечном результате, существенно повысить заинтересованность сотрудников в выполнении качественной работы, своевременно реагировать на различные изменения внешней и внутренней среды, а также на те факторы, которые главным образом влияют на экономическую и операционную деятельности предприятия, значительно усовершенствовать обмен информацией между структурными функциональными подразделениями предприятия, сосредоточиться на повышении контроля качества в бизнес-процессе вместо контроля качества готовой продукции, а также ускорить производственный цикл, в роли которого в выше приведенном примере выступает обработка запросов, что приводит в конечном итоге к увеличению обработанных запросов за тот же период времени и соответственно прибыль предприятия.

При функциональном же подходе исполнители не выходят за рамки своих структурных подразделений, чем обусловлено отсутствие заинтересованности работников в конечном результате. В функционально ориентированных структурах обмен информацией между функциональными подразделениями чрезмерно усложнен ввиду вертикальной иерархичности, что несомненно приводит к большим накладным расходам предприятия, а также большим срокам принятия управленческих решений. Большая часть времени, необходимая для разработки и осуществления управленческого воздействия на производственный процесс, затрачивается на взаимоотношения служб, на решение проблем, напрямую не относящихся к производственному циклу, которых можно избежать при процессном подходе, а также на организацию обмена необходимой для продолжения производственной цепочки информации между этими службами.

Если при функциональном подходе объектом управления является структурное подразделение предприятия, то при процессном подходе объектом управления выступает бизнес-процесс, который определяется как ряд взаимосвязанных между собой видов деятельности, имеющих свои цели и задачи и дающих конкретный результат в процессе потребления различных ресурсов. Бизнес-процессы проходят через все функциональные подразделения предприятия, ориентируясь

на важнейшую миссию предприятия – увеличение капитализации бизнеса. При эффективном управлении бизнес-процессами, имеющими свои цели и задачи, можно добиться высоких показателей операционной деятельности предприятия за счет налаженных должным образом горизонтальных связей в вертикальной структуре организации. Такая система называется линейно-функциональной системой управления.

В соответствии с концепцией процессного подхода, вся деятельность на предприятии состоит из бизнес-процессов, между собой взаимосвязанных и направленных на достижение эффективного результата деятельности предприятия при линейно-дивизиональной системе управления менеджмента.

При реализации процессного подхода работники наделяются особыми полномочиями, повышается их самостоятельность и роль, что в свою очередь способствует повышению производительности труда и уровня качества. Они более мотивированы и достаточно удовлетворены, потому что могут самостоятельно принимать решения в своем поле профессиональной деятельности. Следует отметить тот факт, что с ростом самостоятельности и роли исполнителей при процессном подходе повышается и уровень ответственности работников, которую невозможно переложить на другие структурные подразделения в отличие от функционального подхода. Это позволяет менеджменту своевременно выявлять недоработки того или иного звена процедурной цепочки и в кратчайшие сроки устранять их. Таким образом менеджмент освобождается от решения производственных вопросов и полностью концентрируется на решении стратегических задач.

В отличие от функционального подхода, менеджмент бизнес-процессами позволяет концентрироваться не на работе каждого сотрудника, а на результатах работы организации в целом. При процессном подходе меняется понятие самой структуры организации. Основным элементом в системе управления становится бизнес-процесс.

В ходе генезиса научных взглядов и подходов в данной области сформировался определенный стандарт управления бизнес-процессами в современной организации. Саму систему управления бизнес-процессами можно разбить на несколько фаз:

- **Первая фаза – определение процесса.** На данном этапе процесс моделируется в двух состояниях: исходном и желаемом. Происходит разработка моделей «как есть» и «как должно быть»
- **Вторая фаза – анализ процесса.** На данной стадии выделяются различные варианты действий процесса или же его бездействий. Снова происходит имитационное моделирование и в результате проис-

ходит выбор наиболее оптимальных методов для улучшения бизнес-процесса.

- **Третья фаза – реализация изменений.** Происходит внедрение выбранных методов в сам процесс.

- **Четвертая фаза – мониторинг процесса.** Осуществляется периодический мониторинг процесса по определенным показателям.

- **Пятая фаза – оптимизация процесса.** На данной стадии выполняется сравнение реально полученных результатов по изменению процесса с желаемой моделью и начинается следующий цикл по улучшению бизнес-процесса.

Таким образом, концепция процессного управления BPM рассматривает бизнес-процессы, как особые ресурсы предприятия. При таком ресурсном подходе на предприятии повышается эффективность управления в целом и в отдельно взятом бизнес-процессе.

Литература:

1. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / В.Г. Елиферов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 319 с.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997.

Гераськина Е. Д.,
магистрант
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

Научный руководитель:
Мухин К. Ю.,
Преподаватель-ассистент департамента Менеджмент
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: bluebow@mail.ru

Современные методы оптимизации управления стоимостью в отрасли черной металлургии

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы современных методов управления издержками с использованием IT-технологий.

Ключевые слова: машинное обучение, искусственный интеллект, издержки, черная металлургия, потери, обработка данных.

Geraskina E. D.,
master's degree student
Financial University under
the Government of the Russian Federation
Moscow, Russia

Scientific adviser:
Mukhin K. Yu.
Management department lecturer
Moscow, Russia
e-mail: bluebow@mail.ru

Modern cost management methods on the example of black metallurgy

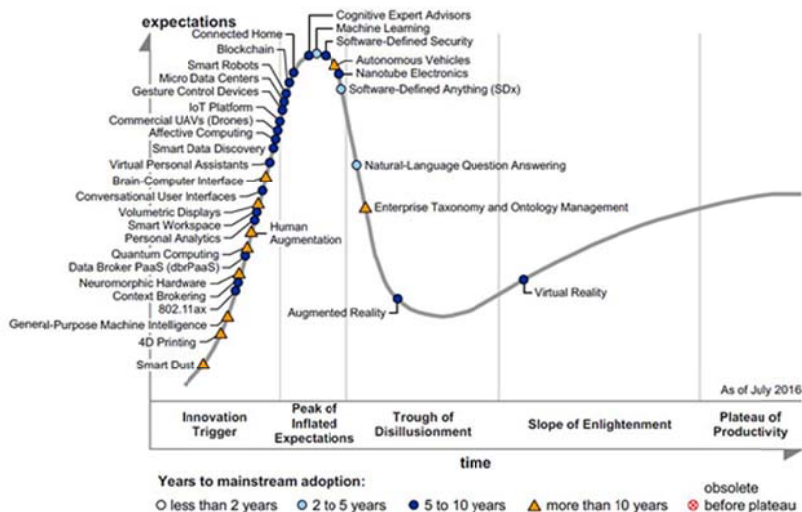
Abstract: The article presents the main results of the research work of modern methods of cost management using IT-technologies.

Keywords: Machine learning, artificial intelligence, costs, ferrous metallurgy, losses, data processing.

Одной из приоритетных задач социально-экономического развития Российской Федерации является переход к постиндустриальному обществу [1]. Постиндустриальное общество характеризуется высокопроизводительной промышленностью, превалирующей сферой услуг, развитием индустрией знаний. Производственными ресурсами такого уклада являются информация и знания.

В постиндустриальном обществе драйверами развития являются наукоемкие, ресурсосберегающие и информационные технологии. Основное направление технологических изменений – повышение степени автоматизации, постепенная замена неквалифицированного труда работой машин и компьютеров.

Уровень развития общества зависит непосредственно от используемых технологий. В отчете «Циклы зрелости Gartner 2016: Основные тенденции и новые технологии» Gartner выделяет три главные тенденции: мир вступил в эпоху умных машин, акцент переносится на прозрачное ощущение погружения, происходит революционное изменение платформ. Основные новые технологии – это печать 4D, машинный интеллект общего назначения, персональная аналитика (см. рисунок 1).



Source: Gartner (July 2016)

Рисунок 1. Hype Cycle for Emerging Technologies, 2016 [2]

Основными технологическими трендами на 2017 год по версии Gartner являются искусственный интеллект, машинное обучение, Интернет вещей [3].

Интернет вещей – это сеть подключенных к Интернету объектов, способных собирать и обмениваться данными с помощью встроенных датчиков. На производстве эта технология выражается в термине «промышленный интернет» – сеть датчиков и интеллектуальных систем, объединяющая машины, агрегаты, электростанции, локомотивы, самолёты – с целью мониторинга и оптимизации рабочих процессов и производительности промышленного оборудования.

Возможности Интернета вещей [4]:

- Мониторинг: датчики обеспечивают информацию о рабочей среде, использовании и работоспособности продукта;
- Контроль: функции продукта можно регулировать и контролировать;
- Оптимизация: мониторинг и контроль позволяет поддерживать необходимый уровень эффективности и производительности, устанавливать сроки профилактики неисправностей, диагностики и ремонта;
- Автономность: мониторинг, контроль и возможности оптимизации обеспечивают независимую работу, координацию с другими системами, взаимодействие с окружающей средой, персонализацию, восполнения расходных материалов, а также самодиагностики и ремонта. Например, если оборудование будет автоматически передавать сообщения о необходимости восполнить расходные материалы, это позволит снизить затраты в цепочке поставок.

Машинное обучение является одним из видов искусственного интеллекта, изучающий методы построения алгоритмов, способных обучаться. Основная цель машинного обучения – создавать автоматизированные алгоритмы обработки данных. Машинное обучение включает в себя такие технологии, как глубокое обучение, технологии нейронных сетей и обработки естественного языка, может также включать более продвинутые системы, которые понимают, узнают, предсказывают, адаптируются и потенциально функционируют автономно. Системы могут узнать и изменить будущее поведение, что приводит к созданию более интеллектуальных устройств и программ.

В рамках машинного обучения прогнозирование трендов осуществляется на основе анализа Big Data. Это предполагает построение различных моделей, которые впоследствии закладываются в основу программных решений.

Однако построение моделей невозможно без наличие каких-либо исходных данных. Но разрозненных и даже систематизированных данных недостаточно для создания модели. Необходимо описание этих данных, а значит необходим их анализ. Процесс извлечения знаний из данных называется анализом данных (Data Mining).

Data Mining предоставляет инструментарий для автоматического изучения как исторических данных, так и совершенствующихся моделей для прогнозирования последствий будущих ситуаций. С помощью анализа Big Data и Data Mining-механизмов можно решать задачи во многих отраслях бизнеса. Их используют в здравоохранении, телекоммуникациях, торговле, логистике, в финансовых компаниях, а также в государственном управлении.

Данные технологии уже меняют и даже изменили как производственные, так и управленческие процессы. Получение информации из большого массива данных – обработка данных – становится важным инструментом прогресса. С помощью Интернета вещей осуществляется сбор данных, с помощью машинного обучения их обработка, что дает новые знания и основы для принятия решений.

Внедрение Интернета вещей и интеллектуальной обработки данных в металлургии снизит издержки производства и повысит качество управленческих решений.

Так, например, на ОАО «ММК» решение Yandex Data Factory, основанное на технологиях Яндекса в области машинного обучения и анализа больших данных, внедрено в опытно-промышленную эксплуатацию. Оно позволяет оптимизировать расход ферросплавов и добавочных материалов при производстве стали в кислородно-конвертерном цехе. Сервис принимает данные по исходному составу и массе шихты, требования по содержанию химических элементов в готовой стали, другие параметры плавки и в реальном времени выдает оператору рекомендации по использованию ферросплавов и добавочных материалов. Предварительное тестирование показало, что экономия ферросплавов при использовании данного решения составляет в среднем 5%. Годовая экономия может превысить 275 млн рублей.

Вышеуказанных результатов позволяет добиться внедрение машинного обучения и Интернета вещей только в одном цеху. Для расширения использования данных технологий предлагается собирать и обрабатывать 3 типа данных:

- данные о состоянии здоровья сотрудников;
- данные о состоянии заготовок в процессе производства;
- данные, накопленные в процессе эксплуатации.

При работе на металлургическом комбинате сотрудник подвергается факторам негативного воздействия на здоровье: конвекционное тепло; лучистая энергия, ИК-излучение; загрязнение воздуха, пыль; шум.

Наиболее часто встречающиеся проблемы, ведущие к нетрудоспособности: тепловой удар, переохлаждение, обезвоживание, инсульт, приступ тахикардии, спазм сосудов и заболевания кожи.

Брак по вине человека, больничные, компенсации при травмах – все это издержки компании. Для того, снизить потери, необходимо предупреждать состояния ухудшения самочувствия сотрудника. Датчики (носимые гаджеты и устройства в цехах) помогут собирать данные о показателях состояния здоровья сотрудников: температура тела, температура воздуха, качество воздуха, уровень шума и т.д.

Доступ к оборудованию будет автоматически блокироваться для сотрудников с показателями здоровья, не отвечающим нормам.

Что касается процессов производства, то на каждом переделе происходят потери по различным причинам (рисунок 2).



Рисунок 2. Места потерь в металлургическом производстве

Потери возникают из-за низкого контроля за технологией производства и расходом ресурсов. Оборудование заготовок RFID-метками позволит хранить данные о следующих параметрах диагностики: состав сплава; температура заготовки; дефекты; скорость охлаждения и др.

Каждая линия конвейера будет оборудована воротами со считывателями: после плавления, после охлаждения сплава, после первичной обработки, после вторичной обработки, при отгрузке. Следовательно, на выходе продукции будет известен процент брака.

На передаче готовой продукции покупателям ответственность за продукцию не прекращается, поэтому представляется целесообразным во время эксплуатации получать данные о параметрах: дефекты; износ; время эксплуатации.

Эти данные позволят спрогнозировать износ продукции и вероятность аварийных ситуаций у конечного потребителя. Работа на опережение и предупреждение улучшает взаимодействие с клиентами.

Использование Интернета вещей и машинного обучения значительно сократит травмоопасность и повысит уровень автоматизации производства:

- снижение потери рабочего времени;
- снижение количества больничных;
- снижение риска ошибки по вине человека;
- повышение производительности труда;
- снижение брака на разных стадиях производства;
- снижение простоев из-за ТОиР;
- рациональное использование ресурсов;
- прогноз износа детали у конечного потребителя;
- снижение аварийных ситуаций у конечного потребителя;
- рост удовлетворенности и лояльности клиентов.

Внедрение Интернета вещей и машинного обучения в процессы производства и контроля качества будет осуществляться при помощи носимых гаджетов и RFID-меток, а интеграция с облачными системами позволит получить информацию из разнородных источников необработанных данных.

В целом, внедрение комплексного решения позволит уменьшить LTIFR¹, количество брака и время простоя оборудования за счет автоматизации охраны здоровья сотрудников; оптимизации технологических процессов (маркировка заготовок и установка считывателей); обработки данных в процессе эксплуатации. Простои снизятся на 27%, брак на 56%, расход ресурсов на 19% (рисунок 3).

¹ LTIFR – коэффициент травм с потерей трудоспособности.

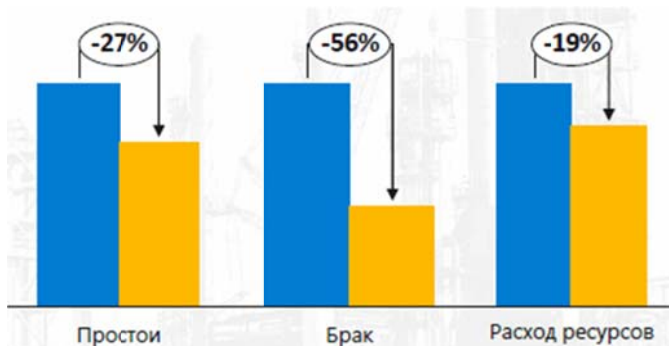


Рисунок 3. Эффект от внедрения комплексного решения Интернета вещей и машинного обучения в металлургию

Таким образом, передовые технологии, внедряемые в производство, будут способствовать повышению производительности труда сотрудников.

Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»), КонсультантПлюс (Дата обращения: 09.03.16)
2. Gartner's 2016 Hype Cycle for Emerging Technologies Identifies Three Key Trends That Organizations Must Track to Gain Competitive Advantage, Gartner.com, 16.08.2016 URL: <http://www.gartner.com/newsroom/id/3412017> (Дата обращения: 10.03.16)
3. Gartner's Top 10 Strategic Technology Trends for 2017, Gartner.com, 18.10.2016 URL: <http://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartners-top-10-technology-trends-2017/> (Дата обращения: 10.03.16)
4. Аналитика, машинное обучение и Интернет вещей, Открытые системы. СУБД, Сет Эрли, 05.05.2015 URL: <https://www.osp.ru/os/2015/02/13046273/> (Дата обращения: 12.03.16)
5. Решение Yandex Data Factory внедрено в опытно-промышленную эксплуатацию на ММК, ОАО «ММК», 13.07.2016 URL: http://mmk.ru/press_center/68238/ (Дата обращения: 15.03.16)

Гермаш В.А.

Кумская А.А.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Научный руководитель:

Трифонов П.В.

*к.э.н., доцент департамента Менеджмент
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Эволюция информационных систем управления при построении бизнес- процессов, как новый этап в развитии коммуникационного менеджмента

Аннотация: В статье показана роль информационных систем и их эволюция при использовании процессного подхода.

Ключевые слова: информационные системы, операционный менеджмент, управление бизнес-процессами, коммуникационный менеджмент.

Germash V.A.
Kumskaya A.A.
Financial University
under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russia

Scientific adviser:
Trifonov P.V.
Ph.D., Associate Professor
Financial University
under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russia

Information systems evolution in business process management, as a new stage in development of communication management

Abstract: A role of information systems and the systems evolutions in business process management is shown in the article.

Keywords: information systems, operations management, business process management, communications management.

На современном этапе развития в рамках информационной эпохи коммуникационные технологии выступают в роли системообразующего фактора, значительно влияющего на все сферы жизни человека, их текущее состояние и развитие. Процесс управления коммуникациями приобретает статус одного из условий устойчивого развития и повышения конкурентоспособности бизнеса, важного элемента системы управления организацией в традиционном ее понимании и в инновационном. Благодаря этому современный бизнес совершил революционный рывок по части эффективности и качества управления, решения стратегических задач, взаимодействия со стейкхолдерами. [1, стр. 189]

Активное развитие информационно-коммуникационных технологий стало одним из наиболее глобальных вызовов конца 20 и начала 21 века, которые радикально повлияли на преобразование окружающего мира. Информационные и коммуникационные технологии – один из основных драйверов экономического и социального развития. [2, стр. 53]

Учитывая, что в представлении об организации заложен упорядоченный тип отношений между людьми, ее успешное функционирование в большой степени зависит от качества производимых коммуникаций. Неэффективность коммуникаций приводит к тому, что общая

цель не будет согласована, и возникает предпосылка существования организации как таковой. Например, выполнение планов будет невозможным, если информация о них не будет передана людям, ответственным за их исполнение.

Согласно статистике, от 50 до 90% рабочего времени руководителя отводится на коммуникации.

Благодаря этому реализуются основные три его роли, не говоря об управленческих функциях (планировании, организации, контроле и мотивации):

- в информационном обмене;
- в процессах принятия решений;
- в рамках межличностных отношений.

Именно тот факт, что информационный обмен встроен во все основные виды управленческой деятельности, позволяет называть коммуникации связующим процессом.

Одной из основных сфер возникновения проблем является неэффективные коммуникации. В связи с этим руководителям требуется снижать их частоту для повышения общей эффективности своей работы. Эффективные коммуникации отражают эффективную работу руководителей, которые представляют суть коммуникационного процесса и имеют понимание того, как обмен информацией зависит от среды.

Коммуникационный менеджмент, появившись сравнительно недавно как отдельная дисциплина, стремительно получил развитие, на последнем этапе раскрывшись через эволюцию информационных систем управления.

Под коммуникативным менеджментом понимают научное управление потоками информационного взаимодействия отдельных людей, их групп, общественных и политических образований для решения тактических и стратегических задач в рамках развития общественных отношений. [3, стр. 6]

В рамках данной статьи ИСУ будут изучены в аспекте управления бизнес-процессами (БП). Реализация данного подхода (процессного) служит основой нового направления операционного менеджмента, объединяющего основные тенденции науки и актуальные знания из сферы управления бизнес-процессами.

Управление бизнес-процессами (business process management / BPM) – управленческая дисциплина, которая применяется в сфере проектного управления.

Обозначим роль информационных технологий в управлении БП:

- ИТ могут использоваться в поддержку практического освоения BPM;

- Подразделение ИТ организации в управлении БП играет скорее вспомогательную, нежели ведущую роль;

- Внедрение систем BPM является не ИТ- проектом, а согласованным изменением в сфере управления процессами, которое может быть поддержано со стороны информационных технологий.

Бизнес-процесс – определенная последовательность действий, которая направлена на получение установленного результата, являющегося ценным для организации.

Другая трактовка бизнес-процессов подразумевает совокупность последовательных действий, направленных на преобразование ресурсов, которые были получены на входе, в конечный продукт, на выходе имеющий ценность для потребителя.

Моделирование бизнес-процессов включает следующие стадии:

- Определение процессов и конструирование исходной модели «как есть». Чтобы усовершенствовать процесс, нужно понимать, как он работает в текущий момент. В рамках этой стадии выявляются ключевые составляющие процесса, его границы. Создаваемая на этом этапе модель может не всегда отражать работу процесса достоверно и адекватно.

- Анализ и корректировка исходной модели. Этап характеризуется выявлением противоречий, дублирований, вносятся изменения и модель принимает конечный вид.

- Формирование модели «как должно быть». Определяется желаемое состояние процесса. Данная модель отражает будущий вид модели со всеми необходимыми улучшениями.

- Тестирование и применение модели «как должно быть». Осуществляется внедрение модели на практике, после апробации вносятся необходимые изменения.

- Совершенствование модели «как должно быть». Каждый процесс в ходе работы претерпевает изменения и усовершенствования, поэтому модели должны регулярно пересматриваться и преобразовываться.

Моделирование бизнес-процессов в рамках управления качеством чаще всего осуществляют, используя перечисленные методы:

- Flow Chart Diagram (диаграмма потока работ) – представление процесса графическим способом с помощью специальных символов для отображения логики следования действий. Гибкость метода – ощутимое преимущество.

- Data Flow Diagram (диаграмма потока данных). DFD используется для отражения перехода информации между операциями процесса. Метод позволяет выделить логические уровни в процессе. При этом поток материалов в данной диаграмме не представлен.

- Role Activity Diagram (диаграмма ролей) – Диаграмма отражает степень ответственности за операции и процесс в целом, а также взаимодействие этих ролей.

- IDEF (Integrated Definition for Function Modelling) – набор методов для описания разнообразных аспектов БП (IDEF0/1/5 ...). Методы базируются на SADT (Structured Analysis and Design Technique). Наиболее применяемые из них: IDEF0 и IDEF3. Первая используется для создания модели функций процесса, в модели представлены функции, входы, выходы, управляющие воздействия. IDEF3 применяется для формирования «поведенческой модели процесса и состоит из двух моделей: первый вид отвечает за описание потока работ, второй – за описание состояний перехода объектов.

- Цветные сети Петри – представление модели в виде графа с вершинами, отражающими действия процесса, и дугами, за счет которых происходит переход состояний процесса. Применяется для динамического моделирования.

- United Modeling Language (UML) – объектно-ориентированный метод для моделирования БП, состоящий из 9 разных диаграмм, каждая из которых дает возможность моделировать отдельные динамические или статические аспекты процесса.

Серия последовательных мероприятий для выполнения административных задач называется административными бизнес-процессами. Данные процессы охватывают организационную структуру в целом. Они определяют те методики и инструменты, в рамках которых выполняются названные мероприятия. Административные бизнес-процессы объединяют как базы данных, так и саму организацию.

В 70-х-80-х годах информационные технологии рассматривались как двигатель прогресса, который придавал новую форму бизнес-процессам, базирующимся на программах информационных технологий и доступном оборудовании. Это повлекло за собой внедрение довольно большого числа новых систем, основанных на информационных технологиях, которые никогда не приносят обещанного результата.

В 90-х годах 20 века информационные технологии уже используются как инструмент. Перед применением их для оптимизации общих показателей деятельности организации определяют и совершенствуют свои процессы.

Данный подход переносит ответственность за системы и процессы с менеджеров ИС на линейных менеджеров, где по сути эта ответственность должна быть всегда. Этот подход приводит к значительному росту прибыли на инвестированный капитал, часто до 1000%.

Административная система управления информацией в основе содержит:

- Информацию, необходимую для выполнения различных целей на оперативном, тактическом и стратегическом уровне.
- Требования к актуальности, надежности и эффективности информации.

Данные требования формируют базис для разработки информационной системы. Эта система при необходимости будет включать в себя структурированные данные об окружающей среде и комплекс организационных процессов, которые в совокупности и составляют информационную систему. На практике отдел информационных систем по сути должен иметь статус вспомогательного. Считается, что результат работы этого отдела может увеличивать коммерческую прибыль или же совсем не добавлять реальной ценности. Но на самом деле, этот отдел крайне важен для организации в целом, выполняя важную функцию превращения данных в информацию.

Согласно проведенному исследованию, в 2015 году управление процессами укрепляет свои позиции ежегодно на российском рынке: в 87 % опрошенных компаний в той или иной мере имеет место управление бизнес-процессами.

Однако среди российских компаний такие общепринятые методы все еще непопулярны и используются собственные решения. [4, стр. 295–296].

На современном этапе развития существуют:

1. ECM и CRM, со встроенными процессами;
2. BPM, используемые для автоматизации процессов документооборота и работы с клиентами (см. таблица).

Организация работы БП в рамках CRM и ECM исходит от базы данных (база клиентов, хранилище документов) и статусов работы с ними (статус сделки, документа). Процесс, который внедряется в эти решения, всегда обращается к данным двух верхних ярусов. В BPM же работа изначально строится как процесс, концентрируясь на конечной цели процесса.

Различия в автоматизации бизнес-процессов

	ЕСМ	CRM	ВРМ
Объект автоматизации	Процессы, связанные с обработкой документов	Процессы взаимоотношений с клиентами (участок продаж)	Все бизнес-процессы компании
Результат процесса предоставления товаров или услуг	Договор	Продажа	Доставленный клиенту товар
Результат автоматизации	Зафиксированный порядок выполнения задач	Зафиксированный порядок выполнения задач	Зафиксированный порядок выполнения задач, который можно изменять

При необходимости изменения автоматизированного процесса, ситуация разнится. В ЕСМ и CRM потребуется внесение изменений на двух верхних ярусах. Учитывая затратность процесса, такие системы обычно настраиваются один раз и надолго, отражая необходимый порядок действий в ИС.

Гибкость ВРМ объясняется отсутствием необходимости корректировки архитектуры решения для изменения процесса. Изменения вносятся непосредственно в модель процесса, после чего он уже готов к работе, а процессы, запущенные до внесения изменений, продолжают работу. [5, стр. 35]

ВРМ рассматривает деятельность компании как набор процессов, а не функций. Объект системы – процесс продажи/поддержки клиентов/управления снабжением. Исходя из этого строится реинжиниринг бизнес-процессов в ВРМ, которая направлена на совершенствование деятельности предприятия и оптимизацию БП для роста прибыли.

Коммуникации также способствуют развитию информационных технологий.

Если ранее ИТ были направлены на оптимизацию внутренней производственно-управленческой деятельности, то на данный момент – это способ привлечь потребителя и более полно использовать его покупательские возможности.

Литература:

1. Ядова Н. Е. Цели и задачи коммуникационного менеджмента как фактора развития технологических предпринимательских структур // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 4 (37). С. 189–194.
2. Ядова Н. Е. Развитие коммуникационного менеджмента в условиях интеграции российского бизнеса в мировую экономику // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. Центр развития научного сотрудничества. 2016. №38. С. 53–57.
3. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. – 76 с.
4. Коптелов А.К., Лисичкина Ю.С. Итоги исследования: управление бизнес-процессами-2015. // СПб., Управленческие науки в современном мире, 2016, №1. – с. 294–301.
5. Заложнев А.Ю., Эволюция и принципы построения информационных систем управления предприятием // Программные продукты и системы. 2014. №2. С.34 – 38.

Исаков Н.А.,
студент 4 курса
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия

Научный руководитель:
Мухин К.Ю.,
Преподаватель-ассистент департамента Менеджмент
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: nekintos@gmail.com

Проблемы образовательных проектов организации и инновационные пути их решения

Аннотация: Статья посвящена актуальным сегодня проблемам образовательных проектов, которые сформулированы на основе анализа реальных кейсов. В рамках исследования разработаны рекомендации и инструменты, основанные на инновационных технологиях, которые помогут решить проблемы, стоящие на пути развития образовательных проектов.

Ключевые слова: управление проектами, эдутех, нейронные сети, инновационное предпринимательство, проблемы образования.

Isakov N.A.
*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Scientific adviser:
Mukhin K.Yu.,
*Management department lecturer
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: nekintos@gmail.com*

Problems of educational projects of the organization and innovative ways of their solutions

Abstract: The article is devoted to the actual problems of educational projects, which are formulated on the basis of the analysis of real cases. The research has developed recommendations and tools based on innovative technologies that will help to solve the problems facing the development of educational projects.

Keywords: project management, EduTech, neural networks, innovative entrepreneurship, educational problems.

Современная система образования переживает достаточно тяжёлые времена. Законы советского образования уходят в историю, а на смену приходят европейские тенденции. Порой внедрение новшеств происходит на неподготовленную почву, или инновации не адаптированы под российский менталитет. Проблем в современном российском образовании достаточно. Попробуем в них разобраться.

Можно выделить основные: отсутствие практической ориентации образования, принцип «уравнивания» всех учеников, низкая практическая направленность, кризис традиционной системы образования.

В качестве доказательства можно привести сводную статистику по трудоустройству выпускников вузов, работающих по специальности (таблица).¹

¹ *Источник:* Superjob.ru

**Статистика по трудоустройству выпускников вузов,
работающих по специальности**

Профиль	Работают по специальности
Строительство	78%
Здравоохранение	75%
Нефтегазовое дело	66%
Юриспруденция	53%
Энергетика	50%
ИВТ	47%
Журналистика	45%
Экономика	40%
Физика	30%
Психология	23%
Лингвистика	21%
Педагогика	12%
Социология	10%
История	7%

Можно сделать вывод, что выпускники с более широкими специальностями реже работают по специальности. Агентство стратегических инициатив (АСИ) опубликовало список профессий, которые исчезнут к 2030 году. Среди них бухгалтеры, водители, аналитики, врачи и преподаватели. То есть вопрос выбора профессии и образования стоит очень остро.

Одним из способов решения возникших проблем, является вовлечение в образовательный процесс различных технических средств, обучающих систем, использование Internet-обучения и нейросетей.

Искусственная нейронная сеть (ИНС) – математическая модель, а также её программное или аппаратное воплощение, построенная по

принципу организации и функционирования биологических нейронных сетей – сетей нервных клеток живого организма.

То есть, нейросеть – это самообучаемая система алгоритмов, которая действует в соответствии с заданными формулами и схемами работы, а также на основании предыдущего опыта.

«Нейросеть – это высшая точка оптимизации в любом бизнесе» – считает Андрей Себрант, директор по маркетингу сервисов Яндекс.

Нейронная сеть в сфере образования решает такие проблемы, как: отсутствие индивидуального подхода к ученикам, альтернативности обучения, наличие человеческого фактора при обучении, практическая направленность.

Искусственные нейронные сети применяются для классификации информации в случае ограниченных, неполных и нелинейных источников данных. Нейросетевые технологии отличаются универсальностью, одна и та же программа обеспечивает возможность работы в разных областях знаний. Такие системы не нуждаются в перепрограммировании при изменении состава обучающей базы. Важность данной особенности нейронных сетей трудно переоценить в свете постоянно увеличивающегося объема информации. Все перечисленное позволяет говорить о том, что внедрение нейросетевых технологий в процесс обработки и интерпретации информации является важным и перспективным направлением.

Литература:

1. АСИ: Список профессий, которые исчезнут [<http://asi.ru/reports/>] (Дата обращения: 24.05.2017)
2. Капуслен Н.П. Педагогические технологии адаптивной школы
3. Нечаев В.Я. Социология образования/ В. Я. Нечаев. – М.: МГУ
4. Слободчиков В. Новое образование – путь к новому сообществу // Народное образование
5. Мухин К.Ю. Гибкая имплементация проектных методологий в процесс формирования экосистемы инноваций// Сборник международной научно-методической конференции «Smart-технологии в образовании: Портрет выпускника 2020.», 2017
6. Образование:бизнес или социальный проект? [http://www.forbes.ru/kompanii/344831-vysshee-obrazovanie-biznes-ili-socialnyy-proekt?from_alt_domain=1] (Дата обращения: 12.06.2017)

Кебадзе Е.А.

*Студентка 1 курса магистратуры
Направление «Операционный менеджмент»
Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

**Научный руководитель:
Трифонов П.В.**

*к.э.н., доцент
Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
email: kebadze_katya_@mail.ru*

Особенности и перспективы применения облачных технологий в моделировании и организации бизнес-процессов компании

Аннотация: В статье рассмотрены причины популярности облачных сервисов, объемы их использования на российском и зарубежном рынках. Автор приводит их преимущества и недостатки, особенности внедрения и риски при использовании облачных систем. Кроме того, приведены основные задачи, стоящие перед бизнесом по внедрению облачных сервисов.

Ключевые слова: интернет-сервисы, облачные технологии, российский рынок облачных технологий, внедрение облачных систем, выбор облачного продукта, безопасность облачных систем, уязвимость интернет-сервисов, прогноз использования облачных технологий.

Kebadze E. A.,
student of 1 course of a magistracy
Area «operations management»
Financial University the government
of the Russian Federation
Moscow, Russia

Scientific adviser:
Trifonov P.V.,
Ph.D., Associate Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia

Peculiarities and prospects of cloud technologies application in business process modeling and organization

Abstract: In the article the reasons of popularity of cloud services, volumes of their use in the Russian and foreign markets are considered. The author gives their advantages and disadvantages, features of implementation and risks when using cloud systems. In addition, the main tasks facing the business of implementing cloud services are presented.

Keywords: internet services, cloud computing technologies, Russian market of cloud computing, implementation of cloud systems, product selection, cloud security, forecast of cloud resources utilization.

В современной России увеличение сегмента облачных технологий опережает общемировой уровень [1]. Среднегодовой темп прироста составляет свыше 50% и к 2017 году объем рынка достигнет 19 млрд руб. Облачные технологии привлекают внимание и частных предпринимателей, и крупных холдингов.

Облачные сервисы предоставляют пользователю удобную виртуальную среду для хранения и обработки информации, объединяющую в себе аппаратные средства, программное обеспечение, каналы связи, а также службу технической поддержки. Хранение информации в «облаке» при наличии выхода в Интернет дает возможность доступа к ней из любой точки планеты практически с любого устройства.

Удобство «облаков» уже успели по достоинству оценить пользователи крупных почтовых сервисов – gmail.com, mail.ru, mail.yandex.ru.

«Облако» можно легко настроить соответственно потребностям, приобретая дополнительное пространство для хранения информации или, напротив, отказываясь от излишков. Работа с облачными технологиями позволяет оперативно реагировать на появление новых бизнес-задач, снижает расходы и повышает эффективность предприятий и их подразделений [2].

Преимуществом интернет-сервисов является отсутствие необходимости покупки серверов, сетевого оборудования, ИБП, кондиционеров, лицензированного ПО. Не требуется штатный IT-специалист. Все это сокращает расходы на работу с информацией до 70%. Подключение к облачным сервисам может быть произведено с любого гаджета, имеющего выход в Интернет, и для этого не требуется специальных знаний в области IT.

Кроме того, данные в облаке централизованы, что более удобно, чем информация, распределенная по разным филиалам и компьютерам. Конфигурация облачного сервиса может быть осуществлена специалистами компании-провайдера по запросу клиента в течение нескольких минут. Также есть возможность самостоятельно управлять объемом «облака» через личный кабинет на сайте оператора. Облачные сервисы проектируются с повышенной безопасностью и отказоустойчивостью и обеспечиваются техподдержкой круглосуточно.

Популярность облачных систем объясняется в том числе мнением, что без использования облака компания не может выйти на должный уровень. По-английски этот манифест звучит как: «You have to be cloud to be good». Причем понятием «облако» часто называют инструменты, которые таковыми, на самом деле, не являются.

Распространённым заблуждением является то, что облачные решения всегда помогают экономить на издержках. Иногда это действительно является причиной, однако большинство компаний привлекает динамичность. Исследования Gartner показали, что экономия затрат составляет лишь 14% от всех причин, по которым компании внедряют облачные сервисы. Экономия может быть одним из преимуществ, но не должна восприниматься, как данность.

Перед тем, как принять решение о внедрении облачного сервиса, компании необходимо решить основные операционные, стратегические и кадровые задачи в сфере управления, безопасности и выбора конкретного решения.

Обеспечение привлекательного и удобного представления данных;

Оценка эффекта от вложений;

Поиск альтернативных решений внедрению облачных технологий;

Определение функций, которые будут перенесены в облако;

Оценка влияния внедрения на различные сферы деятельности компании;

Определение затрат на внедрение и персонал;

Оценка необходимости содержания внутреннего персонала, который будет обслуживать облачный сервис;

Подготовка персонала, культурные и социальные изменения;

Определение свойств и качеств сервиса, отвечающего требованиям ключевых стейкхолдеров и службы безопасности;

Изучение рынка и выбор поставщика/поставщиков облачных технологий.

Рисунок. Задачи бизнеса в процессе принятия решений о переходе к облачным технологиям [3]

Перед компаниями, желающими осуществить перенос сервисов, систем хранения, коммуникаций и задач в облако, стоит выбор, какой тип облачного сервиса ей подходит: частное облако (private cloud), общедоступное облако (public cloud) или смешанное (hybrid cloud mix). Также возможны различные сочетания из трех информационных облачных сред: Infrastructure as a Service (IaaS), Platform as a service (PaaS) и Software as a Service (SaaS).

Один из мифов об облаке гласит, что в облако нужно перенести все процессы компании. Он предполагает, что облачный сервис подходит абсолютно для всех сфер и бизнес-единиц. Однако это возможно не во всех случаях, поэтому перед внедрением необходимо проанализировать все процессы компании и оценить, насколько применим к ним переход на облачные сервисы. Это может быть особенно актуально, когда процесс в компании постоянно меняется и зависит от множества факторов. Облачные системы менее гибкие, их бывает трудно адаптировать под нужды компании, и интегрировать с учетом различных особенностей.

Поставщики часто предлагают адаптировать облачные технологии к специфике процессов заказчика путем, так называемых, кастомизаций. Эти услуги, как правило, являются платными и предполагают существенные изменения в интерфейсе системы. Кроме того, при разработке и выпуске массовых обновлений, которые являются единичными для всех заказчиков, локальные кастомизации не всегда учитываются, и начинают работать некорректно.

Часто встречается подход, когда поставщиком или разработчиком всех облачных сервисов является одна компания. Облачную стратегию эффективнее строить на оценке целей компании, каждой из которых могут подходить различные сервисы от разных производителей. Желание стандартизировать процесс может привести к упущению выгод и преимуществ, которые могут предоставить различные поставщики.

Процесс внедрения облака может столкнуться с сопротивлением многих сотрудников или целых отделов, для преодоления которого могут потребоваться значительные усилия проектной команды, а также вовлечение руководителей для вселения уверенности в том, что это удобно, безопасно и необходимо компании.

Поскольку вопрос безопасности может стоять довольно остро, следует продумать, каким образом будет защищаться и ограничиваться доступ к тем или иным данным, поддерживает ли выбрано облачное решение существующую в компании иерархию доступов.

Для обеспечения надежности хранения информации и снижения риска ее потери можно использовать резервное копирование данных или системы восстановления. Средством контроля доступа может быть токенизация или VPN-соединение, которые дают возможность защитить входящие и выходящие данные и контролировать их видимость.

Несмотря на существующие риски, рынок облачных решений непрерывно растет. В 2015 году на Oracle OpenWorld 2015 Марк Херд заявил, что через 10 лет 80% промышленных приложений будут перенесены в облака, 80% мирового рынка SaaS будет принадлежать двум крупным поставщикам, вся разработка и тестирование ПО будет осуществляться в облаке, в облаках будут храниться практически все корпоративные данные, а корпоративные облака станут самыми безопасными ИТ.

Подтверждая свои прогнозы, CEO Oracle добавил, что к 2025 году 80% ИТ-бюджетов будут расходоваться на облачные, а не традиционные ИТ-системы, почти все новые приложения станут SaaS-приложениями, а в ближайшие 10 лет будут высокими темпами расти инвестиции в облачную инфраструктуру [4].

К 2018 году ожидается, что затраты на облачные сервисы увеличатся вдвое и достигнут \$127,5 млрд., включая \$82,7 млрд. вложений в SaaS, \$24,6 млрд. в IaaS и \$20,3 млрд. в PaaS [5].

Итак, рынок облачных технологий растет значительно быстрее, чем рынок информационных технологий в целом. Это обусловлено огромным спросом на облачные системы, которые обладают рядом преимуществ. Возможность иметь сиюминутный доступ к данным из любой точки мира чрезвычайно важна для ведения бизнеса в современных условиях.

Мировой рынок облачных решений и услуг растет настолько интенсивно, что предсказать темп его увеличения оказывается на практике довольно трудно, поэтому данные ведущих аналитических компаний порой сильно отличаются. Тем не менее, все они фиксируют одни и те же тенденции: быстрый темп роста расходов на cloud computing, а также сопутствующего рынка сервисов, ЦОДов и трафика данных в таких системах.

Тем не менее, не стоит забывать о таких рисках и недостатках облачных систем, как уязвимость в вопросах безопасности и сложность в адаптации к особенностям конкретных бизнес-процессов.

Основной рекомендацией компаниям, собирающимся внедрить облачную систему является предварительное детальное описание внутренних процессов «As Is», изучение возможностей потенциальной облачной системы и преимуществ, которые компания может получить от внедрения. Крайне важно определить недостатки в текущих процессах, «узкие места», а также показатели, при помощи которых можно будет оценить эффект от внедрения облака. Для этого необходимо определить цели внедрения, круг заинтересованных лиц и пользователей.

Подобная проработка позволит минимизировать риски и недостатки облачных систем, а также выбрать наиболее подходящий продукт из предлагаемых на рынке. Кроме того, руководство компании может принять решение отказаться от внедрения или отложить его, если более эффективным видится использование традиционных решений.

Литература:

1. IDC Research, Inc. – ведущий поставщик информации, консультационных услуг и организатор мероприятий на рынках информационных технологий, телекоммуникаций и потребительской техники [электронный ресурс: <https://www.idc.com/> (дата обращения 04.05.2017)]

2. Облачные технологии в оптимизации бизнес-процессов компании / Новые технологии: Комсомольская правда, апрель 2015 [электронный ресурс: <http://www.kp.ru/guide/oblachnye-tehnologii-i-resheniya.html> (дата обращения 07.05.2017)]
3. Cloud Computing / Research: Gartner Inc., 2016 [Электронный ресурс: <http://www.gartner.com/technology/topics/cloud-computing.jsp> (дата обращения 07.05.2017)].
4. Облачные вычисления (мировой рынок) / Tadviser, сентябрь 2016 [электронный ресурс: <http://www.tadviser.ru/> (дата обращения 10.05.2017)]
5. G. Leopold Forecasts Call For Cloud Burst Through 2018, EnterpriseTech, November 2014 [электронный ресурс: <http://www.enterprisetech.com/2014/11/03/forecasts-call-cloud-burst-2018/> (дата обращения 09.05.2017)]

Колесник П.Д.,

студент

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: colesnik.polina@yandex.ru

Научный руководитель:

Братченко С. А.,

к.э.н., доц.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Информационные технологии в операционном менеджменте

Аннотация: В статье рассмотрена роль информационных технологий в операционном менеджменте в современных условиях.

Ключевые слова: информационные технологии, операционный менеджмент, система управления.

Kolesnik P.D.,
student
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: colesnik.polina@yandex.ru

Scientific adviser
Bratchenko S.A.,
PhD (Econ.),
Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

Information technologies in operations management

Abstract: A role of information technologies in modern operations management is considered in the article.

Keywords: information technologies, operations management, control systems.

XXI век – век инновационных технологий, век информации и непрерывного общения, век технологий, когда часто бывает так, что машина «думает» за нас. Информация стала одним из главных «товаров потребления» и товаров пользования как людьми в быту, так и предприятиями в своей работе. Информационно – коммуникативные технологии являются стратегическими, материальными и энергетическими ресурсами, а также средством повышения конкурентоспособности предприятия и увеличения эффективности при управлении им [1, стр. 754]. Информационно – коммуникативные системы и технологии помогают менеджеру реализовывать свои решения. Однако, кроме того, эти технологии и сами вносят изменения и в предприятия, и правительственные организации, диктуя свои условия и преобразовывая методику управления предприятием.

Информационные технологии и информационная культура являются одним из главных составляющих управленческой политики любого предприятия. Причин довольно много. Так, в настоящее время информационная культура становится одним из главнейших компонентов общей культуры организаций. Предпринимателю необходимо иметь представ-

ление о конечном результате, чтобы был шанс на него повлиять. Именно поэтому необходимо обладать самой разнообразной информацией в области политики, социальной сферы, рынка, информационных технологий [1, стр. 108–122]. Последние же позволяют создать в компании компьютерные сети, главной задачей которых будет общение менеджеров между собой и обмен необходимой информацией.

В XXI веке можно наблюдать, как повсеместно создаются корпоративные информационные системы (КИС). Они стали одной из основных движущих сил научно-технической революции и развития современной мировой экономики. Разумно выбранная и внедренная КИС существенно улучшает управляемость предприятия и повышает эффективность его работы. Руководители получают возможность непосредственного контроля над результатами деятельности каждого подразделения. Существует много причин, из-за которых началось внедрение КИС [2, стр. 5]. В основе лежит проблема недостаточного обмена информацией между отделениями компании, неполноты и дублирования данных, а также проблема их несвоевременного поступления. Все это снижает эффективность управления, затрудняет анализ исходной информации и служит источником принятия ошибочных управленческих решений. Поэтому построение комплексной информационной системы управления является важным фактором делового успеха. По мере развития КИС возникала необходимость замены существующих систем, так как они не удовлетворяли требованиям современного бизнеса. Ведь его отличительными чертами являются мультивалютность, многоязычность, а устаревшие системы не масштабируются под задачи развивающегося бизнеса предприятия, в следствие чего не могут обеспечить удовлетворительную скорость выполнения основных бизнес-процессов и достаточную оперативность получения и обработки информации, необходимой для принятия решений. Также, на мой взгляд, причина кроется в необходимости расширения контактов с партнерами и клиентами. База должна постоянно обновляться, а также нельзя забывать и то, что необходимо поддерживать связь с уже существующими партнерами/ клиентами. Я считаю, что в результате внедрения КИС на предприятии будет прослеживаться достижение желаемого уровня конкурентного преимущества. В свою очередь, специализация КИС представляет из себя мониторинг событий и трендов, как внутренних, так и внешних. Следовательно, владея своевременной и более широкой информацией и соответствующими инструментальными средствами, менеджеры высшего уровня лучше готовятся к принятию стратегических изменений для использования возможностей организации и устранения проблем.

Также важным моментом является то, что любой менеджмент – это прежде всего принятие решений. В свою очередь, менеджер – решительный человек не в силу личностных качеств, а в силу должности [4]. Он постоянно должен принимать решения по различным вопросам: хозяйственным, коммерческим, кадровым и т.д. Любое решение в сфере управления имеет 3 компонента – это информационный источник, адресат и последствия принятого решения. Существует 3 основных информационных источника в сфере управления предприятием: внешний источник (т.е. конкуренты, государство, партнеры, клиенты), который плохо контролируется, поставляет неполную или недостоверную информацию в любое удобное ему время; организация (т.е. исполнители и руководители), которую возможно контролировать, однако не с абсолютной гарантией, так как предоставляемая информация требует проверки и уточнения; руководитель (т.е. его связи, опыт, возможности), который производит сортировку и анализ информации, отбор необходимого, однако существует риск стать подвластным своим же иллюзиям и мечтам [1, стр. 108–125].

Особую роль информационные технологии играют в операционном менеджменте. Были усовершенствованы такие процессы, как систематизация данных и переработка информации, осуществляющиеся при использовании компьютерной техники. Информационные технологии – дисциплины, которым уделял большое внимание еще Чарльз Бебидж. Он в 1832 году был первым, кто спроектировал прототип компьютера, а Ада, дочь поэта Байрона, была первой, кто разработал подход к программированию этой работы.

Благодаря информационным технологиям, эти и многие другие исследователи компьютеризации предоставили операционному менеджменту потрясающую возможность справиться с проблемами, которые раньше не могли быть решены. Были внедрены такие процессы управления, как прогнозирование, планирование и загрузка оборудования, программное управление оборудованием, компьютерное проектирование. Позднее, уже по прошествии некоторого времени, исследователи смогли усовершенствовать экспертные системы и протокол стандартизации в области автоматизации производства, что, на мой взгляд, позволяет в современном мире облегчить процесс управления организацией и сделать его более качественным.

Не могу оставить без внимания вопрос: как менеджмент может использовать технологии для качественного изменения своего бизнеса? Многие бизнесмены используют современные технологии для кардинального повышения производительности и ценности предприятия,

посредством аналитики, мобильности и других процессов для совершенствования возможностей традиционных технологий, для изменения взаимоотношений с клиентами, внутренних процессов и конкурентных предложений. Мне кажется, что на данный момент цифровой бизнес является горячей темой для компаний по всему миру. Руководители оперируют тремя «кирпичиками» деятельности своего предприятия: клиентский опыт, операционные процессы и бизнес-модели. На мой взгляд, опытные и разумные управляющие, которые знают, посредством чего и где можно повлиять на клиентов, являются лидерами в бизнес процессах, так как именно они учатся более эффективно продвигать свои бренды через социальные медиа. Они также выстраивают различные интернет-сообщества, чтобы консультировать своих клиентов и формировать у них лояльность. Многие используют потенциал аналитических систем, чтобы иметь более подробные представления о клиентах. Также, я считаю, что в цифровом бизнесе основным процессом, ведущим организацию к прогрессу, является процесс цифровизации. Автоматизация может позволить компании переориентировать свой коллектив на решение стратегических и операционных задач. Она позволяет научным сотрудникам сконцентрироваться на исследованиях и творчестве, а не тратить время на повторяющиеся процессы. И соответственно, становится легче формировать потоки данных, которые могут быть полезны при интеллектуальном анализе.

Стоит также отметить, что для различных подразделений предприятия свойственно различие информационной культуры, именно поэтому требуется разработка разнообразных методов и подходов к сбору, отбору, хранению и преобразованию информации. Я убеждена в том, что одной из главных задач современных руководителей является оптимальное сочетание информационно – коммуникативных технологий и информационной культуры с постоянными изменениями в компании, которые приводили бы к наиболее эффективному управлению предприятием. Благодаря поощрениям определенных типов информационного поведения, непрерывному поиску новой информации и преобразованию ее к данным условиям, возможно достичь поставленной управленческой цели.

Для поддержки процессов управления бизнесом сегодня на рынке программного обеспечения предлагается широкий спектр продуктов – так называемые MRP, ERP, CRM, SCM, BPM – системы. Это все – методы управления, основанные на конкретных алгоритмах подготовки и принятия управленческих решений с использованием ИТ. Они формализованы в виде стандартов управления, которые являются

основой разработки функциональной структуры ИС. Задача таких систем заключается в своевременном предоставлении руководству организации информации для эффективного управления [2, стр. 12–14]. В их составе существуют такие функции, как интеграция бизнес-данных организации в единой информационной базе, инструментарий для планирования, контроля и анализа развития бизнеса, выпуск отчетности для оценки результатов деятельности. Например, в современной реальности, благодаря ВРМ- системе, осуществляется управление бизнес-процессами компании. При этом для более эффективного результата организации сотрудничают с консалтинговыми и ИТ-компаниями на международном и региональных рынках, осуществляя масштабные проекты. Эти системы включают в себя программы поддержки принятия решений, предназначенные для менеджеров, проектирующих финансовую модель предприятия.

Для принятия решений как в стратегическом, так и в операционном менеджменте нужны люди, которые хорошо ориентируются в управленческих, математических науках, а также в информационных технологиях. На мой взгляд, руководство наряду с модернизацией информационной структуры организации также должно проводить работу по обучению и подготовке персонала к внедрению современных информационных технологий управления. Это может происходить путем предоставления возможности прохождения курсов повышения квалификации, организации мастер-классов по обучению офисным компьютерным программам. Тем самым, скорее всего, быстрее будут выработаны согласованные позиции у представителей различных направлений деятельности, а также меньшие временные и денежные затраты понесет организация в процессе внедрения и руководство предприятия раньше будет обладать эффективным инструментом для принятия управленческих решений.

В целом, внедрение ИТ-технологий в менеджмент позволяет сделать оптимальным выбор глобальных и локальных стратегий повышения отдачи от работы внутренних подразделений и результативности деятельности организации. Стоит отметить, что совершенствование базовой технологии наблюдается на протяжении последнего десятилетия, вслед за ним совершенствуются такие технологии, как мультимедиа, Интернет-технологии, IP-телефония, ПО управления бизнес-процессами, учитывая то, что компьютерная техника становится дешевле и мощнее. Область интеллектуальных, наукоемких проблем требует большего внимания в таком случае. Например, обработка изображений, визуализация данных, позволяют человеку погрузиться в образную среду решения

сложных задач, приблизиться к целям и выбрать верное управленческое решение. Нельзя оставить без внимания и подходы к управлению бизнес процессами, которые в современном мире очень разнообразны. Бережливое производство, Шесть сигм, Теория ограничений, SCRUM, Точно в срок, Тотальное управление качеством – эти, и многие другие методики используются в управлении бизнес процессами. Например, реинжиниринг – это полное перепроектирование бизнес процессов. Суть подхода можно выразить в проектировании модели идеального бизнес процесса, нахождении лучшего способа, для максимального приближения существующего процесса к идеальному. Особо следует отметить роль информационных технологий в реинжиниринге, так как перепроектирование деловых процессов становится возможным, как правило, благодаря именно этим технологиям. Поэтому необходима разработка стратегии ИТ как ряда целенаправленных и скоординированных действий, которые будут позволять использовать ИТ- ресурсы для создания и поддержания устойчивого конкурентного превосходства компании.

В заключении мне хотелось бы отметить следующее. Информационные технологии, которые обеспечивают возможность управления предприятием на основе оперативных, аналитических и достоверных данных, на мой взгляд, являются настоятельной необходимостью в условиях современного мира [3, стр. 313]. Также хотелось бы отметить и то, что это понятие и менеджмент – два, неотделимых друг от друга, понятия. Мне кажется, что дальнейшее внедрение современных информационных технологий будет способствовать инновационному развитию организации, повышению производительности аппарата управления, его надежности, гибкости и адаптивности, оперативности принятия управленческих решений. Немаловажным, я считаю, является и тот факт, что именно от уровня использования ИТ напрямую зависит эффективность компании, и, вероятнее всего, роль ИТ будет только повышаться в будущем.

Литература:

1. Дафт Р. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2006. – 864 с.
2. Корпоративные информационные системы. Уч. пособие. В 2 ч. Ч. 1. Проблемы внедрения и использования. Д.А. Градусов, А.В. Шутов, А.Б. Градусов. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2014. – 96 с.
3. Трачук А.В., Лисичкина Ю.С., Сычев Ю.К., Трифонов П.В., Братченко С.А., Резниченко В.И. Операционный менеджмент. – Кнорус, 2017. – 360 с.

Комлев И.В.,
*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: ivan_komlev95@mail.ru*

Эффективность применения технологий обучения персонала при сетевом взаимодействии на примере ФГБОУ ВПО «КНИТУ» и ПАО «Татнефть»

Аннотация: Образовательная среда в Российской Федерации является широким полем для изучения, анализа и внедрения инновационных процессов. Технологии обучения в современной практике основаны на плотном взаимодействии с специализированными организациями, с которыми заключаются особые контракты между компанией-партнером и образовательным учреждением. Именно поэтому в рамках представленной статьи проанализирована актуальная проблематика эффективности применения технологий обучения персонала при сетевом взаимодействии на примере ФГБОУ ВПО «КНИТУ» и ПАО «Татнефть».

Ключевые слова: эффективность, обучение персонала, технологии, сетевое взаимодействие.

Efficiency of application of technologies of personnel training in network interaction on the example of FGBOU HPE «KNITU» and PJSC «Tatneft»

Abstract: The educational environment in the Russian Federation is a broad field for studying, analyzing and implementing innovative processes. Training technologies in modern practice are based on close interaction with specialized organizations, with which special contracts are concluded between a partner company and an educational institution. That is why, within the framework of the presented article, the actual problems of the effectiveness of the application of technologies for personnel training in the network interaction analyzed on the example of the FGBOU HPE «KNITU» and PJSC «Tatneft».

Keywords: efficiency, personnel training, technology, network interaction.

Современный бизнес любого уровня не может существовать без полноценного взаимодействия между ведущими университетами и бизнес-структурами. Данная практика уже давно считается неотъемлемой частью ведения эффективного бизнеса во всех промышленно развитых странах, и Россия на данный момент находится в стадии технологического развития в первую очередь благодаря тесной кооперации между вузами и компаниями мирового значения.

Рассмотрим крупнейшие российские компании в сфере высокотехнологичной добычи нефти и газа.

Одним из наиболее ярких примеров по праву считается нефтяная компания Татнефть, которая представлена на всей территории России своими представительствами, точками АЗС, станциями техобслуживания и автосервисами. Отрасль нефтедобычи и транспортировки в переработанном виде напрямую зависит от того, каких специалистов набирает в свою команду компания Татнефть. Данный бренд сотрудничает сегодня и будет тесно взаимодействовать в долгосрочной перспективе с ведущими университетами. Самым востребованным поставщиком

квалифицированных специалистов на рынок нефтяной компании «Татнефть» является ФГБОУ ВПО «КНИТУ». Данный университет расположен в столице республики Татарстан, в городе Казань, и имеет своей функцией осуществлять подготовку и трудоустройство лучших выпускников в нефтяном секторе республики. [1, с. 16]

Технологический университет города Казани является в наше время самым передовым среди университетов Поволжья по количеству выпускников и уровню подготовки новоиспеченных технологов для компании Татнефть. Университет «КНИТУ» сегодня и чем он так привлекателен для столь успешной компании, как Татнефть?

Казанский технологический университет – это один из крупнейших и лучших вузов России. Численность его студентов-очников уже давно превысила 25 000, имеется также 2400 аспирантов и более 6000 преподавателей разных квалификаций. Некоторые дисциплины преподаются на татарском языке и имеют узкоспециализированную специфику. Основным направлением подготовки в вузе считается нефтяная специализация, так как нефтегазовая сфера в республике развита на высоком уровне. В настоящее время нефтегазовый сектор Татарстана растет и крепнет ударными темпами, республика выбивается в лидеры по количеству разрабатываемых нефтяных месторождений, а это в свою очередь рождает небывалый доселе спрос не только на разнорабочие вахты, но в первую очередь на квалифицированных менеджеров-международников.

Основные причины, почему компания развивает связи с казанским технологическим университетом, кроются в том, что в Татнефти имеется сегодня возможность эффективно применять технологии обучения персонала при взаимодействии с университетскими лекториями.

ПАО «Татнефть» уделяет достаточно большое внимание привлечению высококвалифицированного персонала, развитию профессионализма сотрудников для того, чтобы укрепить свои позиции в нефтегазовом бизнесе.

В отчетном году в ПАО «Татнефть» продолжается улучшение системы постоянного профессионального образования, которое включает подготовку и повышение квалификации персонала, руководителей и высшего менеджерского состава.

Самым главным направлением работы организации считается многосторонняя последовательная подготовка руководителей высшего и среднего управленческого звена. Повышение квалификации данных рабочих осуществляется в образовательных учреждениях, которые обладают высоким рейтингом при подготовке профессионалов

нефтегазодобывающего сектора промышленности. Только в 2015 году обучение и повышение квалификации прошли 18713 рабочих организации.

В нынешних условиях развития компаний особенную актуальность приобретает корпоративное обучение и работа над кадрами. Жесткая конкуренция, огромное количество задач и недостаток времени обязывают использовать в своей работе с персоналом современные инструменты. В организации «Татнефть» подобным инструментом считается сформированный в 2011 году Электронный корпоративный университет, который представляет собой инновационный ресурс образования, помогающий персоналу развиваться с применением передовых форм обучения и технологий.

Также ПАО «Татнефть» тесно сотрудничает с ФГБОУ ВПО «КНИТУ». Благодаря данному сотрудничеству работники компании получают интеллектуальное и профессиональное развитие, выявляются и отбираются талантливые рабочие на перспективу, адаптируются молодые специалисты.

Рассмотрим процессы повышения квалификации в ФГБОУ ВПО «КНИТУ»:

1. Повышение квалификации осуществляется по нескольким направлениям:

- переподготовка и повышение квалификации;
- содействие изучению процессов организации в условиях вступления России в ВТО;

- непрерывное образование;
- межкультурные коммуникации.

2. Срок обучения длится, как правило, около 9 месяцев;

3. Специалисты ПАО «Татнефть» получают теоретические знания, однако практическим отдается ключевое значение;

4. Происходит исследование химико-технологических процессов с помощью применения различных программ (ChemCad, Ansys Fluent, HYSYS и др.)

5. Углубленное изучение иностранного языка (в основном, английского);

6. Работа с базами данных (MA, Microsoft SQL)

Основным преимуществом такого сотрудничества считается строгая ориентация на цели организации. За счет того, что разработчики курсов, практикумов и тренингов считаются ведущими специалистами организации, слушатели образовательного курса могут обучаться в соответствии со стратегией развития ПАО «Татнефть».

Приобретенные выпускников в высшем учебном заведении знания и опыт обязаны удовлетворять требованиям нынешнего экономического состояния страны. Для того чтобы установить данное соответствие, составляются профессиональные стандарты, которые определяют требования к уровню подготовки специалистов.

На сегодняшний день и к работникам предъявляются огромные требования: знание английского языка, способность к самостоятельной организации, ответственность, коммуникабельность – являются объективным требованием при принятии на определенную должность.

В соответствии с данным принципом ФГБОУ ВПО «КНИТУ» разрабатывает специальные технологии своего обучения. Благодаря данным технологиям сетевая форма реализации образовательной программы обеспечивает возможность осваивать работником образовательную программу с применением ресурсов нескольких организаций, которые осуществляют обучение.

Целью интеграции ПАО «Татнефть» и ФГБОУ ВПО «КНИТУ» считается задействование взаимодополняющего потенциала участников сети, большой учет требований работодателей, подготовка профессиональных кадров, которые лучше ориентируются в международном сотрудничестве, развитие научной и исследовательской составляющей компетенции.

Сетевая форма обучения в основном заключается в повышении качества образования и аккумулировании лучшего опыта ведущих организаций. Основными задачами сетевого обучения считаются:

- подготовка кадров с уникальными навыками, которые востребованы на рынке труда приоритетных направлений и отраслей;
- повышение качества образования благодаря взаимодействию ресурсов компании по приоритетным отраслям развития;
- внедрение лучших образцов отечественных и зарубежных практик в образовательном процессе для развития прикладного исследования.

Следовательно сетевое взаимодействие высшего учебного учреждения с работодателями в процессе профессиональной подготовки кадров помогает обеспечить формирование у молодых специалистов ориентацию на инновационное обновление в сфере, повышенный уровень профессиональных качеств, возможность делать прогнозы изменения производства, способность разрабатывать, оценивать и внедрять инновационные возможности, развивать высокий уровень творческого мышления, социальной приспособленности к производственному процессу.

Производительность труда является эффективным применением трудовых ресурсов. Для того чтобы оценить эффективность применения трудовых ресурсов используется система показателей производительности труда, а также формируются мероприятия для обеспечения повышения выработки норм рабочими. Для более результативного применения трудовых ресурсов, огромное внимание уделяется трудовой дисциплине, ее укреплению.

Изменение производительности труда стоит оценить за счет сопоставления выработки товаров по фактической и плановой норме. К примеру, в 2016 году на ПАО «Татнефть» выпуск товаров уменьшился на 14,2% по сравнению с 2015 годом, что говорит об сокращении производительности труда.

На сегодняшний день огромное влияние имеет система образования, которая значительно воздействует на производительность труда. Для решения проблемы недостатка трудового потенциала в условия кризиса в экономическом плане, основной целью ПАО «Татнефть» считается непрерывное увеличение уровня квалификации рабочих общества в соответствии с постоянным изменением производственных и социальных условий, создание высокого профессионализма, мышления. Обучение происходит на основе постоянного изучения потребностей общества. [2, с. 15]

За 2016 год разными формами обучения в ФГБОУ ВПО «КНИТУ» было охвачено 3012 работников. Наличие образование помогает использовать более высокие технологии, конструкции и автоматизацию труда работников, усовершенствование техники и технологии производства. Чем выше культурный и технический уровень и квалификация персонала, тем быстрее они смогут освоить новую технику и технологию.

При формировании мероприятий по повышению производительности труда на ПАО «Татнефть» учитывают текучесть кадров, так как большая «текучка» персонала негативно сказывается на результате работы организации.

На основании исследований, перед увольнением в течение месяца производительность труда уменьшается примерно на 13%, а у нового персонала производительность труда меньше на 5,5%. Благодаря обучению персонала производительность труда может увеличиться в месяц на 6,9%, что является достаточно хорошим показателем. Это происходит за счет того, что персонал повышает свою квалификацию, обучается новым технологиям и, соответственно, меньше тратит времени на выполнение определенной работы, что значительно увеличивает производительность.

Также за счет создания благоприятной среды вокруг работника производительность увеличивается на 17,5%. Под благоприятной средой стоит понимать наличие необходимого материала для работы, рабочего места, в соответствии с квалификацией работника и его профессионализма. Таким образом, многие служащие и руководители будут стремиться к повышению квалификации для наиболее комфортных условий при работе.

На данный момент существуют следующие технологии обучения персонала ПАО «Татнефть» в ФГБОУ ВПО «КНИТУ»:

- применение системы мотивации персонала;
- использование ИТ-систем в процессе обучения;
- обучение специалистов за границей;
- удаленное обучение на платформе Blackboard,
- лучшие методики обучения по системе «best practicies»;
- защита авторских прав студентов.

На мой взгляд, для обучения персонала ПАО «Татнефть» в ФГБОУ ВПО «КНИТУ» и улучшения качества образования, можно применять следующие технологии: автоматизировать управление учебным процессом; позволить организовать постоянное взаимодействие между каждым участником образовательного процесса; применять технологии модульного, проектного обучения; направлять обучение персонала на самостоятельную разработку определенных ситуаций; применять дискуссии во время учебного процесса.

Благодаря применению данных технологий, персоналу компании будет намного проще обучаться и повышать свою квалификацию. Взаимодействие всех сотрудников заключается в обмене опыта и знаний. Во время обучения персонала в ФГБОУ ВПО «КНИТУ» основная направленность деятельности заключается в усвоении сотрудниками необходимых знаний и умений, которые в дальнейшем улучшат производительность всей компании. При применении всех рекомендаций, можно добиться слаженной и эффективной работы на протяжении всего процесса реализации продукции и услуг. Взаимодействие компаний и учебных учреждений во многом находят преимущества и заставляют развиваться и тех, и других в равной степени.

В соответствии с попечительным советом, который возглавил президент республики Татарстан осенью 2014 года, отныне компания Татнефть становится крупнейшим донатором для казанского технологического университета, а по последним заявлениям президента, Татнефть продолжит финансирование научных университетских разработок вплоть до 2025 года. В результате на сегодняшний день ФГБОУ

ВПО «КНИТУ» становится лидером инновационного образования и ежегодно привлекает более половины всего студенческого состава из всех регионов России для получения по-настоящему качественных знаний и гарантии успешного трудоустройства, как на старших курсах университета, так и непосредственно после его окончания. [4, с. 1]

По самым скромным оценкам, компания Татнефть вложила в научную составляющую около 53 миллионов рублей для разработки и продвижения самых современных научных программ для максимизации прибыли в грядущей перспективе на ближайшие годы. Также еще 43 миллиона рублей будут инвестированы в развитие научных кадров вплоть до 2025 года, – по словам президента компании Татнефть, Наиля Маганова. На сегодняшний день научные и кооперационные связи между двумя сторонами развиваются ударными темпами, а связано с повышенным интересом республики Татарстан как одного из крупнейших нефтедобытчиков на европейском континенте. В 2016 году удельный вес компании на европейском рынке нефти и газа составляет приблизительно 13,1%, что по подсчетам экспертов, превышает 17 миллиардов евро в год.

В 2015 году выпуск продукции сократился на 15% по сравнению с предшествующим годом, что позволяет судить о снижении производительности труда за исследуемый период.

В 2017–2018 годах в компании «Татнефть» планируется повышение производительности труда на 9%, что позволяет свидетельствовать о том, что прибыль организации будет расти. Производительность труда напрямую зависит от уровня реализации вышеперечисленных программ. В случае повышения производительности труда на 9% в исследуемом периоде, в организации «Татнефть» будет наблюдаться увеличение прибыли более, чем на 8–12%. [5]

В наши дни компания Татнефть процветает только по причине высокоэффективного менеджмента, который сформирован, главным образом, на базе казанского технологического университета. Компания состоит из 47 отделений не только в городе Казани, но также и в небольших городках республиканского значения. Основным центром нефтедобычи является соликамский и стерлитамакский районы республики, именно в эти центры в настоящее время больше всего требуется привлекать наукоемкие и профессиональные кадры. Для этого создаются все условия: повсеместная компьютеризация процессов на базе высоких мировых технологий, многомесячные заграничные стажировки, высокий уровень профессионализма преподавателей вуза: большинство научных сотрудников ФГБОУ ВПО «КНИТУ» являются

на сегодняшний день кандидатами и докторами математических и физических наук. Многие преподаватели университета прошли курс спецподготовки в Нидерландах, в технологических и нефтехимических центрах городов Утрехт и Роттердам. Основной особенностью обучения в западных центрах является то, что качество и уровень подготовки дает возможность непосредственно перейти к рабочему процессу уже через несколько месяцев обучения. В этом плане ситуация с Татарстаном несколько отличается, так как российская специфика ведения бизнеса в меньшей степени сходна с той информацией, которую дают во время лекционных и лабораторных занятий в вузе. [3, с. 89]

Подводя итог, можно с полной уверенностью утверждать, что современная нефтегазовая компания, как Татнефть не может полноценно и многосторонне развиваться без теснейшего взаимодействия с ведущими научными и учебными центрами республики. Только высокий уровень подготовки профессионалов своего дела способен вывести Татарстан в ведущие мировые лидеры по добыче и переработки нефти. Именно на это и направлены научно-технические связи между бизнес-структурами и учебными конгломератами в долгосрочной и краткосрочной перспективе для развития экономики республики и осуществления многочисленных социально-экономических программ.

Литература:

1. Матушкин, Н. Н. Роль междисциплинарного компонента образовательных программ, реализующих компетентностную парадигму / Н. Н. Матушкин, И. Д. Столбова // *Инновации в образовании*. – 2012. – № 11. – С. 5–17.
2. Петров, В. Ю. Проблемы развития межвузовской кооперации в сфере подготовки научных кадров / В. Ю. Петров, Т. А. Кузнецова, С. И. Пахомов // *Университетское управление: практика и анализ*. – 2014. – № 3. – С. 14–20.
3. Шевелев, Н. А. Организация образовательной среды вуза на основе дистанционного обучения / Н. А. Шевелев, Т. А. Кузнецова // *Высшее образование в России*. – 2013. – № 7. – С. 88–94.
4. CISCO Internetworking Technology Handbook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cisco.com/en/US/docs/internetworking/technology/handbook/Bridging-Basics.html>.
5. Официальный сайт компании ПАО «Татнефть». Электронный ресурс <http://www.tatneft.ru/> дата обращения: 11.04.2017

Ксенфонтов А.А.,

к.ф.-м.н., доц.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: a.ksenofontov@mail.ru

Использование современных подходов моделирования бизнес-процессов на примере федеральной налоговой службы РФ

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы в области моделирования бизнес-процессов на примере Федеральной налоговой службы (ФНС) РФ. Описана структура ФНС РФ и приведены два примера построения бизнес-процессов для осуществления государственной регистрации юридического лица средствами унифицированного языка моделирования UML.

Ключевые слова: Бизнес-процесс, бизнес-модель, язык UML, моделирование, диаграмма

Ksenofontov A.A.,

Candidate of (physical and mathematical),

Associate professor

Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russia

e-mail: a.ksenofontov@mail.ru

Use of modern approaches of business processes modelling on the example of federal tax service of the Russian Federation

Abstract: The main results of research work in the field of modeling of business processes on the example of the Federal Tax Service (FTS) of the Russian Federation are presented in article. The structure of FNS of the Russian Federation is described and two examples of creation of business processes for implementation of the state registration of legal entity are given based on the unified UML modeling language.

Keywords: Business process, business model, UML language, modeling, chart

Эффективное взимание налоговых платежей связано с совершенствованием и оптимизацией аналитической и контрольной деятельности Федеральной налоговой службы (ФНС) РФ. Успешное налоговое администрирование требует обработки больших объемов информации в короткие сроки. Модернизация деятельности ФНС РФ связана с повышением эффективности использования средств автоматизации деловых процессов.

Задачей разработки моделей деловых процессов в ФНС РФ является детальная структуризация предметной области. Созданные модели помогают сопоставить реальные бизнес-процессы с требованием пользователей. Построенные модели также используются при проектировании информационных систем для автоматизации деятельности ФНС РФ.

Структура системы управления ФНС РФ соответствует ее административно-территориальному делению [1]. ФНС РФ создана таким образом, чтобы обеспечить единство целей, при котором отдельные системы управления одного уровня функционируют по единому деловому процессу, решая одинаковый набор задач по заранее разработанной методологии и технологии обработки данных. Укрупненная структура ФНС РФ представлена на рисунке 1.

Первые два уровня осуществляют методологическое руководство и контроль за налогообложением по всем видам налогов и сборов. Непосредственное взаимодействие с налогоплательщиками, как юридическими, так и физическими лицами осуществляет 3-й уровень ФНС РФ – инспекции ФНС РФ. Инспекции Федеральной налоговой службы (ИФНС) осуществляют следующие функции:

- учет налогоплательщиков и платежей в бюджеты разных уровней (государственная регистрация и постановка на учет);
- обеспечение исчисления положенных к взысканию налогов и контроль за поступлением этих платежей;
- проверку достоверности представления налогоплательщиками (юридическими лицами) бухгалтерской отчетности и расчетов, связанных с уплатой налогов;
- взаимодействие с органами исполнительной власти, правоохранительными и пр. органами в части контроля за правильностью реализации и исполнения законодательства;
- наложение финансовых санкций, предусмотренных законодательством за его нарушение;
- составление, анализ и представление в районные и городские финансовые органы сведений о фактически поступивших суммах налогов и платежей в бюджет;

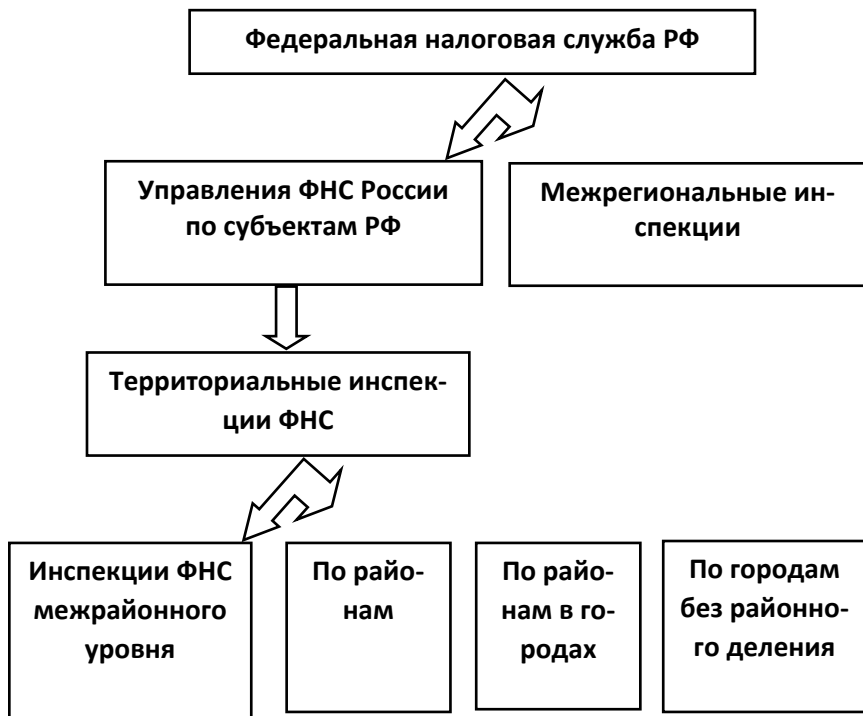


Рисунок 1. Структура Федеральной налоговой службы РФ

- формирование, анализ и передача вышестоящим государственным налоговым органам установленной отчетности;
- ведение делопроизводства [2].

Разработка моделей бизнес-процессов в ИФНС проводилась с использованием унифицированного языка моделирования UML. На сегодняшний день, UML – это язык широкого профиля, который является промышленно-ориентированным стандартом моделирования информационных процессов [3, с. – 21]. Язык UML позволяет сконструировать и графически представить абстрактную модель системы, имеющую название UML-модель. Рассматриваемый язык не является языком программирования высокого уровня, тем не менее UML-модель позволяет произвести генерацию кода программы. Существует ряд CASE-средств, позволяющих на основе визуальной модели произвести генерацию программного кода на языках C++, Java, Delphi, Visual Basic и пр. К таким средствам относятся: Select Enterprise, Paradigm Plus, MS Visual Modeler for Visual Basic, Rational Rose.

Потребность в языке объектно-ориентированного моделирования возникла в конце прошлого столетия. В 1995 г. был разработан UML первого поколения, на смену которому в 2005 г. пришел UML 2.x. Семантика языка была значительно расширена для поддержки методологии Model Driven Development (MDD). Более того UML 2.4.1 был принят в качестве международного стандарта моделирования информационных процессов – ISO/IEC 19505-1, 19505-2.

В языке UML применяется ряд диаграмм. Основными видами данных диаграмм являются: структурные диаграммы, диаграммы поведения и диаграммы взаимодействия. На рисунке 2 приведен пример диаграммы композитной/составной структуры (Composite structure diagram). Эта статическая структурная диаграмма, отображает внутреннюю структуру классов и взаимодействие элементов внутренней структуры класса.

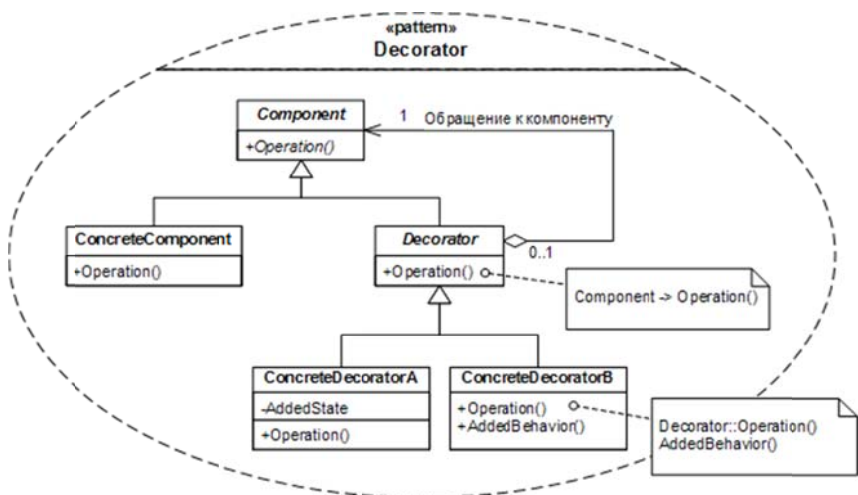


Рисунок 2. Диаграмма композитной/составной структуры

В качестве примера использования UML-моделей приведем модель бизнес-процесса «Государственная регистрация юридического лица» в ФНС РФ. Как было показано выше, данный бизнес-процесс будет осуществляться на уровне инспекций ФНС РФ. Результатом данного действия будет являться присвоение юридическому лицу основного государственного регистрационного номера (ОГРН) и занесения его учетных данных в единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ). На рисунке 3 построена диаграмма прецедентов,

специфицирующая сервисы, используемые для регистрации юридического лица. Пользователем бизнес-процесса в данном случае является сотрудник отдела регистрации и учета налогоплательщиков, обозначенный на диаграмме как исполнитель.

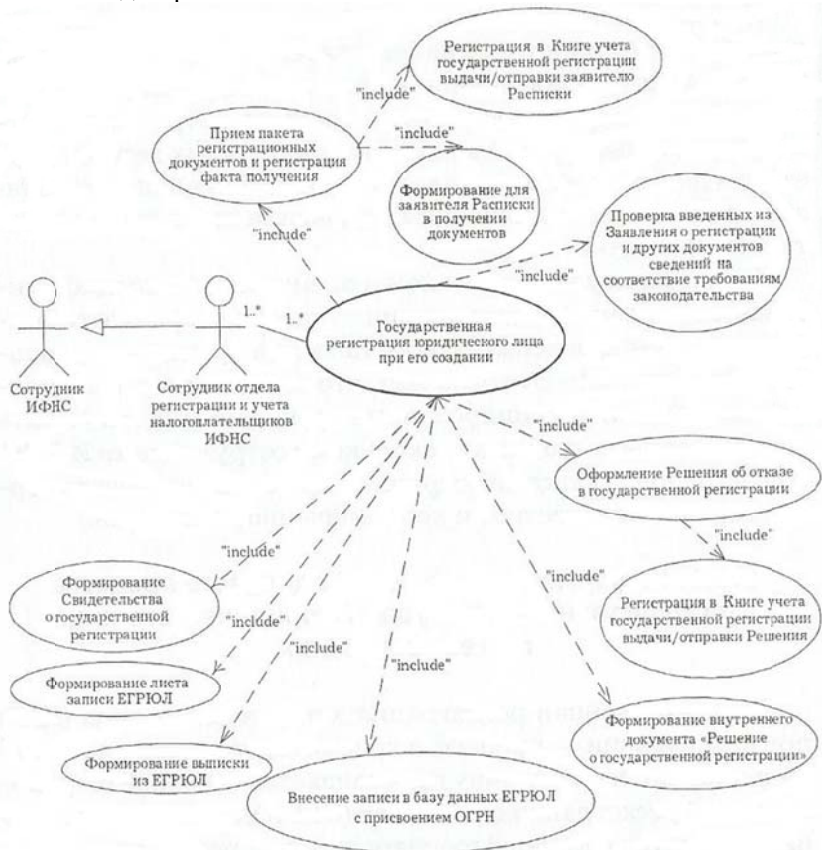


Рисунок 3. Диаграмма прецедентов бизнес-процесса государственной регистрации юридического лица

На рисунке 4 представлена диаграмма классов, определяющая перечень регистрационных документов необходимых для создания юридического лица. Для полного описания процесса создания юридического лица далее создаются детализированные диаграммы классов для спецификации состава документов, формируемых в бизнес-процессе государственной регистрации юридического лица и диаграмма деятельности бизнес-процесса государственной регистрации юридического лица.



Рисунок 4. Диаграмма классов для спецификации перечня регистрационных документов для создания юридического лица

В заключении необходимо отметить, что модели предметной области, представленные в виде диаграмм классов, диаграмм деятельности и диаграмм прецедентов позволили: оптимизировать по заданному критерию организацию деловых процессов в ФНС РФ; выявить сильные и слабые стороны существующей организации работ; спроектировать альтернативные варианты для существующих технологических цепочек; осуществить переход к функциональному принципу бизнес-проектирования. Разработка моделей бизнес-процессов в ФНС РФ проводилась с использованием унифицированного языка моделирования UML, являющегося на сегодняшний день одним из передовых стандартов графического описания бизнес-моделей.

Литература:

1. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – М.: ФНС РФ, 2005–2017 – Режим доступа: <http://www.nalog.ru>, (дата обращения: 12.04.2017).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 1 и 2. Текст с изменениями и дополнениями на 20 января 2017. – М.: ЭКСМО, 2017. – 1488 с.
3. Крэг Ларман. Применение UML 2.0 и шаблонов проектирования = Applying UML and Patterns: An Introduction to Object-Oriented Analysis and Design and Iterative Development. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 2006. – 736 с. – ISBN 0-13-148906-2.

Кумская А.А.,
студентка 4 курса
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: kumskayanastya@gmail.com

Научный руководитель:
Мухин К.Ю.
Преподаватель-ассистент департамента Менеджмент
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия

Проблемы при имплементации agile-методологий в российских компаниях и возможные пути их решения

Аннотация: Статья посвящена актуальным сегодня гибким методологиям в управлении проектами. Автором выделены основные проблемы на пути Agile – трансформации компании, которые сформированы на основе реального опыта компаний в процессе анализа конкретных кейсов. В рамках исследования разработаны рекомендации, позволяющие грамотно справиться с возможными трудностями при использовании гибких методологий.

Ключевые слова: управление проектами, гибкие методологии, Agile, итерации, инкременты.

Kumskaya A.A.
*Financial University under the
Government of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Scientific adviser:
Mukhin K. Yu.
*Management department lecturer
Financial University under the
Government of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: kumskayanastya@gmail.com*

Problems in the implementation of agile-methodologies in Russian companies and possible ways of their solution

Abstract: The article is devoted to the currently relevant flexible methodologies in project management. The author identifies the main problems on the path of Agile-transformation of the company, which were formed on the basis of the real experience of companies in the process of analyzing specific cases. Within the framework of the research, the author developed the recommendations that allow to competently deal with possible difficulties in using flexible methodologies.

Keywords: project management, flexible methodology, Agile, iteration, increment.

«Лучше сделать один раз вовремя, чем два раза правильно», – девиз, который в современном мире становится все популярнее среди проектных менеджеров. Agile как гибкая методология управления проектами подразумевает достижение большой цели мелкими шагами, на каждом этапе создавая работающий продукт. Такой подход позволяет сократить временные потери, обычно уходящие на многократную доработку продукта. Гибкий путь дает возможность быстро подстраиваться под требования заказчика и легко вносить в проект необходимые коррективы.

На пути к получению уникального результата используются различные модели: waterfall, do&fix, итеративная, итеративно-инкрементальная, каждая из которых имеет определенную специфику использования:

1. Waterfall – каскадная модель с последовательным осуществлением шагов: анализ требований, планирование, реализация, интеграция, тестирование, релиз, поддержка. Но при данной модели появление продукта происходит поздно.

2. Do&Fix – модель реагирования на изменения извне, не имеющая четких требований, целей и документального сопровождения. Ввиду данных особенностей эффективность модели довольно сомнительна.

3. Итеративная модель подразумевает использование обратной связи после каждой итерации, тем не менее, данная модель неэффективна в ряде сфер деятельности.

4. Итеративно-инкрементальная модель, наиболее полно отражающая методологию Agile, позволяет на выходе из каждого цикла получать продукт, несущий ценность для потребителя.

Используя модель Кеневина, созданную Дэвидом Сноуденом, можно визуально раскрыть наиболее подходящие условия применения каждой из описанных моделей [2] (рисунок 1).

Модель Кеневина	
<i>Complex</i>	<i>Complicated orders</i>
*Построение системы не до конца ясно;	*Цели скорее ясны
*Причины и следствия неочевидны до контакта с контекстом;	*Причинно-следственные связи понятны, но зависят от контекста
Agile, распределение лидерства	PMBOK, Бегущая волна, Te amle ad
<i>Chaotic System</i>	<i>Simple Orders</i>
*Никакой определенности	*Цели ясны;
	*Причинно-следственные связи очевидны;
	*Высокая степень определенности;
Do&Fix	Waterfall, Директивное управление

Рисунок 1. Модель Кеневина в аспекте методологий проектного управления.

Логично обозначить 1-ую проблему при имплементации agile – убеждение в том, что agile – это панацея от всех проблем компании и использования практик гибкого управления непременно приведет компанию к потрясающему успеху. На деле следует понимать, что agile работает хорошо в определенных проектах, определенной направленности и вполне вероятно, что не всем компаниям необходимо переходить к философии гибкого управления.

С чего все началось? В 1986 году вышла статья Hirotaka Takeuchi и Ikujiro Nonaka «The New New Product Development Game», в которой был обобщен опыт японских коллег в сфере разработки продукта. Ста-

твѣ содержит в себе описание гибкого подхода, который уже в 2001 году был четко раскрыт в Agile Manifesto, созданный 17 практиками различных методик программирования. Выделим ценности, обозначенные в Манифесте:

- Люди и взаимодействия > Процессы и инструменты;
- Работающий продукт > Совершенная документация;
- Сотрудничество с заказчиком > Контрактные обязательства;
- Реакция на изменения > Следование плану

Второй проблемой имплементации agile является некорректное ее понимание: рассматривая ценности методологии зачастую происходит отбрасывание второй части положений, что недопустимо. Если люди важнее процессов, это не значит, что процессы можно не брать в расчет.

Итак, agile – это набор подходов и методов, позволяющих уменьшить время выпуска продуктов на рынок посредством организации работы в кросс-функциональных командах, которые являются самоорганизующимися, автономными, саморегулируемыми и мотивированными общими целями. Команды организуются из 3–5 человек, при этом 2 совершенно необходимые роли в команде – Scrum-мастер (работа с командой) и Product owner (работа с клиентом).

Еще одной проблемой при попытке перехода к гибким принципам – это слишком большие команды (больше 7 человек), так как взаимные коммуникации отнимают слишком много времени, отражаясь на эффективности непосредственной работы.

Работать по agile, помимо описанных принципов, значит:

- Составить бэклог (приоритезированный список задач) на основе user story;
- Планировать спринты (короткие отрезки времени с выполнением набора задач);
- Проводить stand-up meetings (ежедневные встречи на 15 минут);
- Делать обзоры (что удалось сделать по итогу спринта?);
- Проводить ретроспективу (обсуждение проблем и решений после спринта).

Agile – это философия, система ценностей, которую можно привить. Эта философия базируется на таких подходах, как Scrum, Lean, Kanban, Kaizen, образуя так называемый «зонтик agile» [3].

Из Scrum в Agile адаптированы итерации, команды, stand-up meetings. Из Kanban – визуализация процесса разработки (доска со стикерами), WIP (ограничение числа задач на спринте). Lean и

Kaizen привнесли ценности постоянного совершенствования и бережливого мышления для оптимизации деятельности и минимизации рисков.

Прийти к этой философии не так просто, как может показаться, причем этот процесс регламентируется чаще направленностью компании и ее конкретных отделов (рисунок 2).

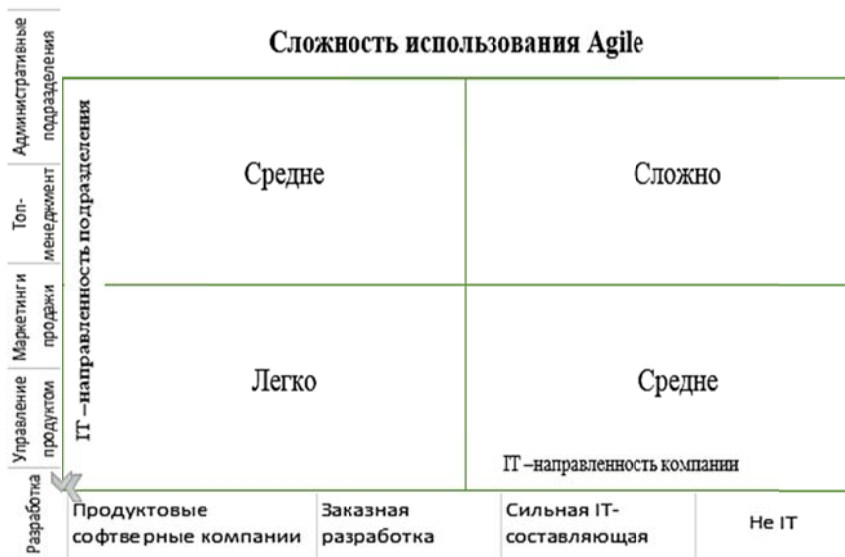


Рисунок 2. Сложность использования Agile

Здесь вполне явно очерчивается 4-ая проблема, связанная с имплементацией agile – масштабирование при выходе за пределы IT. Необходимо упрощать компанию под методологию, а не масштабировать фреймворк.

Следует понимать, что не все ожидания при использовании гибкой методологии оправдываются. Чтобы достичь максимальной продуктивности необходимо время и преодоление определенных этапов, отраженных на графике (рисунок 3).

В 2006 году Мартин Фоулер вводит понятие «семантическая диффузия» в своей статье, что подразумевает явление, при котором понятие, изначально созданное узкой группой людей и наделенное совершенно конкретным значением, при выходе за пределы этой группы размывается [1].

Зрелость Agile как технологии

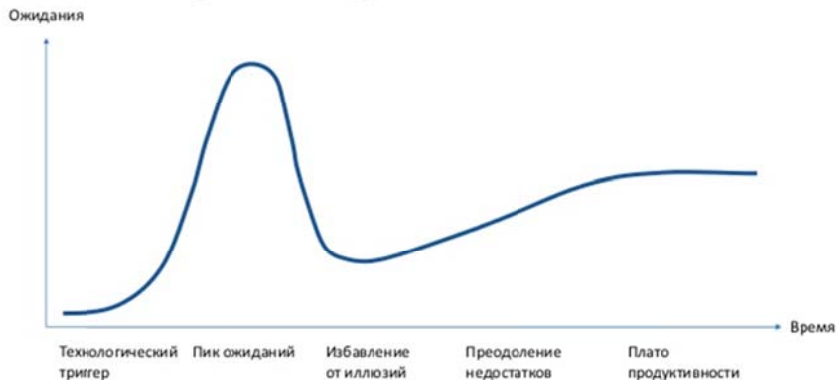


Рисунок 3. Зрелость Agile как технологии

Именно это происходит с agile при выходе из разработки в другие сферы. Чем шире будет использоваться Agile, тем больше будет размываться заложенный в это понятие смысл. Это является 5-ой проблемой, раскрытой в статье. При этом данная проблема обостряется популяризацией так называемых бизнес-коучей и коучей-теоретиков, которые, не имея реального практического опыта имплементации Agile и внушительного числа решенных кейсов за спиной, берутся обучать людей концепциям перехода к гибкому мышлению.

Уточним еще один важный аспект – организационную структуру компании, о необходимости изменения которой, при желании следовать принципам Agile, зачастую забывают [4]. Эта проблема является заключительной в списке наиболее актуальных. Приведем слова сертифицированного agile-консультанта Алексея Кривицкого: «Культура следует за структурой».

В заключении приведем ряд положений, позволяющих справиться с потенциальными проблемами при Agile-трансформации:

- Эмпирический подход;
- Вытягивание системы (обратная связь);
- Инкрементальная разработка и итеративный дизайн;
- Мышление через призму клиента, полной цепочки поставок и бизнес-потребностей;
- От KPI и отчетности к Go&Se, личному примеру и менторингу;
- Ретроспектива;
- Learning organization.

Литература:

1. Вольфсон.Б.А. Почему Agile не работает // Материалы конференции CEE-SECR 2016. 2016. №12. С. 37–45.
2. Кочешков А.Ю. Agile: новый путь или новый инструмент // Финансовый директор. 2017. №3. С. 10–14.
3. Аспекты гибкой разработки программного обеспечения: [Электронный ресурс]. URL: <http://agilerussia.ru/>. (Дата обращения: 23.03.2017).
4. Мухин К.Ю. Agile-эволюция проектных подходов как вынужденное требование времени // «Инициативы XXI века», 2017
5. Мухин К.Ю. Гибкая имплементация стандартов управления проектами P2M PMAJ & P5 GPM в контексте инновационного предпринимательства // Управленческие науки в современном мире = Management Sciences in the Modern World: Сб. докл. науч. конф.: /Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; науч.-практ. журнал «Эффективное Антикризисное Управление». – СПб.: ИД «Реальная экономика», 2017
6. Лобасев Д.В. Подготовка корпоративной культуры к внедрению Agile // Материалы конференции Agile Days 2017. 2017. № 11. С. 21–29.

Лапенкова М.Ю.,
магистрант
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
e-mail: milena.lapenkova@yandex.ru

Научный руководитель:
Мухин К. Ю.,
Преподаватель-ассистент департамента Менеджмент
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия

Роль проектного управления в контексте устойчивого развития малого и среднего инновационного предпринимательства

Аннотация: в статье описывается методология внедрения управленческих инструментов и методов в компании малого и среднего предпринимательства для более эффективной работы проектов и организации в целом. В большинстве случаев, они помогают оптимизировать имеющиеся процессы, однако распространены случаи создания абсолютно уникальных продуктов, услуг или даже организаций.

Ключевые слова: МСП, менеджмент, управление проектами, календарное планирование, Scrum, Канбан, Кайдзен, диаграмма Гантта.

Lapenkova M. Yu.,
master's degree student
Financial University under the
Government of the Russian Federation
e-mail: milena.lapenkova@yandex.ru

Research supervisor:
Mukhin K. Yu.
Management department lecturer
Moscow, Russia
Financial University under the
Government of the Russian Federation

The role of project management in the context of sustainable development of small and medium-sized innovation enterprise

Abstract: the article describes the methodology for implementing tools and methods of project management in the company of small and medium-sized businesses for more efficient projects work and the organization as a whole. In most cases, they help to optimize existing processes, but cases of creating unique products, services or even organizations are common.

Keywords: SMEs, management, project management, scheduling, Scrum, Kanban, Kaizen, Gantt chart.

Проектная деятельность является очень распространенной практикой в современном мире. Множество компаний, которые не являются по своей сути проектно-ориентированными вводят в свою организационную структуру проектные отделы. Управление проектами применяется не только в крупных компаниях, но и в малом и среднем предпринимательстве [1, стр.34]. Малые и средние предприятия играют важную роль в экономической деятельности за счет того, что они создают рабочие места, вводят инновации и развиваются. Однако проект-менеджмент имеет большое значение в упрощении этих процессов. МСП требуют менее структурированной формы проект-менеджмента, нежели большие, традиционные организации [2, стр.34]. Одна из главных проблем внедрения проектного управления в непроектную компанию – это то, что сотрудники, которые являются функциональными (линейными) менеджерами не понимают суть и важность внедрения управления проектами, методологий с большим количеством сопутствующей документации, которая для них выглядит как ненужный

расход бумаги. У сотрудников появляются сомнения и недоверие к руководству компании, поэтому многие руководители приглашают проектных консультантов или же отправляют сотрудников на обучение, где им объясняют важность и значимость проект-менеджмента в их компании. Второй важной проблемой является непонимание отличий между проектной деятельностью и операционной, то есть у сотрудников отсутствует понимание и разграничения то, когда им заниматься операционной деятельностью, а когда проектной. Третья проблема заключается в двойном подчинении. При внедрении проектного подхода в компании происходит переход от линейной структуры управления к матричной, то есть каждый сотрудник должен будет одновременно подчиняться руководителям структурного подразделения и проекта. У сотрудников происходит непонимание с выявлением приоритетности задач [3, стр.15].

Работа, проведенная для определения ценности проектного менеджмента- одна из наиболее значимых (например, Бреснер и Хобс), но по большей части такая работа выполняется в контексте больших предприятий и таким образом ориентируется на систему [4, стр.163]. Пейн и Тернер показали, что результаты значительно улучшились, когда инструменты и процессы подбираются индивидуально под размер проекта и компании.

Зарубежный опыт

Мерфи и Ледвит провели первоначальные исследования на практике проект-менеджмента в МСП в сфере высоких технологий и сервиса в Ирландии. Они оспаривали тот факт, что МСП должно следовать формальной структуре для введения практики проект-менеджмента. В маленьких компаниях введение проект-менеджмента или отказ от него полностью зависят от взглядов собственника. [5, стр.33]. Если собственник сильно предан делу, то проект-менеджмент будет вводиться. Тенер показал, что в маленьких компаниях средний проект длится шесть месяцев, а в средних компаниях – девять. В крупных компаниях проект-менеджмент обычно более формальный и структурированный, используются постоянные структуры, такие как проектный офис, а в маленьких компаниях обычно все гораздо проще. [6, стр.59]. Для того, чтобы понять используют ли зарубежные страны проектный менеджмент были проанализированы 5 компаний [7, стр.57].

Компаниям были заданы вопросы о том, что является для них важным в проект-менеджменте для успешной реализации проекта. Ответы мы проанализировали и сделали следующие выводы:

Управление интеграцией и содержанием проекта [8, стр.158]: все из интервьюированных компаний составляют устав для каждого проекта и считают это одним из ключевых аспектов для работы над проектом.

Управление качеством: так как многие продукты, продаваемые компаниями, были иностранного происхождения, они предоставляли сертификаты, такие как ISO, IP (степень защиты) и IEC (международный электрический код) и т.д. В случае самостоятельного производства также необходимо наличие сертификатов качества, которые соответствуют международным стандартам. Так же при самостоятельном производстве специальные методологии управления качеством в компаниях полностью отсутствуют. Интервьюированные компании говорят, что на собственном производстве довольно часто выявляется брак в продукции, поэтому они хотели бы внедрить методологию управления качеством, например, 6 сигм, бережливое производство или Канбан (таблица 1).

Управление рисками: все компании сошлись на том, что необходимо управлять рисками с начальных стадий вплоть до доставки товара конечному потребителю. Большая часть интервьюированных компаний не ведет реестр рисков и не составляет стратегий и методов реагирования на риски, что сказывается на их деятельности.

Управление стоимостью: ни одна из исследованных компаний не высказала потребность в управлении стоимостью по проектному управлению. Практически у всех компаний МСП отсутствует база с финансовыми отчетами по всем проектам. Они не сверяют показатели прибыли, рентабельности и т.д. с прошлыми проектами, чтобы улучшить их в последующих проектах, не используют специальные методы управления стоимостью, например, параметрическая оценка, оценка по трем точкам, метод Делфи, метод освоенного объема и др. Они объясняют это тем, что это не требуется для маленьких предприятий, но некая система управления стоимостью все же им необходима.

Управление сроками: Все компании согласились, что определение сроков – это ключевой вопрос, вокруг которого выполняется каждый проект. Все опрошенные компании заявили о необходимости использования такого управления, так как каждому заказчику необходимо, чтобы его проект был сдан в срок. Две компании (PI Pvt Ltd, PDG Pvt Ltd) сказали, что недавно стали использовать календарное планирование, а именно: диаграмму Ганта, диаграмму контрольных точек и диаграмму предшествования, и заявили о том, что это им помогло сдавать проекты заказчику в оговоренный срок [9, стр.372].

Таблица 1.

Информация о компаниях [7, стр. 58]

Компания	Местоположение	Размер	Сфера деятельности	Опрошенный	Стадия развития проекта-менеджмента	Разработка продукции
EWI Pvt Ltd	Исламабад	М (средний)	Электроника	Менеджер	М (средняя)	Конфигурация под заказ
PDG Pvt Ltd	Исламабад	S (малый)	Электричество	Генеральный директор	L (низкая)	Конфигурация под заказ
M Associates	Лахор	М (средний)	Электричество, электромедицина	Менеджер	L (низкая)	Конфигурация под заказ
ARI Pvt Ltd	Лахор	S (малый)	Электричество	Генеральный директор	L (низкая)	Конфигурация под заказ
PI Pvt Ltd	Лахор	М (средний)	Электричество	Менеджер	L (низкая)	Конфигурация под заказ

Управление человеческими ресурсами: специальный отдел управления кадрами в маленьких организациях будет ограничен в первую очередь из-за бюджета. Это также подчеркнули все генеральные директора во всех компаниях. Так как в компаниях МСП количество сотрудников не превышает определенных границ, то нет нужды в специализированном отделе кадров, но неформальное управление кадрами все же нужно всегда.

Управление коммуникациями: опрошенных мы попросили оценить важность коммуникаций в их организациях, и они подчеркнули их особую значимость. Все компании пользовались e-mail, видеоконференциями, Skype, Viber, WhatsApp, специальные внутренними чатами в компании и т.п. На самом деле эти компании технически продвинуты в том, что касается передачи информации, будь это коммуникации с потенциальными клиентами, поставщиками или внутри компании, поэтому в этих компаниях каждый сотрудник знает, что и когда ему надо делать.

Таким образом, результаты этого исследования показали, что необходима «облегченная» версия проект-менеджмента для малых и средних предприятий, поскольку более формальная структура будет неприемлема с точек зрения стоимости, ресурсов и времени для малых организаций, где потенциально недостатки будут перевешивать достоинства.

Российский опыт

Проанализировав зарубежный опыт, необходимо понять применяют ли российские компании проектное управление, для этого мы проанализируем деятельность компании малого предпринимательства «Оптимум Групп».

Внедрение проектных инструментов и методов в компанию малого предпринимательства «Оптимум Групп» необходимо для повышения эффективности как производительности, так и корпоративной культуры. Компания является одним из лидеров на рынке оптовых дистрибьюторов плитуса в России, но существует ряд проблем, которые необходимо решить, чтобы компания постоянно развивалась и выглядела еще более успешно среди своих конкурентов.

Так как компания «Оптимум Групп» является компанией малого и среднего предпринимательства, то внедряемые инструменты и методы проектного управления должны быть в виде упрощенной версии. Для того, чтобы выбрать правильную методологию необходимо было изучить организационную структуры, что и было сделано мной. Так как в компании работает всего 26 человек, то из методологий надо

взять именно то, что наиболее нужно компании малого предпринимательства в силу ее бизнес-модели. Методологии, которые будут внедряться в «Оптимум Групп»:

1) Канбан – метод управления разработкой, реализующий принцип «точно в срок» и способствующий равномерному распределению нагрузки между работниками. Карточки канбан используется для того, чтобы не загромождать склады и рабочие места заранее созданными продуктами [10, стр. 334]

Проблема: Компания «Оптимум Групп» арендует складское помещение для хранения плитусов; заказов последнее время стало меньше (в виду кризиса), а продукция продолжает производиться в том же темпе и количестве, что и до кризиса, то места на складе почти не осталось. Компания хотела арендовать еще одно складское помещение, которое находится на другом конце Москвы и достаточно небольшого размера и довольно дорогое. Руководству было предложено рассмотреть методологию Канбан, которая поможет компании решить множество проблем. Суть практического применения методологии в компании «Оптимум Групп» заключается в следующем:

а) Инвентаризация. В компании два раза в месяц заведующий складом проводит инвентаризацию и проверяет сколько осталось остатков товара по каждому виду плитуса (российский мдф плитус Teckwood, испанский мдф плитус Perfilstar, итальянский шпонированный плитус Tecnorivest).

б) Достигнут нижний порог наличия товара. Для того, чтобы на складе не было залежей товара, который в конечном итоге может потерять востребованность среди клиентов, то был создан оптимальный лимит плитуса, который точно будет продан. Нижний порог наличия одного вида плитуса составляет 1 км.

в) Создание карточки Канбан. После того, как было выявлено, что один из видов плитуса находится в недостающем количестве, то заведующий складом создает карточку Канбан, в которой указывает в какое время, в каком количестве и какого вида плитуса необходимо изготовить.

г) Передача карточки Канбан на производство. После того, как была создана карточка Канбан заведующий складом передает ее менеджеру по снабжению. Теперь зав. складом знает, что следующая партия плитуса придет на склад ровно в тот день, когда закончится данный вид плитуса.

д) Ожидание следующей партии товара на склад. Когда наступит тот день, когда определенный вид плитуса на складе закончился,

именно в этот день на склад приходит, заказанный заведующим складом плитус. Тем самым образуется цикл, поэтому следующая партия плитуса заказывается на склад именно в тот момент, когда достигнут нижний порог наличия товара на складе (1 км плитуса).

Таким образом, мы можем увидеть, что принцип методологии Канбан «точно в срок» полностью реализовался на практике.

2) Scrum – это гибкий фреймворк, суть данной методологии заключается в том, что проект делится на этапы (части), в среднем каждый этап длится 2–4 недели и для каждого проекта сотрудникам отведены свои роли [11, стр. 155] (таблица 2).

Таблица 2.

Пример карточки Канбан для компании «Оптимум Групп»

Описание товара				Наименование заказа	
Плитус Teckwood 100x16 фиг.3				0093	
Кол-во	км	Время выполнения заказа	1 нед.	Дата заказа	05.05.17
Отправитель	Кладовщик Андреевская Л.А.			Дата получения	12.05.17
Получатель	Сазонов Б.М.			Местонахождение товара	Склад стеллаж №F17-32

Практический пример применения Scrum в компанию «Оптимум Групп»:

Цель проекта – поиск (обзвон) дистрибьютеров для продажи им плитуса и для заключения с ними дальнейшего сотрудничества.

а) Создание скрам – команды на проект. Так как компания малого предпринимательства, то менеджеры работают в одной комнате, что позволяет им постоянно обмениваться опытом, идеями, а также помогать в решении возникших проблем, что способствует сплочению команды.

б) Проведение ежедневных скрам – собраний (стендапов), которые создает скрам – руководитель (обычно это руководитель компании) на 15 минут, на которых каждый сотрудник рассказывает, что он сделал, что он будет делать и какие возникли проблемы, тем самым каждый сотрудник вовлечен в проект и не остается без дела.

в) Создание скрам – доски, где участники проекта записывают сделанную и запланированную работу, тем самым каждый сотрудник

сможет ознакомиться с проделанной работой своих коллег. То есть, скрам доска делится на 4 колонки: «имя участника команды», «в планах», «в процессе», «готово». В колонке «в планах» участник команды записывает тех дилеров, которых он планирует позвонить; в колонке «в процессе» записываются те дилеры, которые заинтересовались товарным ассортиментом компании, но им надо определиться с условиями сотрудничества или с выбором количества заказываемого товара; в колонке «готово» записывается дилер, с которым договорился участник команды, а также пояснение, о чем именно он договорился. Такая скрам – доска помогает избежать проблемы проделывания одной и той же работы участниками команды (обзвон одних и тех же дистрибьютеров).

Таким образом, в результате использования Scrum-доски стал отсутствовать повторный функционал (сотрудники делали одинаковую работу). В результате использования карточки Канбан необходимая продукция изготавливается и передается на склад в том момент, когда на складе достигнут нижний порог наличия товара (точно в срок).

Оценить эффективность от внедрения инструментов методов проектного управления предприниматель или руководитель малого предприятия может с помощью сравнения результатов реализованного проекта с прошлыми показателями проектов и с прошлым управлением внутри компании, которое проходило в обычном режиме [12, стр.9].

Литература:

1. ГОСТ Р 54869-2011. Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом – 10с.
2. Завьялов Д.В. – управление проектами как инструмент стратегического менеджмента предприятий малого и среднего бизнеса. Современные тенденции в экономике и управлении, 2013. – с. 32–36
3. С.Е. Лановская – «Особенности проектного управления на предприятиях сферы малого бизнеса», М., 2011. – 81 с.
4. Joseph Phillips – «Project Management for Small business: A Streamlined Approach from Planning to Completion», AMACON, 2011.- 304 с.
5. Bresner, C., Hobbs, J.B., (2006). The Perceived Value and Potential Contribution of Project Management Practices to Project Success. Project Management Journal 37 (3), 37–48.

6. Commission, European. The New SME Definition: User Guide and Model Declaration. Luxembourg, Luxembourg: European Commission Publications Office, 2007 – 58–90
7. Payne, J.H., Turner, J.R., 1999. Company-wide Project Management: The Planning and Control of Programmes of Projects of Different Types. *International Journal of Project Management* 17 (1), 55– 59.
8. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК – ProjectManagementBodyofKnowledge): – Пер. с англ. / 5-е изд. (PMI – ProjectManagementInstitute). – М.: Олимп-Бизнес, 2014. – 586 с.
9. Keegan, A.E., Turner, J.R (2002). The Management of Innovation in Project based Firms. *Long Range Planning* 35, 367–388.
10. Ledwith, A., 2004, Management of New Product Development in Small Irish Electronics Firms, PhD Thesis, University of Brighton, 2013, 331-340
11. Murphy, A., Ledwith, A (2007). Project management tools and techniques in high-technology SMEs. *Management Research News* 30 (2), 153–166.
12. Turner, J.R. (2009). *The Handbook of Project-Based Management* (3rd ed.). New York, USA: Mc Graw Hill, 2013, 8–10
13. Мухин К.Ю. «Гибкая имплементация стандартов управления проектами P2M PMAJ & P5 GPM в контексте инновационного предпринимательства»// *Управленческие науки в современном мире: Сб. докл. науч. конф./Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; науч.-практ. журнал «Эффективное Антикризисное Управление»*. – СПб.: ИД «Реальная экономика», 2017.

УДК 334.752(045)

Лылова Ю.С.,
*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: lylova.iulia@yandex.ru*

**Научный руководитель:
Братченко С. А.,**
*к.э.н., доц.
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com*

Аутсорсинг как средство повышения устойчивости компании

Аннотация: в статье представлена общая характеристика аутсорсинга, проанализированы возможности использования аутсорсинга как средства повышения устойчивости компании на примере ОАО «РЖД».

Ключевые слова: аутсорсинг, ОАО «РЖД», устойчивость компании.

Lylova Yu.S.
*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Scientific adviser:
Bratchenko S.A.,
*PhD (Econ.), Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com*

Outsourcing as an tool to increase a company sustainability

Annotation: The article outlines the general characteristics of outsourcing, analyzes the possibilities of using outsourcing as a means of increasing the company's stability using the example of JSC Russian Railways.

Keywords: outsourcing, JSC Russian Railways, sustainability of the company.

В настоящее время множество российских компаний сталкиваются со сложностями и ограничениями, включая влияние санкций, кризис, нестабильная политическая и экономическая ситуации. В таких условиях решающее значение может приобрести уровень затрат ресурсов, которыми обладает компания. Поэтому чрезвычайно важно оптимально и эффективно выстроить систему менеджмента.

Одним из решений повышения операционной эффективности компании является аутсорсинг.

Аутсорсинг – это передача части своих функций другой компании, более компетентной в этой сфере. Иначе говоря, аутсорсинг – это использование для своих целей чужих ресурсов, рабочей силы или техники. Аутсорсинг делится на две группы:

Производственный (промышленный): промышленный аутсорсинг – основная компания передает другой организации целиком функционал производства, связанный с производством продукции. Пример: РЖД передает на аутсорсинг стирку и глажку белья.

Аутсорсинг услуг: это стремительно набирающий необычайный динамичный развивающийся вид, причём наибольший рост проявляет аутсорсинг в сфере финансов и бухгалтерского учёта. [1, стр. 126]

Среднестатистическая российская компания, которая предлагает пакет бухгалтерских услуг, формируют два штаба специалистов. Первый штаб – опытные бухгалтеры со стажем от пяти лет. Это руководители проектов, работающие с балансовыми отчетами. Вторая часть – это работники со средним экономическим образованием, прошедшие курсы бухгалтеров. Они занимаются текущей отчетностью, бухгалтерской документацией и делами мелких предпринимателей. [2, стр. 128] Подобные компании избегают брать недавних выпускников, предпочитая им специалистов со стажем.

Главным преимуществом, несомненно, можно отметить то, что «передав на аутсорсинг отдельные неосновные виды своей деятельности, компания может уделить больше внимания основным функциям бизнеса, которые приносят наибольшее количество дохода».

Стоит подчеркнуть, благодаря каким именно факторам аутсорсинг становится выгодным, а именно:

Аутсорсинговые отношения строятся с учетом того, что основным преимуществом использования аутсорсинга, как услугу является то, что он позволяет экономить на постоянных затратах предприятия, обеспечивая меньшую стоимость выполнения некоторых вспомогательных процессов за счет специализации исполнителя, особенно в условиях, когда затраты, связанные с их использованием, являются преимущественно постоянными и значительными по величине.

Аутсорсинг предоставляет компании возможность не задумываться о покупке и содержании какого-либо дорогостоящего оборудования, необходимого для выполнения определенной задачи.

Передавая некоторые функции на аутсорсинг, компания становится более гибкой и обладает большим уровнем адаптивности к изменениям макро- и микросреды.

Аутсорсинг обеспечивает передачу для выполнения сторонними организациями таких функций, как управление кадрами, их обучение и повышение квалификации; бухгалтерский учет, юридическое сопровождение, маркетинг; реклама; техническое обслуживание оборудования; проектные работы, организация питания и прочее.

Услуги аутсорсинга сортируются по следующим направлениям:

1. Использование услуг специальных организаций для решения внутренних проблем компании (к примеру, кадровое обеспечение, обучение и переподготовка персонала).
2. Получение услуг с взаимодействующими компаниями по реализации отдельных бизнес-процессов (например, в области информационного обслуживания, в сфере логистики и т.д.).

3. Полная или частичная реализация проектов силами внешних организаций, располагающих необходимыми ресурсами, в том числе высококвалифицированными специалистами.

4. Перемещение производства в регионы с более низкой по цене квалифицированной рабочей силой.

Все больше компаний – как крупных, так и средних, а даже мелких, прибегают к использованию аутсорсинга.

Так, Открытого акционерного общества «Российские железные дороги» с каждым годом расширяет круг своих партнеров по аутсорсингу. Использование аутсорсинга, как средства повышения, с учетом свойств ОАО «РЖД» позволяет сосредоточить ресурсы на основном продукте компании – перевозочном процессе, снизить стоимость продукции и услуг, сократить штат компании, увеличить уровень производительности труда и обеспечить качество выполнения работ и услуг. Это приводит к повышению операционной эффективности. В настоящее время ОАО «РЖД» использует услуги аутсорсеров в части исполнения некоторых работ, основными из которых являются (рис 1): впервые аутсорсинг ввели в 2006 году на теоретическом уровне. С 2012 года РЖД передало на аутсорсинг Охрана объектов, обслуживание в поездах, уборка помещений, мойка вагонов и др. услуги прачечных, IT-обслуживание, связь и телекоммуникации, научно-технические разработки, ремонт состава и т.д.

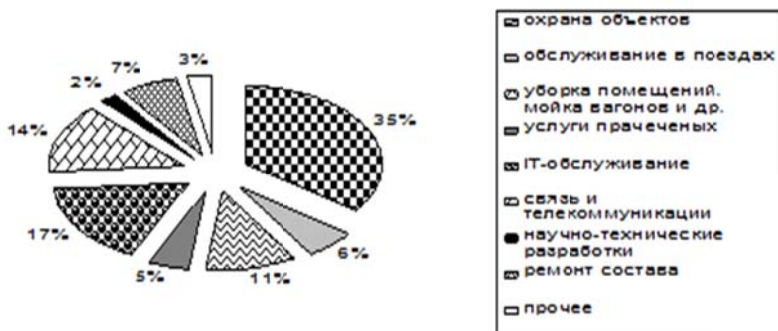


Рисунок 1. Услуги аутсорсеров¹

Далее (рис.2) представлен график выручки, где наглядно можно разобрать в какой год какая прибыль в процентах и трлн. руб. [4]

¹ Источник: <https://refdb.ru/look/3921709.html>

Выручка и рентабельность EBIT



Рисунок 2. Выручка и рентабельность¹

Рассмотрим график оплаты труда при введении аутсорсинга в систему РЖД (рис. 3).

Это безусловно выгодно, так как уменьшились затраты ОАО «РЖД» на оплату труда работников, а также уменьшились и отчисления на социальные нужды. Сократились и отчисления на амортизацию техники.

Система аутсорсинга применяется на всех железных дорогах РФ. По договору оказания услуг аутсорсинга работает около двухсот аутсорсинговых компаний.

¹ Источник: сведения СПАРК.

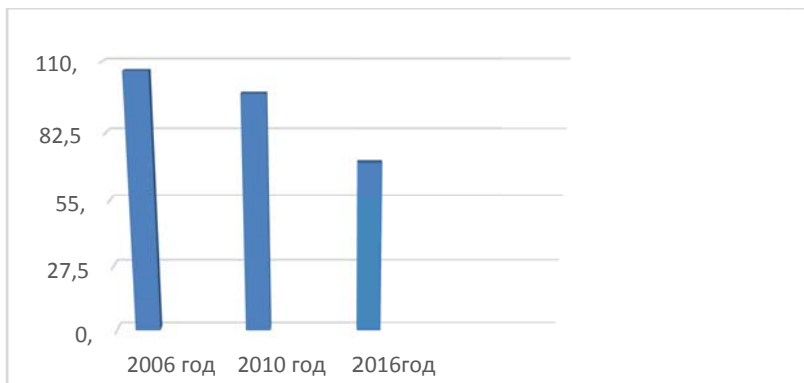


Рисунок 3. Затраты на оплату труда РЖД, млн. руб.¹

По оценкам ОАО «РЖД» экономический эффект от использования аутсорсинга в настоящее время составляет около 15 % стоимости работ, выполняемых организациями за счет собственных средств, по прогнозам этот уровень может увеличиться до 25–30%.

Потенциал использования аутсорсинга на предприятиях железнодорожного транспорта далеко не весь исчерпан. Ожидается, что РЖД будет наращивать использование операционной стратегии аутсорсинга в своей практике.

Однако, существуют и риски неоправданного перехода на аутсорсинг. Ведь критерием перехода на аутсорсинг прежде всего является экономическая целесообразность – цена, которую платят аутсорсеру, должна быть определенно ниже, чем себестоимость собственных работ.

Случалось, что верхнее и среднее звенья управления дорог не совсем корректно понимало свои задачи, следуя «моде» и принимая решения по выделению активов из состава компании без необходимого обоснования. В итоге на аутсорсинг выводятся виды деятельности, выполнение которых в конечном итоге удорожает работу или услугу.

Одной из целей ввода аутсорсинга в ОАО «РЖД» – это перенастройка активов, помогающая обеспечить сильный экономический рост, сконцентрироваться на основных функциях компании, которые способствуют конкурентоспособности. Чтобы получить результат нужно провести анализ двух форм организации хозяйственных взаимоотношений: традиционной и аутсорсинговой. Важно проводить оценку

¹ Источник: <http://www.rzd.ru>.

бизнес-системы на факт достижения цели, исходя из сделанного анализа на основе аутсорсинга.

Ниже представлена оптимизационная модель, которая позволяет сравнить традиционную и аутсорсинговую систему и сделать вывод о том, что мощным инструментом повышения рентабельности является снижение издержек. Аутсорсинг способствует не только снижению издержек, но и использовать информационные технологии, позволяя малому и среднему бизнесу решать крупные задачи и успешно реализовываться. Определить показатели оптимизации возможно определить с помощью экономической целесообразности. (табл. 1).

Таблица 1.

**Сравнение двух систем: традиционной формы (Т)
и аутсорсинговой формы (А)**

№	Фактор оценки	Вес фактора (р _i)	Средние балльные оценки		Оценка показателя		Кoeff. оценки показателей
			Т	А	Т	А	
1	Экономичность	0,14	4	5	0,56	0,70	1,25
2	Результативность	0,16	4	4,5	0,64	0,72	1,13
3	Финансовая устойчивость	0,04	4	4	0,16	0,16	1
4	Рентабельность	0,18	2	3	0,36	0,54	1,5
5	Адекватность изменениям внешней среды	0,04	2	3	0,08	0,12	1,5
6	Удовлетворенность работой, услугами	0,08	3,5	4	0,28	0,32	1,14
7	Уровень обслуживания покупателей	0,06	4	4,5	0,24	0,27	1,13
8	Отсутствие организационных патологий	0,06	4	3,5	0,24	0,21	0,86
9	Социальная защищенность сотрудников	0,14	3,5	3,5	0,49	0,49	1
10	Сохранение рабочих мест	0,10	4	4,5	0,40	0,45	1,13

В последние годы аутсорсинг набирает все большую популярность и применение во многих компаниях вне зависимости от деятельности организации. Аутсорсинг способствует повышению устойчивости компании. В современном мире требования как к персоналу, так и к производственной базе заметно возросли, так как обеспечить эффективность компании не просто.

Для того чтобы остаться на плаву в современной конкуренции, компания обязана иметь хороший приспособительный аппарат, иметь возможность изменяться и фокусировать свое внимание на тех бизнес-процессах, которые выполняют квалифицированно.

Литература:

1. Курбанов А.Х., Плотников В.А. Аутсорсинг в России: социальное содержание и экономические условия применения // Управленческое консультирование, №3, 2013. с. 123–131
2. Група А.В. Модель хозяйственной деятельности предприятия // Проблемы современной экономики, №2, 2013. с. 127–129
3. Российские железные дороги. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.rzd.ru> Дата обращения: 28.04.2017.
4. «Информационный ресурс СПАРК». Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.spark-interfax.ru/#_top Дата обращения: 04.05.2017.

Мухин К. Ю.,

Преподаватель-ассистент департамента «Менеджмент»

Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Россия

e-mail: K.Y.Mukhin@gmail.com

«Business agility»: свежий взгляд на естественную эволюцию проектных подходов

Аннотация: В работе рассмотрены предпосылки к эволюции моделей проектного управления, в частности акцент сделан на чрезвычайно популярных гибких подходах – философии Agile. Проведен анализ текущего состояния и имеющихся лучших практик по использованию гибких инструментов, обоснована актуальность и необходимость их повсеместной, но грамотной и корректной имплементации, даны рекомендации по проведению agile-трансформации.

Ключевые слова: Agile, управление проектами, business agility, экосистема инноваций, гибкие методологии в управлении проектами.

Mukhin K. Yu.,
master of management
Management department lecturer
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: K.Y.Mukhin@gmail.com

«Business agility»: fresh overview through natural project management approaches evolution

Abstract: The paper highlights the preconditions for the evolution of project management models, in particular the emphasis is on the extremely popular approach – Agile philosophy. The analysis of the current state and the existing best practices of flexible approaches implementation are conducted. Author justifies the relevancy and the absolute must for their wide-spread but proper and correct implementation and thereafter gives recommendations to conduct agile transformation.

Key words: Agile, project management, business agility, innovation ecosystem, flexible project management approaches & strategies.

Сегодняшняя бизнес-среда является одновременно динамичной и сложной. Менеджмент сталкивается с изменением требований и растущими потребностями, а также с бюджетными ограничениями и сжатыми сроками. В отличие от процессного подхода, управление проектами отличается постоянно изменяющимся кругом стоящих перед руководителем задач, достаточно высоким уровнем неопределённости его полномочий, использованием относительно гибких проектных организационных структур. Поэтому важно оптимизировать каждый аспект бизнеса, и, в частности, подходы к управлению проектами.

Безусловно, производительность и результативность в моменте являются главными критериями успеха. При этом, так как мир становится все более и более комплексным, возможность адаптации к изменениям и умение лавировать между позитивными и негативными рисками ценятся довольно высоко и дают возможность компании вырваться вперед.

Модель Кеневина (рис.1) применительно к управлению проектами в данном случае подразумевает кластеризацию их на 4 типа, и если с «простыми» и «хаотическими» все в известной степени прозаично, то нюансы появляются на стадии идентификации того, является ли ваш

проект в большей степени «сложным» или «комплексным», поскольку именно от этого зависит уместность использования гибкой или традиционной методики.

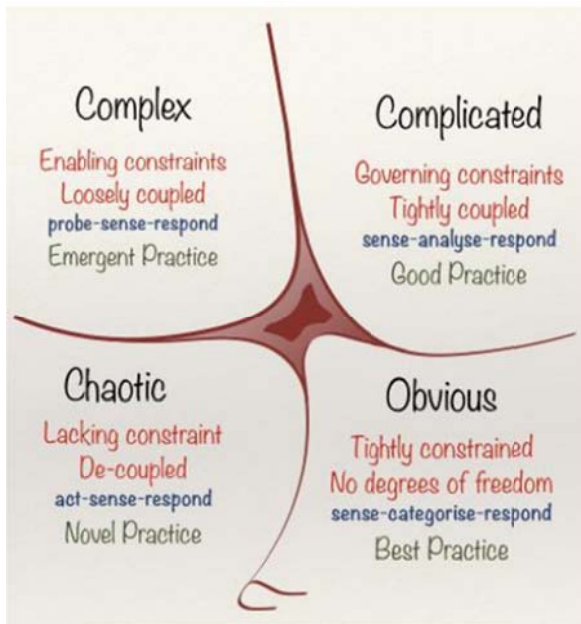


Рисунок 1. Модель Кеневина в контексте управления проектами

Подразумевается, что если мы имеем дело с мега-проектом и преимущественно требуется лишь задействование большого ресурса при условной понятности целей и задач – для этого вполне допустимо и даже рекомендуется использовать традиционные подходы, если же мы имеем дело с чем-то абсолютно новым, постоянной асимметрией информации, отсутствии лучших-практик, сформированных рынках или данных об ожидаемой реакции – в этом случае рекомендуется постепенно двигаться «step-by-step», в соответствии с канонами гибких подходов.

Новые технологические вызовы формируют однозначный запрос на совершенствование существующей базы и смену парадигмы традиционного подхода к управлению проектами (по крайней мере частичную). Основные различия между традиционным и гибкими методологиями, тезисно представленные на рисунке 2, указывают на то, что организации должны пересмотреть свои цели и изменить свои челове-

ские, управленческие и технологические компоненты для того, чтобы успешно внедрять гибкие методологии.

	Traditional	Agile
Fundamental Assumptions	Systems are fully specifiable, predictable, and can be built through meticulous and extensive planning.	High-quality, adaptive software can be developed by small teams using the principles of continuous design improvement and testing based on rapid feedback and change.
Control	Process centric	People centric
Management Style	Command-and-control	Leadership-and-collaboration
Knowledge Management	Explicit	Tacit
Role Assignment	Individual — favours specialisation	Self-organising teams — encourages role interchangeability
Communication	Formal	Informal
Customer's Role	Important	Critical
Project Cycle	Guided by tasks or activities	Guided by product features
Development Model	Life cycle model (Waterfall, Spiral, or some variation)	The evolutionary-delivery model
Desired Organisational Form/Structure	Mechanistic (bureaucratic with high formalisation)	Organic (flexible and participative encouraging cooperative social action)
Technology	No restriction	Favours object-oriented technology

Рисунок 2. Противопоставление традиционных и гибких методологий

Критики гибких методологий говорят о том, что система не работает в должной мере, и несмотря на внедрение Agile, многие проекты не реализуются в нужном качестве, сроках или обоих ограничениях. Это несколько контрастирует с приводимой далее статистикой, однако не стоит отрицать, что Agile, как и все инновационные средства, работает аналогично лекарственным препаратам: перед применением необходимо тщательно ознакомиться с инструкцией. Рассмотрим причины провалов, средних результатов и успехов проектов в случае использования Agile.

Начать стоит с того, что вследствие повального увлечения очередной новомодной «диковинкой», зачастую ожидания от внедрения являются изначально завышенными. Кривая Гартнера (рис. 3), позволяющая рассмотреть Agile как и любую другую технологию, наглядно иллюстрирует, что в данный момент процесс «эджайлизации» бизнеса в зависимости от зрелости бизнес-единицы и рынка проходит как раз самую проблематичную зону, и восторг от внедрения зачастую сменяется разочарованием от результата, однако не стоит недооценивать дальнейшее развитие этого тренда.



Рисунок 3. Развитие Agile как технологии по Гартнеру

Помимо этого, сущность методологии в данном случае представлена скорее философией, основанной на общих ключевых ценностях, ориентированной на результат, скорости принятия решений и доведения полученных результатов до пользователя, постановку во главу угла конечного потребителя и создание нужного лишь ему, и потому априори более востребованного продукта/услуги. При этом в рамках обширного семейства Agile существуют как базовые уровни осознания принципов (собственно «Agile Manifesto»[1] в роли первоисточника и многочисленные научные и бизнес-ориентированные трактаты[2],[3],[4]), так и вполне конкретные фреймворки, подразумевающие в достаточной степени структурированную и формализованную процедуру процессов принятия решений, формулировки запросов рынка, вывода на него новых продуктов и прототипов, создания благоприятных условий для достижения целей организации, конкретного набора операций и руководств к действию и присущих любой методологии свойственных только ей артефактов (Scrum [5], Kanban, Lean, Scrumban, XP, FDD и пр.). В итоге при Agile-трансформации каждая команда/компания должна сама выработать свой подход и строить корпоративную систему проектного управления, базируясь на принципах Agile. Основным же инструментом построения работающей Agile-идеологии выступает самоуправляемая и самодостаточная команда проектных и функциональных специалистов, в образцово-показательном случае – во главе с Agile-коучем.

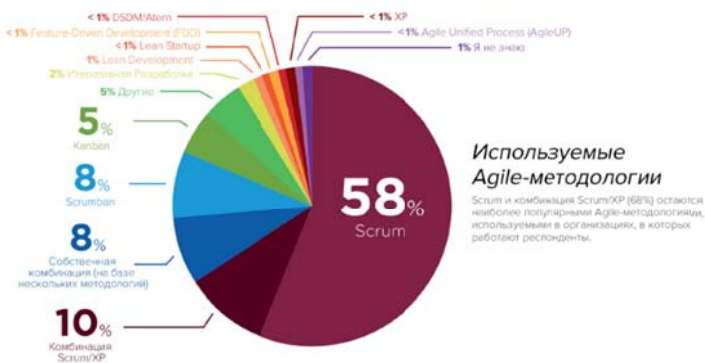


Рисунок 4. Палитра используемых Agile-методологий.

Источник: 11-th annual report «State of Agiletm». Version One inc., 2017 [6]

Внедрение Agile является непростой задачей для любой организации. Оно бросает вызов традиционным структурам команды, требует от проектных команд постоянно анализировать свои промахи и работать для их устранения. Взамен получают систематические, своевременные и качественные реализации проектов, которые сфокусированы на фактические потребности бизнеса. Agile создает общность энтузиастов, кросс-функциональных и уполномоченных лиц, которые ориентированы на достижение общей цели. Гибкий подход к управлению проектами устанавливает платформу для долгосрочного успеха при внедрении стандартов, непрерывной интеграции, реализации бизнес-целей через тестирование и совместное применение практики проектирования. В общем виде схема имплементации выглядит следующим образом (рис. 5):

Провальные результаты внедрения Agile, как правило, «достигаются» проектными командами, у которых есть желание сразу же революционно «впрыгнуть» в новую эру проектного управления, избежать того, что считается традиционной бюрократией или запустить новый масштабный проект. Они убеждают своих линейных руководителей в преимуществах гибких методологий, но не инвестируют в интеграцию команды проекта, стейкхолдеров и членов других команд. В результате возникает плохое взаимодействие с ключевыми бизнес-пользователями и плохая координация проекта. Люди в команде про-

екта работают независимо друг от друга (стремятся только сделать свою часть работы, не имея общего видения проекта), не создавая дополнительную ценность для клиентов. Некорректная имплементация Agile возникает в случае сосредоточения исключительно на внедрении методологии, тем самым упуская концептуальные выгоды, которые приносит гибкость для компании.

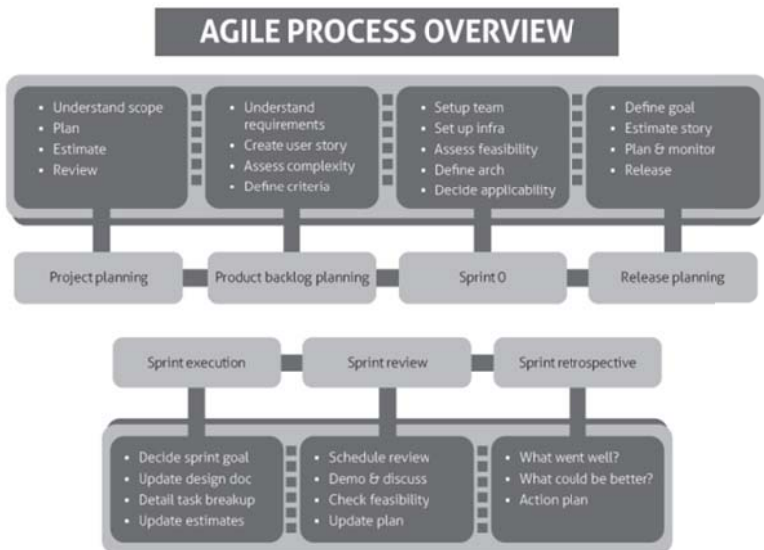


Рисунок 5. Верхнеуровневый взгляд на Agile-процессинг [7].

Недостаточно успешное внедрение Agile происходит из-за желания бизнеса сократить затраты, сроки и традиционную бюрократию. Организация не работает в соответствии с ценностями Agile-Манифеста в полном объеме и таким образом никогда не достигает истинной гибкости. Инвестиции в коммуникации и обучение при данном сценарии присутствуют, но инструменты и методы, необходимые для обеспечения маневренности, игнорируются. Кросс-функциональные команды сформированы, но они не наделены полномочиями принимать ключевые решения на основе консультаций с основными заинтересованными сторонами бизнеса и пользователями. Регулярные срезы статусов проекта проводятся, но результат никогда не достигается в полной мере, и ключевые вопросы сохраняются. Проект потенциально может быть завершен, но настолько болезненно, что у участников проекта нет желания продолжать совместную работу.

Успешная реализация гибких методологий происходит в результате совместной работы бизнеса, группы проекта и ИТ с целью следования методологии реализации проекта, что удовлетворяет потребностям организации и инвестиций в организационные изменения, необходимые для получения результата. Ключевые заинтересованные стороны бизнеса, бизнес-пользователи, члены команды и высшее руководство получают интеграцию в agile, формируются возможности для кросс-функциональной работы команды, регулярные срезы статусов проекта рассматриваются как возможности для улучшения, а не неизбежное зло. Изменения становятся запланированными, поэтому при их возникновении они усваиваются с легкостью.

Что касается критики, то слабой стороной Agile принято считать то, что это не методология и не стандарт в чистом виде, а только лишь набор ценностей, собранных в страничном манифесте [1]. Однако данное заявление является не совсем корректным и состоятельным, поскольку среди обширной палитры agile-инструментария, наличествуют как исключительно технические и узкоотраслевые своды прямых указаний к действию, так и вполне конкретные управленческие «фреймворки», подразумевающие регламентированные процедуры и процессы, с присущим любой методологии понятийным аппаратом, артефактами и вполне измеримыми критериями успеха и результативности (например «Scrum, схематично представленный на рис. 6).

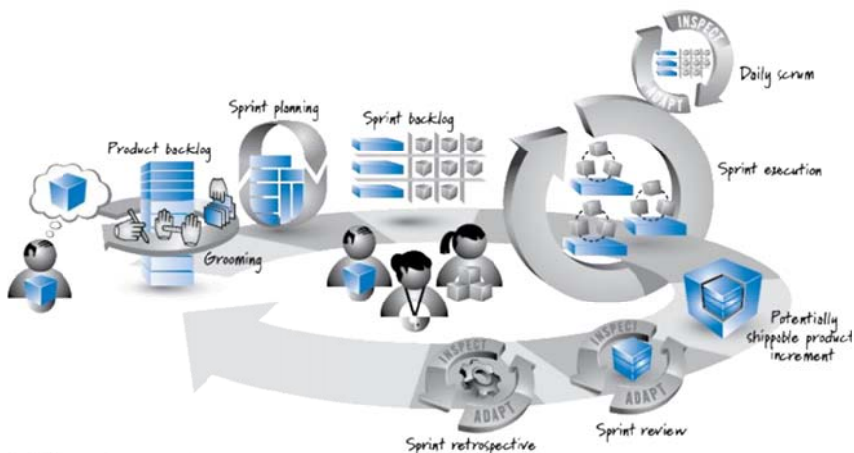


Рисунок 6. Описание фреймворка Scrum

Обратимся при этом к статистике. Вероятность реализации проекта в заданное время при заданном бюджете напрямую зависит от выбранной проектной методологии. По результатам исследования Standish Group [8], этого достигла лишь треть проектов. Такие проблемы, как нереалистичные сроки, частые изменения в планах и процессах, а также отсутствие четких целей вызывают расползание границ, съедают время и разрушают итоговый результат.

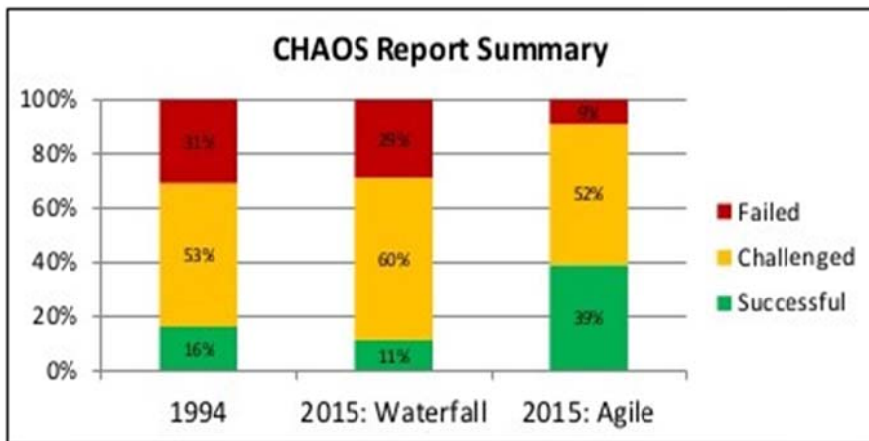


Рисунок 7. Эволюция реализации проектов. Сопоставление методов.
 Источник: CHAOS Report, Standish Group, 2015

Исследования показывают, что в 2015 году уровень успешной реализации проектов, осуществляемых с помощью водопаднокаскадных моделей находится ниже этого показателя в 1994 году, когда управление проектами как научная концепция не было внедрено повсеместно.

Тезис о том, что применение Agile повышает вероятность успеха проекта доказывает другая аналитика Standish Group (Рисунок 8). Можно заметить, что гибкость в достижении успеха стоит выше проектного опыта и даже четкого определения бизнес целей, которые относятся к классической модели.

CHAOS FACTORS OF SUCCESS

FACTORS OF SUCCESS	POINTS	INVESTMENT
Executive Sponsorship	15	15%
Emotional Maturity	15	15%
User Involvement	15	15%
Optimization	15	15%
Skilled Resources	10	10%
Standard Architecture	8	8%
Agile Process	7	7%
Modest Execution	6	6%
Project Management Expertise	5	5%
Clear Business Objectives	4	4%

Рисунок 8. Факторы успеха проекта.

Источник: CHAOS Report, Standish Group, 2015.

При этом Agile эффективнее традиционных подходов при любом размере проектов (рисунок 9). Можно заметить, что при большом размере проекта (что часто характерно для стратегических инвестиционных проектов) вероятность успеха проекта при использовании гибких методологий выше в разы (18% против 3%). Успех больших проектов можно объяснить тем, что в течение длительного проекта внешняя среда и условия могут измениться и оказать существенное воздействие на реализацию проекта. В методологии Agile готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану и позволяет быстро реагировать на внешние вызовы. Еще один важный приоритет Agile манифеста, собравшего в себя постулаты методологии – «работающий продукт важнее исчерпывающей документации», что позволяет бороться с бюрократией и ускорять процесс принятия решений.

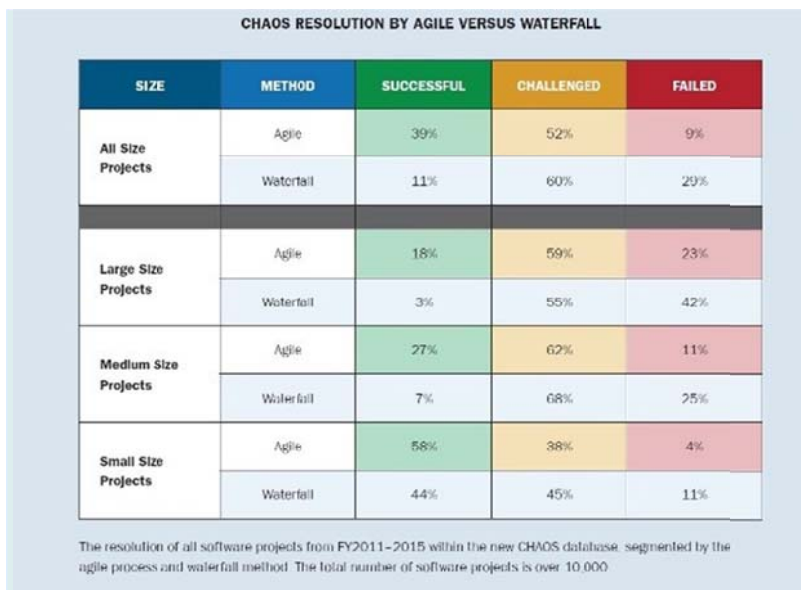


Рисунок 9. Зависимость успешности проекта от его размера и выбранной методологии.

Источник: CHAOS Report, Standish Group, 2015.

Водопад-каскадный подход предполагает, что требования, ожидания, продолжительность проекта, как и его результаты, могут быть точно предсказаны с поправкой на риски и неожиданные эффекты внешней среды. На практике, как правило, накладывает значительные ограничения, например, то, что клиенты обычно испытывают трудности в определении всех требований проекта. По словам Санджива Августина, «гибкая реализация проектов – это способ управления проектами с целью создать ценность для клиентов через адаптивное планирование, оперативную обратную связь, постоянное совершенствование и интенсивное взаимодействие и сотрудничество» [7]. Управление миграцией от традиционного развития продукта и проекта до гибких методов требует существенных изменений в порядке некоторых функций, таких как: сбор требований пользователей, разработка графика проекта, проектирование продукта, управление командой и измерение прогресса.

Одной из традиционно-сильных сторон классического проектного управления является тот факт, что оно предлагает надежный и проверенный временем набор методов отчетности, которые дают возможность стейкхолдерам оценить прогресс и проблемы реализации проек-

та, таким образом позволяя держать руку на пульсе проекта. Из-за природы Agile-проектов, многие из знакомых метрик отсутствуют и проектные менеджеры, придерживающиеся гибких методологий, не разрабатывают долгосрочные, многомесячные прогнозы на свои проекты, которые смотрят далеко в будущее, привычные диаграммы Ганта, метод освоенного объема и ИСР редки при использовании в Agile на уровне проектов, программ портфелей проектов.

Во много это обусловлено и тем, что в Agile-среде, члены команды должны сами управлять своей нагрузкой, проектный лидер лишь гарантирует, что члены его команды обладают всей необходимой информацией и достаточными ресурсами чтобы быть успешными, держа коллектив сфокусированным, поощряя командную работу и индивидуальную производительность, гарантируя изоляцию команды от факторов, которые могут нанести вред их концентрации. При этом фокус внимания смещается на общее достижение целей проекта, для чего лидеры оперируют такими инструментами как: burn-down chart, kanban-доски, user-stories и дорожные карты, чтобы в любой момент иметь возможность оценить текущий статус проекта. Это позволяет менеджерам обрисовать в мельчайших деталях свои проекты в целях контроля бюджета и сроков на каждом шаге, не углубляясь при этом в «микро-менеджмент».

Примером успешного следования гибким методологиям может служить сеть отелей Hyatt (Хаятт). В то время как сети отелей Marriott и Hilton анализировали свои неудачные системы бронирования и маркетинговые возможности привлечения клиентов, Hyatt в 2011 году с помощью Agile обновил систему регистрации и управления CRM данными. На рисунке 10 можно увидеть динамику рентабельности проекта по реорганизации CRM. При этом график не учитывает репутационную выгоду для сети отелей. Фокусируясь на создании ценности для потребителей и принимая своей миссией создание ценности через индивидуальный подход к каждому клиенту, сеть отелей использовала новую систему управления данными для повышения клиентоцентрированности, таким образом на сегодняшний день у Hyatt на выходе есть все необходимые составляющие успеха: внимание к клиенту, исполнительная поддержка управления, четкая постановка требований, надлежащее планирование и короткие этапы реализации проекта.

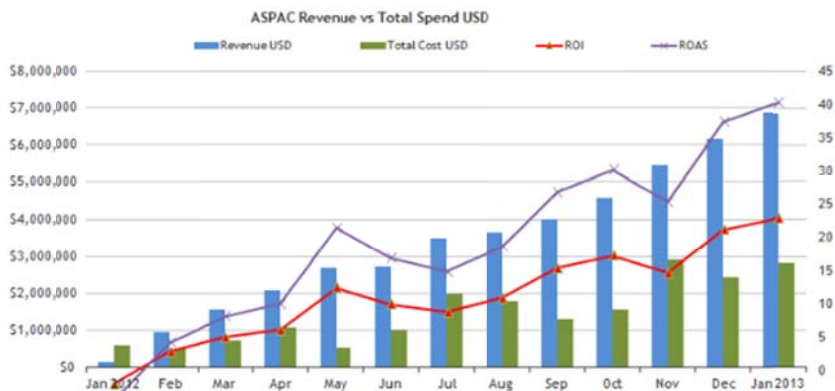


Рисунок 10. Экономические показатели эффективности реорганизации системы управления данными клиентов Hyatt.

Источник: Prash Chandramohan, Master Data Management, 2016 [9]

Ещё одним примером может служить использование agile при реорганизации офиса компании Vecar Asset Management с 5000 сотрудников. Реформатирование пространства и процесса работы позволило добиться следующих результатов: улучшение взаимодействия между отделами, повышение результативности работников, которые стали чувствовать себя комфортнее, экономия на аренде конференц-залов, так как все переговорные комнаты оснастили конференцсвязью, и самое главное – экономия на аренде офисного пространства. Последний фактор позволил окупить проект всего за 1,5 года.

Резюмируя вышесказанное, можно выделить три основные преимущества Agile, которые позволяют реализовывать проекты в нестабильной динамично-развивающейся современной среде: увеличение скорости достижения нужного результата, и как следствие, выведение нового продукта/услуги на рынок, возможность управлять изменениями в приоритетных направлениях, и, по причине концентрации на операции, улучшение взаимодействия между бизнес-единицами.

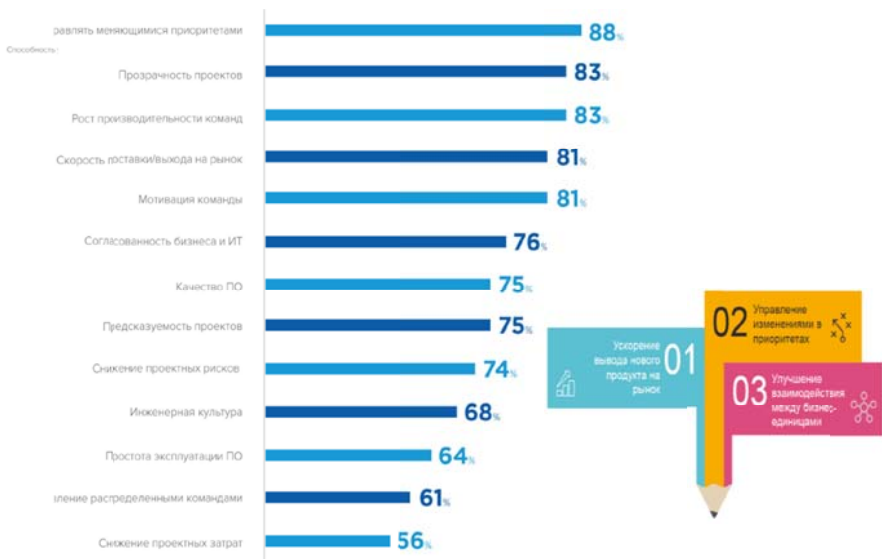


Рисунок 11. Выгоды от внедрения «Agile».

При этом существует несколько вариантов дальнейшего развития «лихорадки» вокруг Agile-философии:

1. Agile – естественный ход эволюции и будущее проектного менеджмента, и потому все иное признается морально устаревшим и отвергается за ненужностью.

2. Agile – «спасательный круг» и «таблетка от всех болезней» для единоразового использования, лишь модный тренд, носящий спекулятивный характер, а в действительности не дающий эффекта.

3. Та «золотая середина», к которой более других тяготеет автор: Agile – это, скорее, очередной инструмент, который при правильном использовании, имплементации и интеграции с альтернативными подходами и методологиями, зачастую более жесткими и формализованными, дает мощнейший всесторонний синергетический эффект.

Литература:

1. Beck K, M. Beedle, A. Bennekum, A. Cockburn, W. Cunningham, M. Fowler, J. Grenning, J. Highsmith, A. Hunt, R. Jeffries, J. Kern, B. Marick, R. Martin, S. Mellor, K. Schwaber, J. Sutherland, D. Thomas. Manifesto for Agile Software Development. 2001

2. Mark Flynn. Agile: the good, the bad and the ugly. Project Smart. 10.12.2011
3. Successful Solutions Through Agile Project Management. ESI Int. 2010
4. Craig Larman, Agile and Iterative Development: A Manager's Guide (Agile Software Development Series), Cockburn, Alistair and Highsmith, Jim, (Series Editors), August 2003
5. Schwaber K. and Sutherland J. The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game, 2013.
6. 11-th annual report «State of Agiletm». Version One inc., 2017
7. Augustine, Sanjiv. Managing Agile Projects. Prentice Hall, 2005
8. CHAOS Report. /Standing group./ 2016
9. Prash Chandramohan. Using Data to Delight Guests: How Hyatt Wins Customers. Master Data Management. 6.09.2016
10. Мухин К.Ю. Agile-эволюция проектных подходов как вынужденное требование времени // «Инициативы XXI века», 2017
11. Мухин Ю.Ю. Мухин К.Ю. Реинжиниринг общественного здравоохранения, основанный на персонцентрированной модели, гибридных проектных подходах и методах искусственного интеллекта. // «Врач и информационные технологии», 2017, №3
12. Мухин К.Ю. Гибкая имплементация стандартов управления проектами P2M PMAJ & P5 GPM в контексте инновационного предпринимательства // Управленческие науки в современном мире = Management Sciences in the Modern World: Сб. докл. науч. конф.: /Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; науч.-практ. журнал «Эффективное Антикризисное Управление». – СПб.: ИД «Реальная экономика», 2017

Романова Ю.В.,
*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации,
г. Москва, Россия
e-mail: romanova.juliya1@gmail.com*

Научный руководитель:
Братченко С. А.,
*к.э.н., доц.
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com*

Изменение роли персонала в результате реинжиниринга компании

Аннотация: Предметом данной статьи является изучение новой роли персонала в результате реинжиниринга компании. В статье рассмотрены основные требования к персоналу и менеджменту в результате реинжиниринга компании в сравнении с требованиями в традиционных компаниях.

Ключевые слова: реинжиниринг; управление персоналом; мотивация персонала; корпоративная культура; менеджмент

Romanova J. V.,
student
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: romanova.juliya1@gmail.com

Scientific adviser:
Bratchenko S.A.,
PhD (Econ.), Assistant Professor,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: svetlana.bratchenko@gmail.com

A change in personnel role as a result of company reengineering

Annotation: The subject of this article is a new role of personnel as a result of the company reengineering. The article considers basic requirements for staff and management as a result of the reengineering of the company vs traditional companies.

Keywords: reengineering; personnel management; staff motivation; corporate culture; management.

В современном мире, в век постоянно изменяющихся рыночных условий, появления и возрастания роли новых информационных технологий, менеджеры хотят, чтобы их компании были более гибкими, подвижными, эффективными, рациональными, ориентированными на клиента и прибыльными. Поэтому все актуальней становится вопрос, из-за чего тогда сегодня многие компании раздуты, негибки, неконкурентоспособны, неэффективны и убыточны. Ответы на данный вопрос заключается в том, что компании используют старые системы, наработанные годами процедуры, не внося в бизнес-процессы инноваций. Таким образом, мы подошли к цели реинжиниринга, которая заключается во свежем взгляде на те методы, которыми создаются и предоставляются потребителям продукция или услуги.

Целью данного исследования является изучение роли персонала в результате реинжиниринга компании, а также новых требований к сотрудникам по сравнению с требованиями в традиционных компаниях.

Исходя из цели данной статьи, обозначим основные ее задачи:

- рассмотреть, как изменяется роль персонала в результате реинжиниринга компании;
- изучить изменения в методах подготовки к выполнению работы в результате реинжиниринга компании;
- рассмотреть смещение акцента в критериях оценки результатов работы и компенсации за нее в результате реинжиниринга компании;
- рассмотреть, каким должен быть критерий продвижения по службе в процессе реинжиниринга компании;
- выявить новый характер корпоративной культуры в результате реинжиниринга компании;
- изучить новую роль менеджеров;
- подвести итоги по проделанной работе.

Объектом исследования данной статьи является изучение новой роли персонала и менеджеров, новых требований к персоналу, а также новых тенденций и особенностей в результате реинжиниринга компании.

Проблема реинжиниринга начала изучаться уже во второй половине 80-х годов, но настоящим стартом исследования данного феномена считается статья М. Хаммера «Реинжиниринг традиционных методов работы: не автоматизируйте их, а отвергайте», которая была опубликована в четвертом номере «Harvard Business Review» за 1990 год. [1, стр. 6]

В результате реинжиниринга происходит изменение роли людей: от контролируемых работников к наделенным полномочиями. Здесь работники сами создают собственные правила работы, используя при принятии решений собственное мнение. Напомним, что для человека очень важно удовлетворять на работе свои потребности в уважении и самовыражении (по иерархии потребностей А. Маслоу), а также во власти (согласно теории Дэвида Макклелланда), это, безусловно, будет его мотивировать на выполнение своей работы наилучшим образом. На сегодняшний момент важно принимать во внимание не только образованность и профессионализм сотрудников, но и также их характеры [2, стр. 17]. Насколько они самостоятельны в принятии важных решений, имеют ли индивидуальный подход к каждому клиенту, обладают ли мотивацией работать с каждым днем все лучше. В процессе реинжиниринга работники наделяются полномочиями, что, безусловно, меняет подход к выбору и подбору персонала.

Также происходят изменения в методах подготовки к выполнению работы: от профессионального обучения к общему образованию.

Для традиционных компаний важно профессиональное обучение сотрудников в определенной сфере. При реинжиниринге же приобрета-

ет значение собственное мнение при выполнении той или иной работы, внесение лично своего вклада в работу, т.е. каждый работник влияет на общий результат компании. Для этого сотрудникам необходима общая образованность, расширенный кругозор, понимание и осведомленность о проблемах в разных сферах. Профессиональное обучение повышает навыки и умения, и учит работников тому, «как» выполнять работу. Общее образование повышает их аналитические способности и помогает уяснить, «почему» работа выполняется тем или иным способом. В современном мире нужны работники, которые самостоятельно понимают суть работы, и могут выполнить ее, работники, которые создают задания под себя [3, стр. 136–137]. Конечно, в добавлении к этому, работники должны учитывать постоянное изменение и гибкость заданий, поэтому в современных компаниях, прошедших реинжиниринг, непрерывное образование и развитие становится нормой.

Следующим важным аспектом является смещение акцента в критериях оценки результатов работы и компенсации за нее: от деятельности к результатам. В традиционных системах компенсация работников осуществляется прямолинейно: оплата осуществляется исходя из затраченного ими времени, труд отдельного работника не имеет количественно измеряемой стоимости. Также мы часто замечаем, что зарплата начисляется работникам и повышается исходя из повышения должности, по истечении определенного временного промежутка или просто за явки на работе. В современных компаниях, прошедших реинжиниринг самым важным является вклад в общую деятельность компании каждого сотрудника. То есть чем больше будет отдача сотрудника на работе и чем эффективнее будет его деятельность, тем больше будет его компенсация, что, безусловно, будет его мотивировать работать только лучше. Таким образом, результат оценивается по созданной стоимости и ценности, в соответствии с ними и назначается компенсация.

Еще один важный аспект изучения роли персонала в результате реинжиниринга является критерий продвижения по службе: от результатов к способностям. В традиционных компаниях мы привыкли видеть продвижение по карьерной лестнице как высшую форму награды за хорошо выполненную работу. Но разве продвижение по службе является производной от результатов работы? Сегодня, в 21 веке, менеджеры прекрасно понимают, что именно премия будет являться лучшим вознаграждением за выполненные задания, а не повышения в должности, ведь повышение в должности есть изменение, а не награда. Поэтому в прошедших реинжиниринг компаниях четко устанавливается грань между итогами работы и карьерным ростом.

Безусловно, корпоративная культура организации приобретает новый характер. В процессе реинжиниринга сотрудникам очень важно верить, что их зарплата и благосостояние зависит от клиентов, то есть тех, на кого они работают. Важный аспект реинжиниринга заключается в том, что от работников требуется глубокая вера в то, что вся их деятельность направлена на клиентов, а не на начальников. И именно действующая в организации система вознаграждения зависит на веру и понимание работников того, от кого зависит их заработная плата. Реинжиниринг требует, чтобы работники глубоко верили в то, что они работают на клиентов, а не на своих начальников. Например, в компании «Ксэрокс Корпорэйшн» менеджеры убеждают своих подчиненных, что заработную плату им платят клиенты, делая эту взаимосвязь наиболее прозрачной и понятной. В компании премии и вознаграждения сотрудников зависят от степени удовлетворенности клиентов. К сожалению, большинство менеджеров думают, что вся их система убеждений и мотивации сотрудников состоит в составлении и произнесении речей. На практике важно, как система ценностей, провозглашаемая менеджерами, подкрепляется управленческой реальностью. Важно показать сотрудникам, насколько данные ценности представляют значимость на практике. Например, когда руководитель объясняет своим сотрудникам важность заботы о клиентах и затем два часа тратит на разговоры с ними, то эти два часа бесценны для компании, т.к. эти 2 часа являются символом и демонстрацией личной приверженности руководства ценностям, воплощение которых оно хочет видеть в работе каждого сотрудника.

При осуществлении реинжиниринга важным является и также то, что изменяются менеджеры: от надсмотрщиков к тренерам.

Процессные команды, состоящие из одного или многих людей, не нуждаются в начальниках, им нужны тренеры. Команды спрашивают у тренеров совета, которые помогают им решить возникшие проблемы. Традиционные начальники планируют и распределяют работу, командуют, в основном, решая все самостоятельно, без помощи своих сотрудников. Команды делают это сами для себя. Традиционные начальники надсматривают, отслеживают, контролируют и проверяют работу по мере ее движения от одного исполнителя конкретной задачи к другому. Команды делают это сами. Менеджерам необходимо поменять свою роль надсмотрщика на роль лица, которое помогает сделать работу других легче.

Руководители в современных компаниях должны обладать отличными коммуникационными и психологическими навыками. Они должны уметь наставлять, мотивировать, помогать своим сотрудникам

и чувствовать большую гордость за их успехи и верить в их будущие победы. Такой руководитель представляет собой наставника, который взаимодействует с каждым своим сотрудником, наделяя его ресурсами и полномочиями при решении важных вопросов, а также помогая ему определить его карьерные планы. Конечно, такая роль менеджеров кардинально отличается от роли традиционных менеджеров.

Таким образом, подводя итоги, нужно отметить, что при изучении роли персонала в компаниях, осуществляющих реинжиниринг бизнес-процессов, необходимо отказаться от традиционных устоев и правил, которыми руководствовались и сейчас руководствуются некоторые компании. Необходимо уходить от негласных ценностей и правил, установленных еще много лет назад в компании. Никакие инновации и новые технологии не будут эффективны, если компании не начнут меняться и менять устаревшие правила.

При реинжиниринге происходит эволюция трудовых заданий от узкоспециализированных к ориентированным на задачу к более многомерным. Сотрудники, которые ранее работали только в соответствии с установленными правилами и инструкциями, теперь сами анализируют проблемы и берут на себя полномочия решить их. Исчезает конвейерный принцип организации работы. Менеджеры перестают выступать в качестве надсмотрщиков и становятся своеобразными тренерами. Сотрудники работают на клиентов, а не на своих руководителей. Работники видят смысл своей деятельности в удовлетворении потребностей своих клиентов наилучшим способом, потому что понимают, что их благосостояние напрямую зависит именно от клиентов. Так как, изменяются цели и стимулы, безусловно, изменяются и отношения в компании, корпоративная культура. Фактически каждый аспект организации претерпевает трансформацию, после чего становится неузнаваемым.

Литература:

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. – 332 с.
2. Организационное поведение. Конспект лекций: учебное пособие / С.Д. Резник, М.В. Черниковская; под ред. С.Д. Резника. – М.: КНОРУС, 2016. – (Конспект лекций). – 192 с.
1. Балашов, А. П. Теория организации: учеб. пособие для вузов; рекомендовано методсоветом по направлению / А. П. Балашов. – М.: Вузовский учебник : Инфра-М, 2013. – 208 с.

**Симакова Л.Д.,
Казимирский М.С.,**
студенты

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

**Научный руководитель:
Трифонов П. В.**

*к.э.н., доцент
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Развитие динамики автомобильного бизнеса в России. Стратегия 2020

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы в области автомобильного бизнеса в России. Проведен анализ экспертных групп, по результатам которого были определены основные направления развития данной отрасли. Кроме того, это позволило авторам выстроить прогноз развития автомобильного бизнеса до 2020 года.

Ключевые слова: результаты научно-исследовательской работы, автомобильный бизнес, стратегия развития, конкурентоспособность, риски, анализ экспертов, динамика, проблемы, решения проблем.

**Simakova L.D.,
Kazimirsky M.S.,**
student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

**Scientific adviser:
Trifonov P.V.,**

*Ph.D., Associate Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Development of automobile business dynamics in Russia, strategy 2020

Abstract: The article presents the main results of research work in the field of automobile business in Russia. The analysis of expert groups was carried out, the results of which determined the main directions of development of this industry. In addition, this allowed the authors to build a forecast for the development of the automobile business until 2020.

Keywords: research results, automotive business, development strategy, competitiveness, risks, expert analysis, dynamics, problems, problem solving.

Согласно прогнозам, исследовательской группы BCG, к 2020 году Россия станет крупнейшим европейским автомобильным рынком и пятым по величине в мире – с годовым объемом продаж в 4,4 млн. автомобилей. Однако основной проблемой на сегодня остается наличие ключевого фактора – падение потребительского спроса.

Сможет ли отрасль оправиться от кризиса для достижения международной конкурентоспособности? Какой пути стоит преодолеть, чтобы реализовать эту перспективу?

Цель данной работы состоит в том, чтобы проследить динамику конкурентоспособности автомобильных корпораций в России и выстроить путь развития.

Актуальность проблемы развития конкурентоспособности автомобильных корпораций заключается в том, что данная отрасль сегодня терпит кризис, который отрицательно воздействует на экономику государства в целом.

Среди задач авторы выделяют следующие:

- анализ экспертных мнений;
- выявление динамики развития автомобильной промышленности сегодня;
- определение ключевых рисков, влияющих на динамику продаж;
- составление прогноза развития на 2020 год и др.

Сегодня российская автомобильная промышленность вышла с критической грани. Уровень развития отрасли восстановился до показателей предкризисного 2012 года и, что более важно, в настоящее время извлекает выгоду из беспрецедентного объема инвестиций в новые и модернизированные производственные мощности.

Для того, чтобы провести анализ текущей ситуации авторы использовали мнения различных экспертных групп в оценках спроса отечественного рынка. В качестве партнеров были выбраны: Ассоциация европейских автопроизводителей (АЕВ), «АВТОСТАТ», Министерство промышленности и торговли (Стратегия развития автопрома до 2020 года) и ВССГ.

Для того, чтобы проанализировать мнения экспертной группы АЕВ, авторы выбрали диапазон в три года и рассматривали один и тот же месяц: февраль 2015/2016/2017. Вследствие, было определено 10 основных марок, которые, по мнению ассоциации, являются самыми востребованными и продаваемыми за рассматриваемый период. Кроме того, среди этих марок авторы выбрали два популярных бренда и получили следующие показатели (рис. 1).

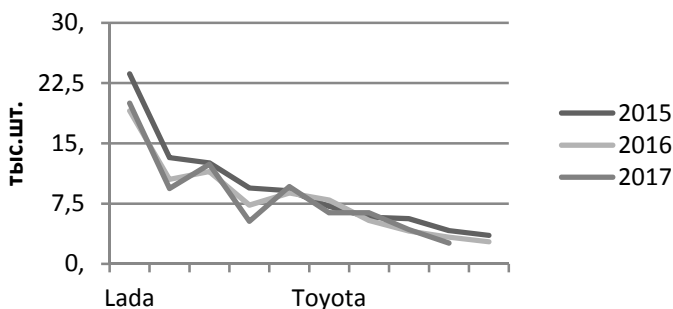


Рисунок 1 – Два популярных бренда автомобилей

Кроме того, авторами были рассмотрены группы автомобилей по маркам и составлена диаграмма, отражающая современную ситуацию на российском автомобильном рынке (рис. 2). Отмечается, что осталь-

ные бренды занимают намного меньшую долю рынка, поэтому не отражены в диаграмме.

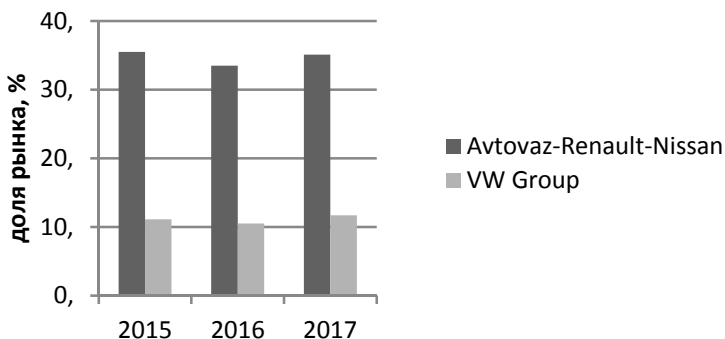


Рисунок 2 – Доля рынка автомобилей

Полученные данные отражают динамику продаж легковых автомобилей в России и долю рынка, которую занимают два популярных бренда: Avtovaz-Renault-Nissan (Avtovaz, Renault, Nissan, Infiniti, Datsun) и VW Group (Volkswagen, Audi, Seat, Skoda). [«Новая стратегия для автомобильной индустрии» – программа АВТОСТАТ от 16.01.2017 года]

Анализируя диаграммы, можно отметить, что в феврале 2015 года автомобильный рынок только входил в фазу резкого замедления. Однако, хорошие макроэкономические показатели, такие как стабилизация рубля и новости давали надежду на улучшение ситуации в отдаленной перспективе. Но, февраль 2016 отражает заметное падение рынка – февраль к февралю прошлого года показал минус 13%, что стало наименьшим падением за последние 14 месяцев. Что касается февраля 2017 года, продажи сократились еще на 4,1%. В этом месяце наблюдалась очень разнонаправленная динамика продаж от бренда к бренду, что в итоге оказалось недостаточным для того, чтобы вывести рынок в плюс, так как некоторые традиционные лидеры сделали меньший вклад, чем в аналогичный период прошлого года.

Согласно этому, компания прогнозирует смещение спроса с рынка новых автомобилей на рынок автомобилей с пробегом. Поэтому объем рынка на 2020 год, компания прогнозируют в среднем на уровне 2,1 млн. штук.

Таким образом, анализ текущей ситуации на автомобильном рынке России экспертной группы Ассоциация европейских автопроизводителей не дает перспективы на ускоренный рост текущего положения рынка.

В отличие от предыдущего партнера компания «АВТОСАТ» предоставляет доступную информацию только за февраль 2015 года, где приводит аналитику и дает комментарии. Согласно проведенным по ней исследованиям авторы получили следующие положения. [1, электронный ресурс]

Продажи легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта в России по итогам января 2015 года снизились на 24,4% и составили всего 115,4 тысячи единиц. Лидерство на рынке продолжает сохранять АВТОВАЗ, реализовавший в декабре 17,5 тысячи автомобилей LADA, что на 26% ниже показателя годичной давности. Второе место по объему продаж занял Hyundai – его реализация составила порядка 12,7 тысячи машин (+15%), что обеспечило корейскому бренду лидерство на рынке иномарок. Третья строчка в рейтинге продаж принадлежит корейской марке – KIA, чей результат составил 11,3 тысячи машин (+1%). Далее идет компания Nissan, а замыкает пятерку лидеров на этот раз французская компания Renault. В TOP-10 самых продаваемых марок по итогам января также вошли: немецкий Volkswagen (6,2 тыс. шт., -28%), японская Toyota (7,1 тыс. шт., -14%), японский Mitsubishi (3,2 тыс. шт., -36%), чешская Skoda (5,1 тыс. шт., +8%) и немецкий Mercedes-Benz (3,2 тыс. шт.; +17%). Остальные марки автомобилей не поднимались выше отметки 10 в топ-листе. Более того, авторы отмечают, что данные показатели близки к показателям компаниям АЕВ. Это позволяет сделать вывод, что компания не нацелена на быстрый рост конкурентоспособности российских автомобильных корпораций. [2, электронный ресурс]

Аналитическое агентство «АВТОСТАТ» не питает надежд в нынешнем году и считает, что спад только усилится. Основной причиной этого служит негативная ситуация в российской экономике, которая в этом году грозит перерасти в рецессию. Как известно, она находится под давлением санкций, принятых Западом вследствие геополитического конфликта на Украине. Сюда же можно добавить и невысокие цены на нефть, что делает экономику еще более уязвимой.

Однако, несмотря на статистику сегодняшнего дня, аналитическое агентство уже подготовило прогноз производства легковых автомобилей в России до 2020 года по двум сценариям, каждый из которых учитывает определенные факторы в развитии не только самих производителей, но и экономики страны в целом. [3, стр. 103]. В ходе работы были проанализированы данные импорта и оценен потенциал предприятий российского автопрома в плане экспортных поставок и присутствия моделей, собираемых в России, на зарубежных рынках. Согласно

оптимистическому и пессимистическому прогнозам «АВТОСТАТ», российский автомобильный бизнес будет набирать обороты. Так, например, к 2020 году, согласно оптимистическому прогнозу развития, российский автомобильный рынок вырастет примерно в 4 раза, по сравнению с показателями 2009 года. Согласно пессимистическому прогнозу – вырастет в 3 раза по сравнению с аналогичным показателем 2009 года. Авторами отмечено, что в 2009 году было продано всего 1 465 917 машин.

Таким образом, оба прогноза аналитического агентства оставляют положительную динамику в развитии автомобильного бизнеса в России.

Министерство промышленности и торговли составило стратегию развития автопрома до 2020 года. Согласно ей, целью работы российских корпораций на 2017 год должно служить: максимизация добавленной стоимости, созданной на территории России на всех этапах жизненного цикла продукции автомобилестроения, при обеспечении достаточного выбора и высокого качества автомобильной техники. [4, стр.368.]

В качестве решения поставленной цели исследователи видят обеспечение объемов российского производства автомобильной техники, увеличение к 2020 году доли продукции российского производства в общем объеме потребления на внутреннем рынке и насыщение парка легковых автомобилей до уровня 363 автомобилей на 1000 человек населения.

Среди ожидаемых результатов стратегии можно выделить следующие:

1. Рост объемов производства автомобильной техники в Российской Федерации к 2020 году: легковых автомобилей – до 3,136 млн. шт.; легких коммерческих автомобилей – до 0,240 млн. шт.

2. Повышение вклада продукции автомобильной промышленности в ВВП РФ с уровня 2012 года – 239,0 млрд. рублей до уровня в 435,7 млрд. рублей к 2020 году.

3. Обеспечение к 2020 году доли продукции российского производства в общем объеме потребления на внутреннем автомобильном рынке: легковых автомобилей – 76%; легких коммерческих автомобилей – 75%.

4. Увеличение доли экспорта продукции российского автомобилестроения от общего объема производства к 2020 году: легковых автомобилей – до 8%; легких коммерческих автомобилей – до 17%.

Такие результаты представляются компании наиболее реальным с учетом всех текущих факторов и процессов, протекающих в России.

Международная консалтинговая корпорация BCG считает, что российский автомобильный рынок будет расти среднегодовым темпом в 6% к 2020 году, он достигнет годового объема продаж в 4,4 млн. автомобилей. Отметим, что этот прогноз учитывает текущее ослабление как российского, так и мирового авторынка.

Кроме того, компания не ожидает, что автомобильные инновации станут основным фактором в России в ближайшем будущем. Поэтому эксперты предлагают семь императивов, которые смогут добиться устойчивой конкурентоспособности российских автомобильных корпораций.

- 1) Большой и стабильный внутренний спрос
- 2) Эффективная инфраструктура
- 3) Предсказуемая и благоприятная нормативная среда
- 4) Большой объем местных и локализованных производителей
- 5) Эффективная база снабжения
- 6) Эффективная цепочка поставок
- 7) Ориентированные на клиента продукты и операции

Проводя анализ исследований этой компании, авторы отметили, что она имеет самый позитивный настрой в отношении развития российского автомобильного бизнеса в ближайшей перспективе. Для этого BCG предлагает ряд обновлений, которые позволят повысить выпуск и качество продукции сектора, уровень обслуживания клиентов, производительность и экономическую эффективность так, чтобы автомобильные корпорации стали конкурентоспособными в глобальном мире.

Согласно вышеизложенным данным, можно составить следующий прогноз динамики развития автомобильного рынка (табл.).

Таблица 1.

Прогноз развития автомобильного рынка в 2020 году

АВТОСТАТ	4,4 – 5,9 млн. штук
БКГ	4,4 млн. штук
МИНПРОМТОРГ	3,5 млн. штук
АЕВ	2,1 млн. штук

Авторы полагают, что наиболее реалистичные оценки дает аналитическая группа Ассоциация европейских автопроизводителей потому, что Россия еще не вышла из кризисного периода 2014 года, кро-

ме того сегодня уже получают широкое развитие электрокары, которые в скором будущем могут стать главными конкурентами заводских машин. В дополнение, консультационно-аналитическое агентство PwC, публикующее экспертные оценки, также приводит сведения о текущей и будущей ситуациях, где отмечает рост продаж автомобилей в России в 2020 году на отметке 2,2 млн. шт.

В отношении конкурентного насыщения стоит отметить, что все компании убеждены в том, что лидером рынка будет оставаться – Lada, второе место займет южнокорейский бренд Kia, на третьем месте будет французская марка Renault. Также в десятке лидеров будут находиться Volkswagen, Toyota, Nissan, Skoda, УАЗ и коммерческие машины производства ГАЗа. Остальные марки, по мнению экспертов, не смогут подняться оценки выше 10 баллов.

Среди ключевых рисков, которые могут привести к пессимистическому развитию автомобильного рынка в 2020 году могут быть:

- механизмы поддержки автопрома;
- неразвитость производства автомобильных компонентов;
- снижение экспорта;
- недостаток локализации производства автомобильной техники на территории Российской Федерации и др.

Таким образом, анализ данной ситуации позволяет сделать следующие выводы. На сегодняшний день развитость автомобильных корпораций достигла предкризисного уровня 2012 года, но в условиях нестабильной политико-экономической ситуации в стране автовладельцы все чаще обращаются ко вторичному потреблению машин, автомобилям с пробегом, что создает проблемы для автопроизводителей. [5, стр.935]. Однако мнения экспертов в отношении этой ситуации позволяют сделать нам вывод о возможном росте и стабилизации продаж к 2020 году. Так, авторы убеждены в том, что рынок вырастет до показателя в 52%, что обусловит его дальнейшее продвижение к формированию крупнейшего автомобильного рынка и пятого по величине в мире. Такую же теорию поддерживают эксперты аналитического агентства PwC, которые видят сегодняшнюю ситуацию на отметке в 32%. Это можно подтвердить вышепредставленной диаграммой, которая отражает наиболее популярные продаваемые автомобильные бренды в России. Следовательно, с ростом объемов рынка компании смогут повысить конкурентоспособность до высокого показателя и войти на международную торговую арену.

Литература:

1. «Новая стратегия для автомобильной индустрии» – программа АВТОСТАТ от 16.01.2017 года [Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/articles/28677/> (дата обращения 02.04.2017)]
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности до 2020 года» от 03.12.2014 года [Электронный ресурс: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения 03.04.2017)]
3. Беленов О.Н. Конкурентоспособность стран и регионов: учебное пособие/ О.Н. Беленов, А.А. Анучин. – М.: КНОРУС, 2013. – 144 с.
4. Кони́на Н. Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире. – Москва: Проспект, 2015, стр. 368
5. Трифионов П.В. Современные подходы к оценке конкурентоспособности корпораций с монопродуктовым портфелем. // Экономика и предпринимательство. – М.: 2014, №11(ч.3), стр.934–938.

Трифонова В.Ю.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: vitrif@mail.ru*

Разработка эффективной системы управления операционной деятельностью организации

Аннотация: Статья посвящена внедрению одного из наиболее прогрессивных, современных подходов к управлению – процессному, заключающемуся в построении системы бизнес-процессов организации и управления ими для достижения максимальной эффективности деятельности. Представлены разработки по проекту внедрения процессного подхода: выделены этапы проекта и предложены методические инструменты реализации некоторых из них.

Ключевые слова: процессный подход, СУБП (система управления бизнес-процессами), BPM, управление, проект, внедрение проекта, внедрение процессного подхода.

Trifonova V.Y.,

*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: vitrif@mail.ru*

Development of effective system of management of operating activity of the organization

Abstract: The article is devoted to process management that is building co business procedures and controlling the former in order to maximize the performances. The article provides projects to apply this one of the most advanced approach, with the project steps being defined and methods to fulfill these ones being given.

Keywords: process approach, BPMS (Business Process Management System), BPM, management, project, implementation of the project, the introduction of the process approach.

В условиях становления российского рынка, когда в результате жесткой конкурентной борьбы выживает лишь сильнейший, проблема повышения эффективности управления с каждым днем становится все более актуальной.

На рубеже веков традиционный функционально-ориентированный подход все чаще стал вытесняться процессно-ориентированным, доказавшим свою эффективность во многих зарубежных компаниях. В его основе лежит представление о бизнес-процессе как о последовательности действий, предпринимаемых для достижения конкретных целей. Внедрение процессного подхода позволяет компаниям повысить эффективность работы, предоставлять новые услуги и продукты без увеличения штата сотрудников, сократить время и снизить издержки при обслуживании клиентов. Использование такого механизма также позволяет сократить время разработки новых продуктов, услуг и направлений деятельности.

В настоящее время многие российские компании в развитии управленческих технологий значительно отстают от иностранных компаний и не могут конкурировать с ними. Современные стандарты управления, в том числе международный стандарт ISO 9001:2000, подразумевают применение процессного подхода. В связи с нацеленностью России на вступление в ВТО и, следовательно, на повсеместное использование системы менеджмента качества, процессно-ориентированное управление придется внедрять и поддерживать предприятиям, работающим как на международном рынке, так и на отечественном.

Существует множество мнений «за» и «против» процессного подхода. Как правило, о нем рассуждают только с теоретических позиций, стараются не говорить о потенциальных трудностях и сглаживают острые углы (рис.).



Рисунок. Отношение руководителей к внедрению процессного управления, выявленное по результатам экспресс-диагностики.

На диаграмме слева представлена оценка перспектив внедрения процессного управления руководителями небольшой компании. Оче-

видно, что на данном этапе развития эта компания не готова к внедрению. Если проект все-таки будет инициирован, то собственнику и генеральному директору придется приложить немало усилий, чтобы вовлечь руководителей в «процессную» работу. На диаграмме справа представлена ситуация в компании среднего размера. Более половины руководителей считает, что внедрение необходимо. Но это еще не означает, что они активно будут участвовать в проекте. Топ-менеджеры должны организовать эту работу и вовлечь руководителей среднего и нижнего звена.

По итогам диагностики необходимо разработать и утвердить цели проекта. Кроме того, очень важно определить показатели, по которым будет оцениваться динамика развития системы управления организации по ходу проекта. В такую систему показателей целесообразно включить как количественные (например, % регламентированных ключевых сквозных процессов), так и качественные показатели (например, качество регламентирующих документов).

С течением времени, для среднего размера организаций, становится понятно, что без регламентации процессов их деятельности длительность обработки запросов или производственные процессы заставляют уделять им слишком много времени и внимания. Что, в целом, негативно сказывается как на деятельности, так и на прибыли компании. Сведя эти процессы к типовым, с четкой последовательностью действий и временными затратами, у компании появилась бы уникальная возможность минимизировать риски и сэкономить как временные, так и материальные ресурсы. Для компании средних размеров уже становится заметна эта необходимость перехода на другой уровень управления или применения новых подходов, так как из-за большего штата персонала процессы сильно замедляются, поэтому на приведенной диаграмме слева видно, что, слегка увеличив размер организации, руководителей, отрицающих внедрение процессного подхода, не осталось.

Однако, это не свидетельствует о том, что внедрение процессного управления подразумевает под собой определенный уровень зрелости организации, наоборот, работа над формализацией процессов может начинаться еще тогда, когда в этом нет необходимости, это лишь даст возможность выиграть время в будущем, типизировать не усложненные процессы, а первичные процессы в самой их простой форме. Главное при внедрении процессного подхода не размер или уровень зрелости организации, а грамотно организованная процедура внедрения процессного управления.

Очень важен первый шаг – постановка Регулярного менеджмента, то есть переход компании от неформальных методов управления к документированным регламентам деятельности. Регуляризация деятельности полезна по трем причинам:

- Во-первых, клиенты выше всего ценят стабильность и предсказуемость партнера. Регулярный менеджмент помогает устранить случайные сбои в работе. Кроме того, то, как организована работа в большинстве компаний, не только вызывает раздражение клиентов, но и неэффективно с точки зрения использования персонала.

- Во-вторых, когда процессы описаны и стабильны по показателям – есть что анализировать и обсуждать.

- И, третье, самое главное – руководители наконец могут освободиться от текучки и заняться повышением операционной и стратегической эффективности компании.

Второй шаг – Операционное совершенство или эффективность процессов, которое достигается за счет их оптимизации. Здесь также можно выделить несколько этапов, которые выглядят следующим образом:

- «QuickWins» («метод быстрых побед»). Быстрые улучшения, которые инициируются сразу же после первичного описания процессов. Это обычно те изменения, необходимость которых становится очевидной после получения точного «чертежа», наглядной модели процесса.

- Реинжиниринг процессов (BPR -businessprocessreengineering), т.е. их радикальное переосмысление с использованием новых возможностей информационных технологий. Иногда этот шаг может отсутствовать или быть отложен.

- Непрерывное совершенствование CPI (Continuous Process Improvement)

Третий шаг – Стратегическая эффективность, способность компании устойчиво расти, добиваться успеха в изменчивой внешней среде.

Реализовывать процессное управление в компании – не сложно, сложно его внедрить. Распишем основные этапы проекта внедрения процессного управления:

Этап 1. **Инициация**

1.1. Принятие решения об инициации проекта внедрения.

1.2 Назначение руководителя и формирование команды внедрения.

1.3. Детальное планирование проекта.

1.4. Создание устава проекта

Этап 2. Планирование

2.1. Оценка готовности организации, определение текущего состояния.

Методы: анализ организационно-управленческих, финансово-экономических, социально-культурных показателей

2.2. Определение сдерживающих и поддерживающих факторов внедрения

2.3. Воздействие на сдерживающие и поддерживающие факторы внедрение.

2.3.1. Формирование «адекватной» процессному подходу к управлению корпоративной культуры и организации труда.

2.3.2. Обучение персонала, проведение тренингов по содержанию отвечающих на вопрос: зачем нужно внедрение и как с ним работать, чтобы повысить эффективность.

2.3.3. Изменение системы мотивации персонала, введение КРІ.

Этап 3. Реализация.

3.1. Целеполагание основных процессов и их subprocessов.

3.1.1. Определение предназначений всех процессов. В организации в целом.

3.1.2. Установление целей функционирования процессов и subprocessов

3.2. Формирование структуры процессов и назначение владельцев процессов.

3.2.1. Идентификация процессов и определение их границ.

3.2.2. Установление и описание последовательности работ выполнения процессов в общей системе бизнес-процессов организации.

3.2.3. Закрепление идентифицированных процессов за их владельцами.

3.3. Описание модели функционирования процессов «как есть».

3.3.1. Описание последовательности работ выполнения процессов, входящих в систему «как есть».

3.3.2. Определение показателей для процессов и subprocessов, продукта и данных удовлетворенности клиентов.

3.3.3. Формализация проблем процессов «как есть».

3.4. Разработка модели процессов «как должно быть».

3.5. Корректировка схемы организационной структуры.

Этап 4. Мотивация и контроль.

4.1. Постоянное проведение тренингов и обучения.

4.2. Оценка результатов внедрения процессного подхода.

4.2.1. Подсчет КРІ.

4.2.2. Планирование KPI на следующую отчетную дату.

4.3. Корректировка и улучшение системы по итогам оценки.

Этап 5. **Закрытие.** Разработка структуры документации процессного подхода к управлению.

Внедрение процессной системы управления на предприятии рассматривается как проект. Поэтому для его более тщательного планирования, с минимальным процентом рисков возможно использование методик по управлению проектами или обращение к РМВоК. Сам по себе очень трудоемкий и многозатратный процесс внедрения требует особо точного планирования. Перед тем как начнется внедрение, постарайтесь соотнести степень вашей готовности с масштабами предстоящих перемен и работы – на вещи смотреть нужно трезво. Переосмотра потребует абсолютно все – менталитет, модель поведения внутри компании, сложившаяся годами, привычные алгоритмы действий и принятия решений.

Литература:

1. ВРМСВоК – Свод знаний по управлению бизнес-процессами: ВРМ СВOK 3.0
2. Руководство РМВоК: (A Guide to the Project Management Body of Knowledge), 5-е издание, PMI
3. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А., Рогова И.Н., Хутиева Е.С. Операционный менеджмент: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2016
4. Патешман В., Маховский А. Внедряем процессный подход. – http://www.osp.ru/text/print/3_02/4471247_1
5. Процессное управление: www.itexpert.ru/d1/process.pdf
6. Репин В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление

Цветкова И.Г.,
магистрант
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: irina_tsv@mail.ru

Операционный риск и качество капитала кредитной организации

Аннотация: Показана актуальность исследования операционных рисков в банковском бизнесе. Представлены альтернативные определения операционного риска кредитной организации. Выявлены внешние и внутренние факторы, оказывающим значительное влияние на качество капитала кредитной организации.

Ключевые слова: операционный риск, кредитная организация, структура капитала, диаграмм Исикавы

Tsvetkova I.G.,
student
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: irina_tsv@mail.ru

Operation risk and quality of bank capital

Abstract: The paper introduces the problem of research the banking operation risk management. It contains alternative definitions of the term «operation risk» in the bank. The author identifies external and internal factors that have a significant impact on the quality of the bank capital.

Keywords: operational risk, credit organization, capital structure, fishbone diagram

За последние четыре года в Российской Федерации произошли события, оказавшие значительное воздействие на функционирование и динамику банковского сектора, среди которых можно выделить ухудшение экономической конъюнктуры, введение экономических санкций со стороны Соединенных Штатов и стран Западной Европы, карди-

нальное изменение функций и полномочий Банка России, ужесточение регуляторных требований к объему, структуре и достаточности собственного капитала банков. Произошла трансформация, как в институциональной структуре банковской системы, так и в ключевых параметрах ее развития, что обуславливает потребность в изучении факторов, оказывающих на них влияние.

Рецессивные ожидания на мировых рынках и ухудшение динамики российской экономики к концу 2014 г. позволили говорить о кризисе финансовой системы и серьезном упадке финансового состояния банковского сектора РФ. Вследствие резкого падения курса рубля, котировок акций и облигаций российских компаний, роста процентных ставок, замедления темпов приращения и ухудшения качества кредитных портфелей выросли убытки российских банков, что потребовало значительного увеличения резервов и негативно сказалось на совокупном финансовом результате банковской системы.

Одним из результатов текущей нестабильной финансовой ситуации стало признание необходимости управления различными видами риском в состав ключевых функций управления банком. Стоит отметить, что наряду с рыночным, кредитным и риском ликвидности, особое внимание стало уделяться операционному риску. Это связано с тем, что в период развития банка его бизнес становится более сложным и громоздким, а именно растут объемы и количество операций, так же как и количество их видов, увеличивается число дополнительных офисов, операционных касс, филиалов, усложняется операционная среда. Помимо этого, интерес к операционному риску вызван текущей ситуацией, характеризующейся не столько банкротством банков или застоем финансовой системы, а теми масштабами и скоростью, с которой возникают и распространяются данные тенденции.

Вопросы оценки и управления операционным риском являются одними из наиболее обсуждаемых в банковской сфере различных стран. Особое внимание уделяется факторам влияния операционного риска на финансовую стабильность кредитной организации. В результате растущих издержек, а также роста неопределенности в финансовом секторе, необходимость управления операционным риском становится все более актуальной. Учитывая внутренние факторы, уровень подготовки и квалификации служащих, организационные изменения, внешние факторы, применяемые технологии на данной ступени развития российского банковского сектора операционный риск становится одним из самых существенных видов рисков кредитной организации.

В трудах отечественных и зарубежных ученых, а также крупных финансовых организаций можно столкнуться с различными определениями термина «операционный риск», особенности и недостатки которых были рассмотрены в работе Янкиной И.А. и Долговой Е.Е. (таблица) [1].

Исходя из выше приведенного обзора, можно сделать вывод, что многими авторами операционный риск рассматривается как совокупность внутренних ошибок и угроз, или дается очень широкое понятие.

Основным документом в области регулирования операционного риска является Базельское соглашение о капитале. Базельский комитет по банковскому надзору (BCBS) определяет операционный риск как риск возникновения убытков в результате допущенных со стороны сотрудников недостатков или ошибок в ходе осуществления внутренних процессов функционирования информационных систем и технологий, а также вследствие внешних событий. Данное определение содержит в себе также и правовой риск, но исключает стратегический и риск потери деловой репутации. Данное толкование операционного риска носит универсальный характер и подходит для любых финансовых институтов. Стоит отметить, что Центральный Банк Российской Федерации также дает понятие операционного риска, но рассматривает правовой риск, стратегический риск и риск потери деловой репутации отдельно.

Управление операционным риском в коммерческой организации решает две основные проблемы: максимизация эффективности использования акционерного капитала с учетом риска и поддержание достаточности капитала [2]. Данные статистики свидетельствуют о том, что операционные риски приводят к наиболее крупным потерям в банковском бизнесе и что расходы от внутренних убытков значительно преобладают над внешними (рисунок 1). [1]

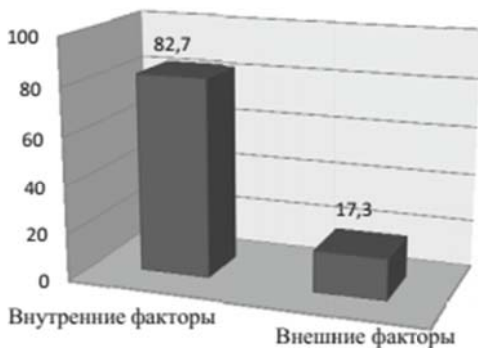


Рисунок 1. Структура операционных потерь в банке, %

Таблица. Понимание термина «операционный риск»

Автор и/или источник	Понятие «операционный риск»	Особенности определения
Санки Дж.	Неопределенность, связанная с прямыми или непрямыми потерями, которые возникают из-за неадекватности или ошибок внутренних систем и процессов, ошибок персонала или внешних событий	Определение в полном объеме раскрывает факторы операционных рисков, основывается на формулировке Basel II
Консалтинговая компания Coopers&Lybrand	Возможность потерь вследствие технических и технологических ошибок при осуществлении операций, неумышленных ошибочных действий персонала, мошенничества, сбоев техники, аварийных ситуаций, сбоев функционирования внутренних систем, включая компьютерные и технологические	В определение включены узкие места наступления операционного риска, что делает его громоздким, но не полным
Canadian Institute of Chartered Accountants Criteria of Control Board, Learning About Risk: Choices, Connections and Competencies	Риск потерь вследствие обмана и несанкционированных действий служащих или посторонних лиц, а также из-за ошибок в компьютерных и телекоммуникационных системах	Канадский институт дипломированных бухгалтеров в определении делает упор на несовершенство внутренних систем управления. Не уделяется внимание внешним факторам
Исследования платежных систем и расчетов	Любой риск, не входящий в категорию рыночного или кредитного риска: кредитные организации рассматривают операционный риск как риск потерь, возникающих в результате различного рода технических ошибок	Определение масштабное и не указывает на конкретные причины появления операционных рисков

Потери, связанные с ошибками и мошенничеством персонала, нарушением бизнес-процессов и их ошибочной организацией, а также деловыми практиками, занимают более 80 % от общего количества операционных потерь. Наступление операционных рисков становится возможным по причине, что существуют слабые места в самой организационной структуре организации, в процессах внутреннего банковского контроля, распределении полномочий и ответственности.

Таким образом, процесс управления рисками должен осуществляться на постоянной основе и быть непрерывным. Значимым этапом процесса управления операционным риском является определение узких мест в деятельности кредитной организации.

Проанализируем проблему российского банка с помощью диаграммы Исикавы. Применение данного инструмента позволяет выявить и систематизировать причинно-следственные связи и наиболее существенные причины, оказывающие влияние на качество выполнения бизнес-процесса в организации или факторы, влияющие на рассматриваемую проблему.

Исследуемая кредитная организация – РИА Банк (АО), является небольшим российским банком и занимает 330 место по активам-нетто среди кредитных организаций. По оказываемым услугам банк в основном привлекает клиентские деньги, причем больше средств населения. Главной проблемой РИА Банка является низкое качество капитала (дополнительный капитал не меньше основного). (рисунок 2).

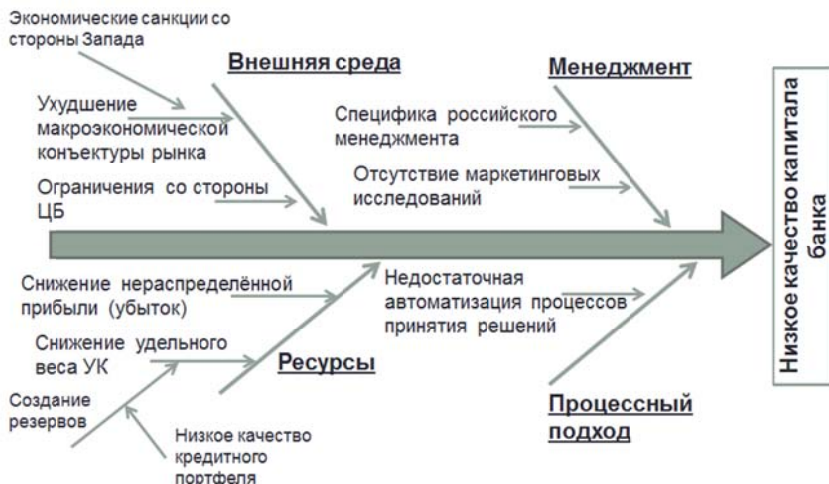


Рисунок 2. Диаграмма Исикавы для РИА Банка (АО)

К внешним факторам, оказывающим значительное влияние на качество капитала банка, относятся:

- Ухудшение экономической конъюнктуры вследствие финансового кризиса и серьезного ухудшения финансового состояния банковского сектора России. Из-за резкого падения курса рубля, котировок российских акций и облигаций, роста процентных ставок, замедления темпов приращения и ухудшения качества кредитных портфелей возросли убытки российских банков, что потребовало значительного увеличения резервов и негативно сказалось на совокупном финансовом результате банков [3];

- Введение экономических санкций со стороны США и Западной Европы;

- Кардинальное изменение функций и полномочий Банка России, ужесточение регуляторных требований к объему, структуре и достаточности собственного капитала банковской системы.

Со стороны внутренней организационной структуры и менеджмента организации существенное влияние на низкое качество капитала оказывают:

- Структура собственности и система принятия решений в российских корпорациях и банках отличаются от других стран и отражают специфику формирования и функционирования крупных состояний и капиталов в России. Стремление владельцев банков сохранять контроль за бизнесом и нежелание работать с большим числом акционеров вынуждают искать альтернативные способы и источники наращивания капитала;

- Отсутствие глубоких и результативных маркетинговых исследований

Со стороны ресурсной базы важнейшими факторами являются:

- Основным источником увеличения собственных средств российских банков является нераспределенная прибыль и формируемые из нее фонды. Так как прибыль является внутренним источником капитала, она обеспечивает лишь его постепенный рост и в значительной степени зависит от макроэкономических условий.

- Низкое качество кредитного портфеля, связанное с созданием резервов и снижением удельного веса уставного капитала.

Со стороны процессного подхода проблемным местом является недостаточная автоматизация процессов, что замедляет адаптивность к предписаниям ЦБ РФ.

Таким образом, менеджмент кредитной организации во многом обуславливает финансовую устойчивость банка на микроуровне, а на

макроуровне это обеспечивается грамотным сочетанием рыночных механизмов регулирования и банковского надзора.

Операционный риск характерен всем банковским продуктам, направлениям деятельности, бизнес-процессам, он также взаимосвязан и с другими видами рисков: рыночным, кредитным, риском ликвидности. Все это обуславливает необходимость выработки грамотной системы управления по обеспечению непрерывности деятельности банка в соответствии с меняющейся внешней средой, с преобразованиями внутренних процедур работы организации, а также появлением новых видов операционного риска в банке.

Литература:

1. Долгова Е. Е., Янкина И. А. Организация процесса картографирования и принятия управленческих решений по операционным рискам коммерческих банков//Финансы и кредит. 2013. № 31 (559). С. 17–24
2. Власов В.Е. Методы оценки и аллокации экономического капитала под операционный риск // Финансы и Кредит. 8' 2014. С. 21–27.
3. Крылова Л.В. Источники и факторы роста капитала российских банков//Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 35 (269). С. 2–10

Чернухина Т.Н.,
студентка магистратуры
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: Tanya.ch.94@mail.ru

Проблемы целеполагания в управлении проектами

Аннотация: В статье рассматриваются основные проблемы, связанные с процессом целеполагания в современном проектном менеджменте. Также в статье представлены методы предотвращения ошибок и проблем по проекту, связанных с определением целей и задач проекта.

Ключевые слова: проект, целеполагание, цели, задачи, жизненный цикл проекта, дерево целей, сценарий.

Chernukhina T.N.,
student of magistracy
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: Tanya.ch.94@mail.ru

Problems of goal setting in project management

Abstract: The article covers the main problems associated with the process of goal-setting in modern project management. The article also presents the methods to prevent mistakes and problems in the project related to determining the goals and objectives of the project.

Keywords: project, goal setting, goals, objectives, project life cycle, tree of objectives, scenario.

Самые успешные руководители не в силах добиться эффективных результатов проектов без четко обозначенных задач и целей. Существует ряд вопросов, на которые руководители проектов должны иметь четко сформулированные ответы при начале деятельности по проекту. Какова цель проекта? Почему выполнение этой цели важно для организации? Какие роли у сотрудников проектного отдела отно-

сительно актуального проекта? Четко ли названы цели проекта? Обозначены ли сроки этапов проекта и проекта в целом?

Целевое начало – обязательное условие для создания проекта и его развития, т.к. именно целевое начало определяет будущую стратегию реализации проекта, сферы деятельности, ориентиры на рынках. В связи с этим, можно утверждать, что целевое начало является признаком проекта организации.

Под целевым началом в управленческом аспекте принято понимать миссию организации и вытекающие из нее цели: стратегические и оперативные.[1, стр. 139] Стратегические цели организации являются логическим следствием из ее миссии. Их основная цель – задать направление деятельности организации таким образом, чтобы в конечном счете полученные результаты являлись бы показателем достижения этих целей.

Согласно формулировке известного автора управленческой теории, Анри Файоля, также известного, как «отец современной теории управления», «управлять – означает вести предприятие к его целям, извлекая максимальные возможности из всех имеющихся в его распоряжении ресурсов».

Определение целей организации – это важный этап в процессе стратегического планирования: на нем определяется реальность целей исходя из результатов исследования окружающих факторов внешней среды организации.

По теории А. Райа, существует десять ключевых сфер для определения целей: производительность, продукция, прибыль, финансы, рынки, производственные мощности, исследования, персонал, корпоративная социальная ответственность и организация.[2, стр, 128]

Другие ученые, Стейнер и Майнер, считают, что «цели должны быть установлены для каждого вида деятельности, который, по мнению компании, является важным, и выполнение которого она хочет наблюдать и измерять».

Согласно их концепции, цели разделяют на стратегические и финансовые. Финансовые цели должны быть определены относительно самого объекта и объема прибыли в зависимости от соотношения прибыли к объему продажи или производства. Среди стратегических целей можно выделить рост доли рынка, ускорение роста по отрасли, лидерство по качеству или узнаваемости бренда, расширение продуктового ассортимента, и т.д. По мнению большинства современных ученых-экономистов и управленцев, стратегические цели являются первоочередными для компании.

Ф.Котлер предложил создать систему целеполагания таким образом, чтобы начинать разработку организационных целей с определения финансовых целей, из которых будут формироваться и стратегические цели. Цели организации или проекта должны быть наделены следующими свойствами:

1. быть измеримыми – то есть выражены в количественном эквиваленте или ином виде, который описывал бы степень достижения цели;
2. быть определенными – то есть у цели должен быть объем, конкретизация свойств и времени;
3. быть реально достижимыми – то есть цели не должны выходить за рамки возможностей исполнителей;
4. быть системными – то есть цели должны рассматриваться во взаимосвязи друг с другом и общими целями компании.

Как было сказано ранее, цели отражают состояние организации и ее подразделений. Как правило, организации имеют множество целей различного уровня, обычно дополняющих и поддерживающих друг друга.

Для того, чтобы цели имели реальную ценность и были объективны, следует избегать мнимых и размытых формулировок, таких, как «максимизация прибыли», «рост эффективности производства», «рост продаж», т.к. эти формулировки не отражают ни количественные, ни качественные характеристики целей.

Иными словами, постановка цели подразумевает формулировку каких результатов, кем и когда следует достичь. Для каждого промежуточного и конечного результата требуется определение цели.

Для эффективного управления проектом, с точки зрения оптимизации всех элементов его структуры, необходимо преобразовать проект в последовательность действий, имеющих четко определенные цели, ограниченные во времени и допускающие независимые процедуры верификации. Для создания такой системы требуется введение должности уполномоченного и компетентного представителя проектного отдела. Основная функция данного уполномоченного лица должна состоять в осуществлении постоянного контроля и разрешения возникающих проблем по ходу цикла проекта с минимальными временными потерями и максимальным профессионализмом.

Процесс вхождения информации в проект должен быть сопровожден контролем проектного отдела и обеспечен моментальной реакцией по оценке возможных рисков. При поступлении новой информации по ходу выполнения проекта рационально анализировать данную

информацию и рассматривать ее с точки зрения возможности и угрозы для проекта в целом, а также по степени ее соответствия намеченным целям и задачам проекта. При этом, так как объем входящей информации может быть весомым, необходимо разработать шкалу ранжирования важности информации, присвоить вес фактора, который может быть определен экспертным путем в проектном отделе, рассчитать степень влияния фактора и математическую величину вероятности наступления риска. Данная система позволит избежать обстоятельств, при которых компания не будет готова к наступлению фактора риска и обеспечит подготовку к таким ситуациям.

К сожалению, ошибки в подходе к целеполаганию часты. На практике они приводят к негативным результатам по ходу проекта: пересмотру бюджетов и соответственно незапланированным расходам, корректировке дедлайнов, досрочному завершению или ликвидации проекта. Например, конечной целью одного из проектов 2015года для клиента девелоперской компании «Галс Девелопмент» было уменьшение объема запасов, но данная цель не была четко обозначена руководством проекта компании, в следствие чего у исполнительных подразделений отсутствовал стимул распределить запасы между другими подразделениями, что в итоге привело к замедлению прогресса в выполнении проекта до пересмотра целей и задач.

Рассмотрев основное понятие целей организации, мы можем сделать вывод о том, что цели – это конкретное состояние отдельных параметров организации, на достижение которого направлена ее деятельность. Важность постановки целей в организации обусловлена тем фактом, что их наличие является главным признаком организации. Важной особенностью выделения целей организацией является направление труда всех ее членов на их достижение.

Античный мыслитель Аристотель говорил, что «так как действий, искусств и наук много, много возникает и целей. У врачевания это здоровье, у судостроения – судно, у военачалия – победа, у хозяйствования – богатство». [3, электронный ресурс] Эти слова актуальны и на сегодняшний день.

При определении целей в организации, необходимо учитывать следующие особенности:

1. Цели не должны быть сформированы случайным образом. Они должны иметь под собой обоснованность ролью организации в обществе, характеристикой ее деятельности, ее потенциалами, возможностями и предназначением;

2. На формирование целей также воздействуют интересы субъектов, непосредственно взаимодействующий с организацией;

3. Целеполагание должно быть согласовано с ограничениями в отношении путей и средств достижения целей. Ограничения, в отношении целей, как правило, бывают двух видов: объективные – например, ресурсные или правовые – и субъективные, которые представляют собой ограниченность понимания действительности и система ценностей субъекта целеполагания. Отметим также, что они могут быть присущи организации изначально или возникать в процессе ее деятельности и аккумулироваться.

В процессе реализации проекта каждый член проектной команды уполномочен решать закрепленные за ним задачи и реализовывать конкретные функции, при этом сопровождая свою деятельность регулярным контролем. При этом оценка и контроль выполнения проектного плана является завершающим и ключевым элементом жизненного цикла проекта. Данный процесс обеспечивает устойчивую обратную связь между тем, как идет процесс достижения целей, и собственно целями организации в целом и проекта, в частности.

Контроль имеет следующие задачи:

1. Идентификация ключевых показателей целей;
2. Оценка текущего состояния объекта заданным показателям целей, отклонение факта от нормы;
3. Определение причин отклонений;
4. План корректировки выявленных недостатков и отклонений.

При контроле выполнения хода проекта эти задачи приобретают вполне определенную специфику. Таким образом, контроль проектной деятельности должен быть направлен на выяснение того, в какой мере реализация проекта приводит к достижению целей организации.

При управлении проектом видится целесообразным написание сценария – это метод, который пытается установить логическую последовательность событий, чтобы показать, как, исходя из существующей ситуации, может шаг за шагом разворачиваться будущее состояние. [4, стр. 63] Описание обычно совершается в четких временных координатах. Основное назначение сценария – определение генеральной цели развития объекта прогнозирования, выявление основных факторов фона и формулирование критериев для оценки верхних уровней дерева целей.

В сценарии используются заранее подготовленные прогнозы и материалы по развитию объекта прогнозирования, в данном случае – проекта. К ним относятся, в первую очередь, результаты финансово-

экономического анализа основных производственных процессов. Для достижения целей прогноза нужно иметь полную картину возможностей производства при существующем уровне развития науки и техники, потребностей народного хозяйства, т. е. тех требований, которые народное хозяйство предъявляет к развитию отрасли, к объему, качеству и ассортименту выпускаемой продукции. Располагая перечисленными данными и опираясь на установившиеся тенденции в развитии, аналитики, которыми могут выступать как руководители, так и сторонние специалисты, получают возможность определить направления совершенствования и развития проекта.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классической издание. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 459 с.
2. Лисичкин В.А., Лисичкина М.В. Стратегический менеджмент. М.: ЕАОИ, 2007. – 329 с.
3. Аристотель. Этика. – М.: АСТ, 2010. – 496 с. – - Электронный документ. Режим доступа: https://www.civisbook.ru/files/File/Aristotel_Nikomakhova.pdf. – Дата обращения: 13.05.2017.
4. Братченко С.А. Сценарный менеджмент: связь стратегии и тактики. // Москва, «Управленческие науки», 2016, №4. – С.62–67.

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЭВОЛЮЦИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И МАССОВОГО СПОРТА В РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ»

Ответственный редактор

П.В. Галочкин, к.пед.н., заведующий кафедрой «Физическое воспитание» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Ахмедеева А.Р.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: alinaakhmed@rambler.ru

Свирицова Е.И.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: svirtsova98@mail.ru

Научный руководитель:

Юрченко А.Л.,

к.п.н.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: yurchenko-al@mail.ru

Актуальность ведения здорового образа жизни и организации рационального питания в условиях кризиса

Аннотация: В статье приведены наиболее существенные данные научно-исследовательской работы по оценке оптимизации деятельности компаний, оказывающих услуги по обеспечению населения сбалансированным и рациональным питанием. Авторы предлагают оригинальный математический метод расчета точки максимизации прибыли предприятия с одновременным увеличением клиентской базы.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, занятия физической культурой и спортом, рациональное питание, дефицит времени, индивидуальный подбор рациона питания, точка максимума прибыли, технологии производства и обслуживания, динамическое ценообразование.

Akhmedeeva A.R.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: alinaakhmed@rambler.ru

Svirsova E.I.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: svirsova98@mail.ru

Scientific advisor:

Yurchenko A.L.,

PhD (Pedagogics)

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: yurchenko-al@mail.ru

Actuality of healthy lifestyle and organization of rational food in a crisis

Abstract: the article presents the most significant data of the research work on the evaluation of the optimization of the activities of companies providing services to provide the population with balanced and healthy diet. The authors propose an original mathematical method to calculate the point of profit maximization of the enterprise, while increasing your client base.

Keywords: healthy lifestyle, physical training and sports, rational food, deficit of time, individual selection ration of food, the point of maximum profit, production technology and services, dynamic pricing.

В современном обществе, особенно в крупных городах, жизнь отличается стремительной динамичностью. Большинство жителей спешат на работу, учебу, по делам и не всегда успевают следить не только за ведением здорового образа жизни, но и нормальным режимом питания. Одним из негативных последствий такого существования можно считать увеличение параметров массы тела, что является доста-

точно значимой проблемой не только для молодежи, но и для людей старшего поколения [1, стр. 145–149].

При этом мы наблюдаем определенный контингент людей, которые: и имеют напряженный график работы, и ведут активную общественную жизнь, и успевают уделять время своим хобби. Но все равно выглядят презентабельно и имеют успевают не только заниматься физической культурой и спортом, но и правильно питаться. Так в чем же заключается их секрет? Где они находят время для занятий спортом или просто любимым делом? Как они умудряются следить за своим рационом? Все эти вопросы заставили нас более детально разобраться в такой проблеме. Давайте детально разберемся в поисках ответов на возникающие вопросы.

Цель проведенного нами исследования: определить значимость рационального питания для общества и отдельно взятого индивида в условиях кризиса.

Задачи исследования:

1. Оценить степень популярности рационального питания среди некоторых слоев населения нашей страны;
2. Изучить специфику деятельности компаний, функционирующих в отрасли организации рационального питания;
3. Провести статистический анализ некоторых экономических показателей на примере фирмы «Smart food»;
4. Предложить метод математического анализа для поиска и расчета точки максимизации прибыли предприятия с одновременным увеличением клиентской базы.

Сегодня мы констатируем тенденцию повышения интереса людей к занятиям физическими упражнениями, спортом, причем не только в молодежной среде. Гуляя по парку, мы видим все больше людей различного возраста на пробежках, множество родителей с детьми, катающихся на велосипедах по набережным, мальчишек на футбольном поле и пожилых людей, делающих утреннюю зарядку. Безусловно, спорт набирает популярность среди людей, потому что каждый из нас стремится быть здоровым и хорошо выглядеть – это важно для современного общества, ведь зачастую встречают именно по внешнему виду, наблюдают за твоим выбором пищи, оценивают фигуру и делают выводы [2, стр. 14–16]!

Установлено, что для поддержания фигуры в норме, недостаточно только лишь физической нагрузки. Необходимо при этом правильно и сбалансированно питаться. Рациональное питание – это важнейший компонент и инструмент хорошего здоровья и идеальных форм

По результатам проведенного нами на курсе социологического опроса 73% студентов и их родителей, искренне считают, что у них нет времени на приготовление здоровой пищи. Они успевают только перекусить, так как они постоянно учатся или работают. 36% наших респондентов считают, что, если они не могут принимать пищу в течение дня, а вечером покушают, то такой режим питания существенно не отразится на их фигуре и пойдет только на пользу – ведь был только один прием пищи! На самом деле это дремучее заблуждение многих людей. Очень важно питаться регулярно и небольшими порциями, иначе мы принесем организму вред и получим противоположные результаты [3, стр. 102–106]!

Для «занятых людей» рынок придумали неплохое решение наболевших проблем в обеспечении рационального питания. Появились компании, которые разрабатывают персонально для Вашего организма определенную программу питания на весь день, учитывая Ваши пожелания и индивидуальные показатели. Это очень удобно, ведь Вам доставляют все приготовленные блюда в удобное для Вас время, и вы следуете инструкции, в которой определены наиболее подходящие время и объемы приема пищи.

Рассмотрим принципы работы организаций такой сферы бизнеса и их значимость для современного жителя нашей страны на примере одной из компаний – «Smart food», которая по оценкам специалистов успешно справляется со своей миссией. Данная компания осуществляет индивидуальный подбор рационов питания для своих клиентов с учетом их пожеланий. Производит ежедневную доставку контейнеров с готовой здоровой и вкусной едой, которая не только помогает держать себя в форме, но и способствует укреплению здоровья и насыщению организма различными витаминами и микроэлементами, которые уже содержатся в разнообразных блюдах данной организации. Компания существует на рынке рационального питания уже более 10 лет, и с каждым годом ее клиентская база динамично растет, параллельно с популярностью здорового образа жизни.

В данной компании, помимо составления индивидуальных программ питания, уже разработано ряд различных по функциональности рационов, как для мужчин, так и для женщин и даже для малышей:

Кроме доставки уже готовых блюд, компания предоставляет одну из востребованных услуг – ежедневную доставку необходимых продуктов в комплекте с рецептом их приготовления. Данный способ позволяет сэкономить время на походе в магазин и приготовить домашнюю еду собственными руками.

Классификация наиболее популярных программ питания среди клиентов компании «Smart food»

Избыточный вес	Проблемы со здоровьем	Беременные или кормящие, дети	Дефицит времени	Физические нагрузки
Разгрузочные дни	DETOX	Мама&Малыш	Здоровый организм	Экспресс-фигура
Вегетарианская	Дюкан	Сбалансированное питание (дети и подростки)	Великий пост	Пляжный сезон
Light	Light	Полезные сладости, соки, смузи, супы	Smart-lunch	Smart-Bodybuild

За последние три года услуги производства и доставки здорового питания приобрели существенную популярность в России. Мы можем доказать данный тезис также на примере декларации доходов нескольких похожих крупных фирм. Например, владельцы сервиса «Партия еды», в 2017 году заявляют рост объема заказов и оценивают увеличенные выручки компании в 2 раза, что составит примерно 100 млн. руб. Основательница проекта Elementaree прогнозирует еще более оптимистические цифры – она рассчитывает, что в 2017 году выручка вырастет в 3–4 раза (в 2015 году она составила 70 млн. руб.).

Проведя ряд аналитических исследований и математических расчетов, мы можем отметить, что данный рынок имеет четко выраженную положительную динамику и является общемировым трендом. По оценкам исследовательской компании Technomic, рынок составил \$1 млрд в 2015 году, а к 2020-му вырастет и составит порядка \$10 млрд.

Но не стоит забывать и про конкуренцию, которая также ужесточается с возникновением новых компаний. Например, сервис «Катерина.ру», запустившийся на пике популярности подобных проектов, переквалифицировался в кейтеринговую компанию, сервис «Радость приготовления» закрылся [4].

Вернемся непосредственно к производству компании «Smart food» и применяемым методам его оптимизации. Изучив материалы компании с их официального сайта, мы выяснили, что они в своей деятельности преимущественно используют технологию 5S, которая подразумевает выполнение 5 шагов:

- SEIRI – первый шаг, в котором происходит сортировка и удаление ненужного.

- SEITON – второй шаг, подразумевающий самоорганизацию, соблюдение порядка, определение для каждой вещи своего места.
- SEISO – третий шаг, направленный на соблюдение чистоты, а также проведение систематической уборки.
- SEIKETSU – шаг номер четыре, в который включена стандартизация процесса производства.
- SHITSUKE – заключительный шаг совершенствования порядка и дисциплины внутри коллектива.

Целью деятельности любой компании можно считать не только оптимизацию выпуска продукции, но и максимизацию прибыли.

Рассмотрим вариант решения данной задачи с помощью метода математического анализа, который мы разработали.

Фирма изготавливает и продает готовые наборы для питания. Удельные расходы (в расчете на один набор) зависят от объема производства и включают в себя постоянную часть в размере 300 (рублей/набор) и переменную часть $2n$ (рублей/набор), где n – число наборов, изготовленных за месяц. Цена набора, в свою очередь, зависит от времени, за которое произведен набор, и выражается по закону:

$$p(n)=8.2-0.1t*+0.04t \text{ (рублей/набор)}$$

Определить, при каком объеме производства прибыль будет максимальной?

Решение:

Доход от продажи продукции, изготовленной в течение месяца, равен

$$R(n,t)=n*p(n,t)=n(8.2-0.1t*+0.04t).$$

Месячные расходы при этом составляют

$$C(n,t)=200+n(3+0.001n-0.3t*+0.875t).$$

Тогда прибыль определяется формулой

$$P(n)=R(n,t)-C(n,t)=n(8.2-0.1t*+0.04t)-200-n(3+0.001n-0.3t*+0.875t)=8.2n-0.1n*t*+0.04*n*t-200-3n-0.001*n*n+0.3*n*t*-0.875*n*t=0.2n*t^2-0.001n^2-0.875t*n+0.04t+5.2n-10$$

$$P(n)=0.2nt^2-0.001n^2-0.875tn+0.04t+5.2n-10$$

В этом случае максимальная прибыль составляет 4663,9 и достигается при $n=2164.2$ $t=2.0875$. Поскольку вторая производная всюду отрицательна, то решение $n=1000$ является точкой максимума, то есть

при производстве 1000 комплектов продукции в месяц прибыль компании будет максимальной [5].

На сегодняшний день данная компания сотрудничает с 25-ю корпоративными клиентами в день, доставляет им около 750 наборов в день, что обеспечивает ей солидную абонентскую базу, но в тоже время и дает ей дополнительный стимул к дальнейшему развитию и привлечению новых клиентов. Потенциальная ежедневная производственная мощность фирмы по нашим расчетам может составить 1000 наборов в день.

В результате проведенного исследования функционирования компании «Smart food» мы установили, что данная фирма реализует концепцию усовершенствования своих технологий производства и обслуживания клиентов. Руководство фирмы главной задачей в производстве декларирует повышение качества продукции со снижением величины среднего чека, что так необходимо для привлечения новых клиентов и повышения спроса на их продукцию.

Изучив годовые отчеты данной организации, мы установили, что компания за последние 2 года значительно расширила свое производство с 350 до 750 наборов в день.

Ассортимент производимой продукции увеличен в 2 раза, несмотря на кризисную ситуацию в нашей стране. Менеджмент компании сделал ставку на динамическое ценообразование, которое учитывает как объемы потребления каждого клиента, так и их материальные возможности.

Проанализировав 5-летнюю статистику увеличения популярности фирм такого рода, мы прогнозируем в ближайший год увеличение на 30% количества людей, которые еще заинтересуются своим здоровьем и своими росто-весовыми показателями, и которые будут употреблять для этого предлагаемые рационы сбалансированного и здорового питания.

Всем нам важно регулярно и активно заниматься физической культурой и спортом, адекватно нагружать свой организм и правильно обеспечивать его жизнедеятельность – вот основа успеха успешных и счастливых людей!

Литература:

1. Юрченко А.Л. Роль физической активности в среднем возрасте / А.Л. Юрченко, материалы XIV МНК «Потенциал современной науки», РФ, г. Липецк, 2015 г., стр. 145–149.

2. Платонова Т.В. Современные технологии формирования здорового образа жизни: монография / Т.В. Платонова; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – СПб.: [б.и.], 2011. – 166 с.
3. Юрченко А.Л. Актуальные задачи физической культуры в современном обществе / А.Л. Юрченко, материалы XVIII МНК «Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения», РФ, г. Липецк, 2015 г., стр. 102–106.
4. Как заработать на правильном питании? [Электронный ресурс: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/10/20/> (дата обращения 14.05. 2017 г.)].
5. Экономические задачи на оптимизацию. [Электронный ресурс: <http://www.math24.ru/> (дата обращения 14.05. 2017 г.)].

Шебанков А.П.,

студент

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Россия*

e-mail: ashebankov@mail.ru

Перфилова В. Д.,

студентка

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Россия*

e-mail: p_lera999@mail.ru

Слесарчук А.О.,

студентка

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Россия*

e-mail: ali-slesarchuk@yandex.ru

Научный руководитель:

Андрющенко Л.Б.,

д.п.н., профессор

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Россия*

e-mail: andryushenko-lil@mail.ru

Разработка мобильного приложения «physical education» для студентов РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация. Приложение «Physical education» (далее – приложение) является интегрированным научно-обоснованным коммерческим продуктом образовательной инновационной деятельности в сфере информационных технологий, физической культуры и спорта, не имеющее аналогов в структурах университетов России, чем вносит вклад в прикладные научные исследования в сфере информационных технологий, физической культуры, спорта и здоровья. Инновационное составляющее Приложения «Physical education» заключается в интеграции содержания самых востребованных мобильных здоровьесформирующих приложений в мире (5-TOP спортивных приложений – *Naik Running, Endomondo SPORTS TRAKER, ABS WORKOUT, RANTASTIK, Йога+*), с учетом релевантной информации (достаточной, востребованной и

своевременной) о применении их содержания для студентов. Полученные через Приложение «Physical education» мониторинговые результаты о состоянии физического здоровья, двигательной активности, выборе средств фитнеса и видов спорта могут являться основой для создания международной университетской открытой научной площадки.

Ключевые слова: Информационные технологии, физическая культура, спорт, образование.

Shebankov A. P.,
student

*Russian economic University. G.V. Plekhanov
Moscow, Russia
e-mail: ashebankov@mail.ru*

Perfilova V. D.,
student

*Russian economic University. G.V. Plekhanov
Moscow, Russia
e-mail: P_Lera999@mail.ru*

Slesarchuk A. O.,
student

*Russian economic University. G.V. Plekhanov
Moscow, Russia
e-mail: ali-slesarchuk@yandex.ru*

Scientific advisor:

Andryuschenko L.B.,

*PhD (Pedagogics), professor,
Russian economic University. G.V. Plekhanov
Moscow, Russia
e-mail: andryushenko-lil@mail.ru*

Mobile application development «physical education» for students of the district to them G.V. Plekhanov

Abstract: Application of «Physical education» (hereinafter referred to as annex) be integrated scientific and reasonable commercial product of educational innovation in the sphere of information technologies, physical culture and sports, unparalleled in the structures of the Russian universities than contributes to applied research in the field of information technology,

physical education, sport and health. Innovative constituting Physical education application is to integrate the content of the most popular mobile applications *zdroveformirujushih* in the world (5-TOP sports apps-Naik Running, Endomondo SPORTS TRAKER, ABS WORKOUT, yoga + RANTASTIK), taking into account the relevant information (sufficient, relevant and timely) regarding the application of their content for students. Obtained through the application of «Physical education» monitoring results on the State of physical health, mobility, the choice of means of fitness and sports can *javljat* the basis for the establishment of an International University open scientific platform.

Keywords: information technology, physical culture, sport and education.

Сегодня физическая культура и спорт приобретают большую популярность у российского общества. Большую долю активно занимающихся спортом и физической культурой составляют молодые люди, которые начинают заниматься этим с детства (в различных секциях или же самостоятельно). И это понятно, так как постоянные занятия приводят не только к развитию физических качеств (сила, ловкость, быстрота, выносливость), но и положительно влияют на внешний вид человека. Однако, поскольку все люди индивидуальны, при занятиях физической культурой и спортом должны учитываться многие факторы, начиная от роста и веса и заканчивая серьёзными заболеваниями. Соответственно, от них же зависит и нагрузка при посещении секции или учебного занятия. Необходимо также следить за прогрессом в занятиях, временем занятий и так далее. Контролировать все эти индивидуальные факторы можно разными способами: отсчёт времени занятия (самостоятельно), сторонний контроль (преподаватель/тренер/друг), внешняя оценка и т.д. Все они не будут до конца объективными, хотя бы в силу человеческого фактора. Но не стоит забывать, что мы живём в эпохе, совершенно отличающейся от иных эпох. Начало XXI века – время информатизации, глобализации, компьютеризации. Появляются современные девайсы, гаджеты – сегодня смартфоны есть практически у каждого студента. Без них сегодня уже не обойтись: это и социальные сети, и различные приложения, конечно же, обязательный доступ в Интернет. Более того, многие не мыслят своей жизни без этих достижений цивилизации. Нынешние увлечения современной молодёжи, как это не покажется странным, могут быть интегрированы в спорт. Уже сейчас существует множество приложений, которые позволяют контролировать нагрузку, вы-

считывать калории, определять количество сделанных шагов и пройденных километров в автоматическом режиме – достаточно всего лишь кликнуть пальцем по экрану, чтобы запустить приложение. В своей работе мы предложим концепцию специального мобильного приложения для занятий физической культурой и спортом в РЭУ им. Г.В. Плеханова. Оно должно учесть всё вышеперечисленное и помочь студенту не только в надлежащем качестве занятий, но и сориентировать в сугубо учебных вопросах занятий физической культурой. Предлагаемое приложение **актуально**, так как: занятия спортом – неотъемлемая часть жизни многих студентов; остаётся проблема правильного дозирования нагрузки и регулярности; остаётся проблема заинтересованности студентов в занятиях физической культурой; университет должен идти в ногу со временем и осваивать новые технические решения, применяя их к учебному процессу.

Цель – разработать рекомендации к созданию приложения, которое может заинтересовать студентов и сподвигнуть их к регулярным занятиям физической культурой.

Задачи:

- актуализация приложения;
- проведение опроса, который позволит выявить спрос на приложение;
- определение составных частей приложения; определение полезности приложения для студента и преподавателя.

Основной концепции нашего приложения является:

1. При первом входе необходимо пройти регистрацию с целью персонификации приложения. Нужно указать: Пол, Возраст, Рост, вес (по желанию, если планируется использование полного функционала приложения); Факультет, группа (с целью синхронизации расписания студента); Группа здоровья; болезни, травмы, противопоказания (возможно приложение справок в виде фото с целью мониторинга состояния студента преподавателем); Вид спорта, которым занимаетесь в свободное от учебы время на регулярной основе (если таковой есть); Частота тренировок в неделю (не включая занятия в РЭУ) – нет/1–2/3–4/5 и более (по желанию); Непосредственное наполнение приложения состоит из двух частей: учебно-организационной и индивидуально-программируемой.

2. Учебно-организационная часть:

- Расписание распределения по спортивным залам (вид спорта, корпус, номер зала, фамилия преподавателя). Также информация о нахождении кафедры физической культуры, контактах.

- С целью контроля посещаемости ввести напоминания в виде уведомлений и баннеров о предстоящих занятиях за день до занятия и непосредственно в день занятия сообщающих студенту, что нужно взять спортивный костюм и кроссовки/купальный костюм и т.д. Время уведомлений выбирается самим студентом, либо синхронизируется согласно расписанию на сайте РЭУ им. Плеханова.

- Включение БРВ, постоянный ее мониторинг и обновление, с целью контроля рейтинга студентами и преподавателями РЭУ (информация о посещаемости, общий балл, сданные и не сданные нормативы, результат их сдачи, результаты письменного тестирования), т.е. создание общей базы данных, доступной и студенту, и преподавателю для удобства.

- Информация о спортивных секциях (стоимость, расписание тренировок, фамилия тренера, место прохождения тренировки, реквизиты, контактная информация в социальных сетях – ссылки ВКонтакте, Инстаграм и т.д.).

Возможно использование только учебно-организационного блока приложения, но для максимизации полезности рационально использовать также индивидуально-программируемую часть, составляемую исходя из индивидуальной информации о физическом состоянии и образе жизни.

Индивидуально-программируемая часть:

- Калькулятор калорийности с целью поддержания веса и похудения. Работает это так: вы указываете, что вы съели и сколько, а также какие спортивные упражнения выполняли и в каком объеме. В итоге идет сравнение поглощенных и затраченных калорий. Следовательно, далее приложение рекомендует дальнейшие действия: поесть еще, сходить на тренировку и т.д.

- Контроль выпитой жидкости. Поможет студенту следить за уровнем воды в организме, исходя из его индивидуальных параметров: роста, веса, возраста и образа жизни. Поможет контролировать водный баланс и превратит питье воды в полезную привычку.

- Функция шагомера с целью отслеживания двигательной активности студента, работающая в фоновом режиме с целью экономии зарядки смартфона.

- Для студентов, любящих готовить, следует ввести функцию «рецепт дня». Каждый день в приложении появляется новый рецепт полезного, сбалансированного по своему энергетическому составу блюда.

- Функция «личный фитнес-тренер». Если студенту недостаточно физической нагрузки в РЭУ, он может обратиться к этой функции с целью создания своей домашней тренировки, составленной на основе сведений о здоровье, физической активности и пожеланий студента и имеющегося у него оборудования.

Однако весь перечисленный набор функций включить в приложение будет довольно проблематично: не каждый смартфон сможет «потянуть» такое приложение. Чересчур большое количество данных перегрузит приложение и не даст надлежащего эффекта – оно будет «вылетать» раз за разом, что приведёт к снижению интереса к нему. Ненаполненное контентом приложение также не вызовет спроса, но уже по причине ненужности.

С целью выявления наиболее релевантных компонентов спортивного приложения был проведён интернет-опрос. Были представлены такие варианты, как: расписание по спортивным залам, БРВ, уведомления о предстоящих занятиях, раздел «Новости» (информация о секциях спортклуба, новости о достижениях сборных, спорт-наука), шагомер, калькулятор калорийности, контроль выпитой жидкости, функция «рецепт дня», функция «личный фитнес-тренер». Респонденту нужно было выбрать 3 компонента, которые, по его мнению, являлись наиболее полезными.

Результаты таковы:

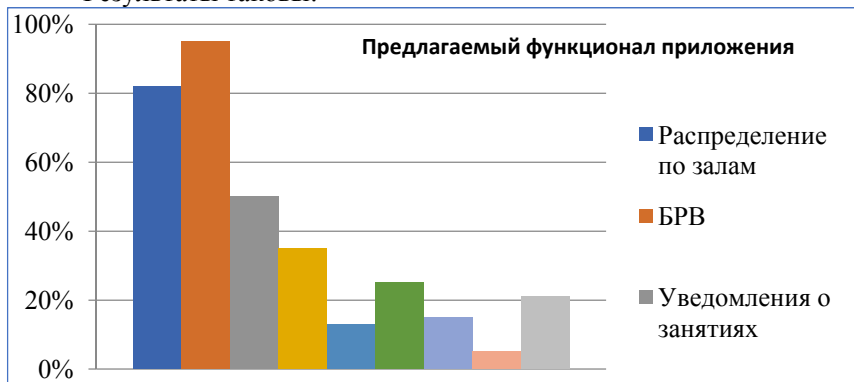


Рисунок. Соцопрос студентов РЭУ им. Г. В. Плеханова

По результатам опроса отчетливо видно, что студенты больше заинтересованы в учебно-организационном блоке приложения, в особенности, в возможности просмотра БРВ (95% опрошенных) и распределения по спортивным залам (82% опрошенных). Также, был проявлен большой интерес к функции уведомления о занятиях (50% опро-

шенных). Предполагаем, что более низкий процент заинтересованности (не выше 25%) в прочих предлагаемых компонентах прежде всего связан с наличием огромной базы приложений, специализированных на конкретных функциях (шагомер, калькулятор калорийности, «рецепт дня», «личный фитнес-тренер», контроль выпитой жидкости), которые выполняют их более эффективно, например, MyFitnessPal, Lifesum, Workouts и т.д.

Что касается новостной странички, включение её в приложение носит сугубо рекомендательный, необязательный характер, так как уже существуют страницы в социальных сетях (в частности, ВКонтакте), которые содержат всю необходимую информацию о новостях университета.

В итоге в случае реализации в приложение планируется точно включить весь учебно-организационный блок, а также такие части индивидуально-программируемого блока, как калькулятор калорийности и контроль выпитой жидкости.

Выводы:

1. Приложение «Physical education» являться интегрированным научно-обоснованным коммерческим продуктом образовательной инновационной деятельности в сфере информационных технологий, физической культуры и спорта, не имеющее аналогов в структурах университетов России, чем вносит вклад в прикладные научные исследования в сфере информационных технологий, физической культуры, спорта и здоровья.

2. Инновационное составляющее Приложения «Physical education» заключается в интеграции содержания самых востребованных мобильных здоровьесформирующих приложений в мире (5-TOP спортивных приложений – Naik Ranning, Endomondo SPORTS TRAKER, ABS WORKOUT, RANTASTIK, Йога+), с учетом релевантной информации (достаточной, востребованной и своевременной) о применении их содержания для студентов.

3. Полученные через Приложение «Physical education» мониторинговые результаты о состоянии физического здоровья, двигательной активности, выборе средств фитнеса и видов спорта могут являться основой для создания международной университетской открытой научной площадки.

4. Приложение «Physical education» позволит преподавателям быть ближе к студентам, сможет упростить некоторую бумажную работу, связанную со справками о здоровье, подготовкой реферата, высококвалифицированные преподаватели помогут решать многим студен-

там проблемы, связанные с неопределенностью выбора методов, упражнений и их количества для самостоятельных тренировок.

Литература:

1. Ширяева Е., Слепова Л.Н., Хаирова Т.Н., Дижонова Л.Б. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 10. – С. 193–194.
2. Сайт studopedia.org [Электронный ресурс: www.studopedia.org/2-20469.html (дата обращения: 11.05.2017)]
3. Часы без времени [Электронный ресурс: www.rg.ru/2014/09/30/chasi.html (дата обращения: 14.05.2017)]

Дрюкова Е.В.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: leno4kadru@yandex.ru

Научный руководитель:

Сидоров А.С.,

старший преподаватель

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: alexsid88@yandex.ru

Пути развития физической культуры и массового спорта в России на основе советской системы физического воспитания

Аннотация: Современное российское общество сталкивается с рядом проблем, основной из которых является низкий уровень развития физической культуры и массового спорта. Неразрешенность вопроса может привести к необратимым последствиям: снижению обороноспособности страны и сокращению продолжительности жизни. В статье предложены возможные пути решения и обозначены первостепенные задачи государства на сегодняшний день.

Ключевые слова: физическая культура, физическое воспитание, государство, мотивация, советское общество.

Dryukova E.V.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: leno4kadru@yandex.ru

Scientific advisor:

Sidorov A.S.,

Senior Lecturer

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: alexsid88@yandex.ru

Ways of physical culture and mass sport development in Russia on the basis of the soviet system of physical education

Abstract: Modern Russian society faces a raw of problems, the most essential of which is the low level of physical culture and mass sports development. A lack of capacity to solve this issue can lead to irreversible consequences such as the decline in the defense capability of the country and decrease in the life expectancy. The possible methods of resolution of this problem and the up to date key objectives of the government are highlighted in the article.

Keywords: physical culture, physical education, government, motivation, Soviet society.

С каждым годом в Российской Федерации становится все ниже показатель вовлеченности населения в занятия физической культурой и массовым спортом. На сегодняшний день процент людей, так или иначе причастных к этому виду деятельности, составляет от 8% до 10%, в зависимости от региона, который рассматривается. Разница в цифрах появляется из-за отношения властей субъекта к физическому воспитанию человека, на что, в частности, влияет и объем финансирования этого вопроса.

Основной проблемой рассматриваемой сферы, согласно Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года, является ухудшение здоровья, физического развития и физической подготовленности населения. [1] К таким по-

следствиям, в большей степени, могло привести халатное отношение жителей страны к своему физическому состоянию, которое сформировалось из-за недостаточной мотивации к занятиям физической культурой и массовым спортом. Ведь действительно, на данный момент кроме личной мотивации и личных целей современным человеком ничего не движет.

Усугубляет ситуацию отсутствие пропаганды здорового образа жизни в средствах массовой информации. По телевидению изо дня в день освещаются события, которые тесно связаны с негативными примерами девиантного поведения индивидов: чрезмерное употребление спиртных напитков, наркотическая зависимость и многие другие отклонения от здорового образа жизни. И за редким исключением, на центральных каналах говорят о том, как физическая культура и массовый спорт дает возможность людям реализовать себя с совершенно другой стороны, воспитать силу воли, духа и упорство.

Вспомним начало XIX века, в частности время, когда к власти пришли большевики во главе с вождем мирового пролетариата Владимиром Ильичом Ульяновым-Лениным. Именно этот человек смог изменить мировоззрение жителей страны и заставил иначе посмотреть народ на занятия физической культурой и массовым спортом. С того момента в жизни общества стало уделяться намного больше внимания физической форме каждой личности. Об этом могут свидетельствовать слова Генерального секретаря Российской Коммунистической партии большевиков: «...Здоровый спорт – гимнастика, плавание, экскурсии, физические упражнения всякого рода, – разносторонность духовных интересов, учение, разбор, исследование, и все это по возможности совместно!...». (В.И. Ленин) [2]

Важной вехой в развитии физкультуры и массового спорта в Республике Советов стал Всеобуч (всеобщее обучение), который был учрежден на VII съезде партии в марте 1918 года, где обсуждались важнейшие вопросы и задачи дальнейшего развития молодого государства. Тогда Всеобуч был создан для военной подготовки населения. Основными направлениями всеобщей системы обучения стали патриотическое и физическое воспитание человека. Также стоит отметить, что инструкторами по физическому развитию личности назначались выдающиеся лыжники, гимнасты, конькобежцы и другие профессиональные спортсмены. Именно они, «истинные мастера своего дела», прививали молодым людям любовь к физическим занятиям и массовому спорту [3].

Этот пример, как никогда лучше, подошел бы и для реализации идей продвижения физической культуры и массового спорта в настоя-

шее время, когда спортсмены все чаще выступают в роли публичных и медийных личностей, за которыми народ готов следовать и которым народ готов подражать.

Также стоит возродить такую прекрасную традицию, как парад лучших российских спортсменов на главной площади страны и во всех регионах России. Праздничное шествие впервые прошло 25 мая 1919 года в годовщину Всеобуча. Сейчас же подобное мероприятие должно стать не только праздником спорта, на котором можно с пользой и интересом провести время, но и элементом формирования у широких масс осознания того, что физическая культура и массовый спорт постепенно должны стать составляющей образа жизни каждого. Для этого в колонны помимо профессиональных спортсменов нужно включать еще и секции, и организации, в которых проходят занятия по таким современным направлениям, как пилатес, кроссфит и многие другие.

Это мероприятие даст возможность людям не только насладиться мастерством профессиональных спортсменов, но и замотивирует население, выступит неким толчком со стороны государства для осуществления решительных действий в отношении усовершенствования своей физической формы.

В далеких 30–40-х годах основной целью Всеобуча и его мероприятий являлось воспитание здорового поколения, которое было способно защитить свою Родину в любой момент. Данная цель актуальна и для нынешнего времени, когда у людей нет определенной уверенности в будущем дне и практически все социально-экономические процессы в стране находятся в подвешенном состоянии.

Однако, несмотря на то что цели и задачи физической культуры и массового спорта советского и российского государства во многом схожи, на практике применяются совершенно разные концепции их реализации. Если в СССР при В.И. Ленине делалось все, чтобы воспитать физически подготовленный к любым ситуациям в мире народ, то сейчас, напротив, делается все, чтобы разрушить сложившуюся систему.

Сегодня в образовательном процессе (как в школах, так и колледжах, и университетах) происходит сокращение часов, отведенных на занятия физической культурой, и делается упор на духовное развитие личности, о чем свидетельствует предложение Министра образования и науки Российской Федерации, Ольги Юрьевны Васильевой, озвученное в конце 2016 года, о введении в курс школьной программы новой дисциплины – «Основы православной культуры», изучение которого планируется на факультативной основе. [4].

Исходя из тенденций образовательной политики нынешнего Правительства РФ, можно сделать вывод, что физическая культура в скором времени совсем перестанет существовать как обязательный предмет в учебных заведениях различного уровня подготовки. А этот факт влечет за собой отнюдь не благоприятные последствия: уменьшение продолжительности жизни населения страны, сокращение рабочих мест в бюджетных организациях, а также снижение уровня обороноспособности государства. Все это отрицательным образом скажется на социально-экономическом развитии Российской Федерации, и, как следствие, может привести к еще более глубокому общенациональному кризису, из которого выбраться будет весьма и весьма непросто.

Именно поэтому стоит незамедлительно принимать меры по восстановлению советской системы физического воспитания. Естественно, полностью копировать все мероприятия и процессы 30–40х годов не нужно, а необходимо модернизировать и адаптировать наиболее эффективные методы и приемы в области воспитания здорового и физически подготовленного поколения. Однако государству не стоит останавливаться лишь на «воплощении» советских идей. Следует начать создание и разработку новых жизнеспособных проектов и постепенно внедрять их в образовательный процесс по всей России.

Первым шагом к «оживлению» физической культуры и массового спорта может стать введение на государственном уровне утренней зарядки во всех общеобразовательных школах Российской Федерации. Сейчас в некоторых учебных учреждениях уже возродили эту прекрасную традицию, однако, чтобы этот процесс был максимально эффективным и продуктивным, необходимо юридически заверить мероприятие через Указ Президента РФ «О введении в школах обязательного комплекса утренних физических упражнений». В нормативно-правовом акте нужно будет прописать конкретные упражнения, которые легки в исполнении и которые не будут перегружать учеников перед занятиями. В уставе каждой школы нашей страны будет продублирован комплекс упражнений, порядок их выполнения, а также будет указан промежуток времени, на который рассчитана утренняя зарядка и рекомендации к ее проведению.

В информационном обществе работа в офисах становится рутинной. Часы и даже сутки у компьютера никак не могут положительно сказаться на здоровье человека. Еще в советское время был придуман отличный способ отвлечься от умственной работы. И этот способ – ежедневное проведение производственной зарядки. За час до обеденного перерыва звучал сигнал для оповещения начала упражнений, ко-

торые продолжались в течение 15 минут. Занятия не только разбавляли трудовой процесс, но и способствовали улучшению физической формы сотрудников.

На сегодняшний день производственную зарядку стоит начать вводить в государственных бюджетных организациях, где будет удобнее сделать этот процесс общеобязательным к выполнению. А позже уже постепенно внедрять зарядку в коммерческие фирмы, путем установления материальных поощрений для работников, которые совестливо выполняют указанный комплекс занятий, а также выговоров и штрафов для тех, кто уклоняется от производственной зарядки и не хочет поддерживать корпоративный дух предприятия.

Подводя итог в решении сложившихся проблем в сфере физической культуры и массового спорта, хочется отметить, что Россия – страна с огромным человеческим потенциалом как в духовном, так и в физическом развитии. Но не стоит забывать, что одного потенциала здесь мало. Изюм дня в день его необходимо подкреплять государственными инициативами, чтобы население знало, что властям небезразлично физическое воспитание каждого жителя страны, а не только профессиональных спортсменов. Особенно важна государственная поддержка в современном обществе. Именно с помощью внимания со стороны властей к вопросам физической культуры и массового спорта возможно объединить народ, что позволит россиянам вместе начать следовать достижению общей глобальной цели – воспитание здорового поколения, способного на великие свершения во благо Родины.

Литература:

1. Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года. Глава 2. Вызовы предстоящего долгосрочного периода;
2. Физическая культура в СССР [Электронный ресурс: <https://www.kazedu.kz> (дата обращения: 06.05.2017)];
3. Педагогическая энциклопедия [Электронный ресурс: <http://pedagogic.ru/> (дата обращения: 06.05.2017)];
4. Официальный сайт информационного агентства «РИА новости» [Электронный ресурс: <https://ria.ru> (дата обращения: 07.05.2017)].

Иванова Т.И.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: taniuskaivanova.1997@mail.ru

Научный руководитель:

Жигарева О.Г.,

к.п.н., доцент,

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

e-mail: oksz70@mail.ru

Продвижение инновационных технологий в физическое воспитание студентов

Аннотация: Статья посвящена внедрению проекта по продвижению современных технологий физической культуры в процесс обучения студентов. Автором представлены наиболее современные спортивные технологии, гаджеты и программы, с помощью которых Университет сможет выпускать на российский рынок труда не только высококвалифицированных работников, но и здоровых, полных энергией и высокой продуктивностью.

Ключевые слова: Здоровое поколение, инновационные технологии в развитии физического воспитания, спортивные гаджеты, силовые тренажёры, богатая программа тренировок, активный образ жизни студентов.

*Ivanova T.I.,
student
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: taniuskaivanova.1997@mail.ru*

Scientific advisor:
Zhigareva O.G.,
*PhD (Pedagogics), associate professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: oksz70@mail.ru*

Promotion of innovative technologies in the physical education of students

Abstract: The article is devoted to the introduction of the project on the promotion of modern technologies of physical culture in the process of teaching students. The author presents the most modern sports technologies, gadgets and programs with the help of which the University will be able to produce not only highly skilled workers on the Russian labor market, but also healthy, full of energy and high productivity.

Keywords: healthy generation, innovative technologies in the development of physical education, sports gadgets, power trainers, a rich training program, an active lifestyle of students.

На современном этапе развития нашего общества требуется воспитание нового человека, в котором органически сочеталось бы духовное богатство, моральная чистота и физическое совершенство. XXI век является веком полных противоречий. В то время, как одни молодые люди усиленно занимаются в залах, чтобы добиться идеального результата своей внешности, другие выбирают пассивный образ жизни «дом – университет – работа» – основа их жизни. Притом, что практически везде основная нагрузка идёт на интеллектуальное развитие студента, а не на физическое. [1, стр.122] Активное внедрение средств информационных технологий предполагает использование определенно-го понятийного аппарата, который можно считать устоявшимся.

Информатизация физкультурного образования – процесс обеспечения сферы физической культуры методологией и практикой разработки и оптимального использования современных информационных технологий, ориентированных на реализацию психолого-педагогических целей обучения и воспитания и используемых в комфортных и здоровьесберегающих условиях.

- На современном этапе развития физического воспитания меняются его концептуальные направления. Преподаватели физического воспитания стремятся совершенствовать подготовку студентов, разрабатывая и внедряя в учебный процесс учебно-методические комплексы, направленные на формирование информационных технологий обучения.

- Основные задачи использования учебно-методических комплексов в процессе подготовки студентов следующие: обеспечить индивидуальную программу занятий, обеспечить индивидуализированную обратную связь с преподавателем, реализовать системный подход к обучению, развить творческое отношение к усваиваемой дисциплине, увеличить долю самостоятельных занятий студентов, включить в преподавание элементы дистанционного обучения, внедрить в процесс обучения современные технические средства, включая мультимедийные.[2].

Основной задачей проекта является приобщение наших студентов к занятиям физическим воспитанием и ведению здорового образа жизни, не только на первом курсе, как обязательный предмет посещения, но и на протяжении всего периода обучения.

Каждый год университеты страны выпускают тысячи специалистов. Поэтому есть шанс поставлять на рынок труда не только высококвалифицированных работников, но и здоровых, полных энергией и высокой продуктивностью. Внедрение современных технологии в процесс физического воспитания будет способствовать поддержанию физического здоровья студента, и его улучшения, даже за пределами спортивного зала, где имеется инвентарь, подходящий для всех групп здоровья.

Для достижения максимального результата, я предлагаю руководству кафедры «Физического воспитания» принять во внимание программу «Исида Спорт». Система позволяет организовать и отследить исполнение полного учебно-тренировочного занятия, провести анализ и выяснить качество выполненных упражнений, тем самым помогая преподавателям и студентам достигать значительных спортивных результатов. Использование современных методов анализа данных дает

возможность прогнозировать результаты студентов, анализировать эффект от учебно-тренировочного процесса в зависимости от плана занятий, выступлений на межвузовских, городских соревнованиях и медицинского состояния. Система позволяет создавать многолетние календари спортивных событий, составлять индивидуальные графики тренировок студентов, структурировать фото- видео- текстовые- материалы, вести медицинскую карту студента. [3]

В современном мире появляются всё больше возможностей для совершенствования физических качеств человека и одновременно получать данные о состоянии здоровья во время занятий. Фитнес-трекеры, пульсометры, шагомеры – спортивные новшества, которые неустанно появляются на рынке девайсов. Можно привести список наиболее интересных гаджетов, которые сделают тренировки ещё результативнее. Lumo Lift. Волшебными браслетами, с помощью которых можно вести подсчёт повседневной активности и количеству сжигаемых в течение дня калорий, уже никого не удивишь. Но что если мы хотим не просто получать цифровые данные, но и конкретную обратную связь о состоянии нашего здоровья? У миниатюрного гаджета Lumo Lift, помимо классических характеристик фитнес-трекера, также есть функция, позволяющая удерживать позвоночник в правильном положении. Стоит обладателю такого устройства ссутулиться, как устройство лёгкой вибрацией сообщит ему об этом. Крошечный Lumo Lift (25,5 мм в ширину и 46 мм в длину) можно носить на любой части тела, без потери его функциональности, прикрепив его на едва заметную магнитную застёжку. Их цена составляет 3 600 рублей. [3]

Гаджет Skulpt Aim способен почти безошибочно измерять и контролировать качество мышц. Стоит его приложить к той или иной части тела, как с помощью слабых электрических импульсов двенадцати сенсоров устройство проанализирует качество мышц. Простота в использовании, точность и влагонепроницаемость делают Skulpt Aim полезным для студентов, занимающиеся аэробикой, в тренажёрном зале. Стоимость 6000 руб. [3]

Нельзя оставить обделёнными и студентов, занимающихся плаванием. Компания Instabeat представляет уникальное устройство-насадка на плавательные очки – считывает круги и проплываемую дистанцию, движения руками и количество затраченной энергии. В случае если обладатель гаджета выбрал слишком высокий темп, прямо во время тренировки устройство посоветует уменьшить обороты или передохнуть. Цена устройства 6200 рублей. [3]

В футбольных матчах на межвузовских или других соревнованиях иногда возникают споры по поводу того, зашёл мяч в ворота или нет. Теперь есть решение и этой проблемы. Adidas предлагает уникальную модель футбольного мяча со встроенным микрокомпьютером, который расположен в самом центре и хорошо защищён. Также он идеально сбалансирован, чтобы не мешать траектории полёта мяча. MiCoach Smart Ball умеет определять: силу удара; траекторию полета мяча; скорость вращения; точность удара. Вся информация в течении матча доставляется в специальном приложении для айфона через встроенный Bluetooth. Становится возможным выявить ошибки каждого игрока: в какую зону надо было бить, где была сделана ошибка и так далее. Компания готова предоставить скидку на приобретение 30 умных мячей по цене 8880 рублей. [3]

Но помимо современных спортивных гаджетов, можно закупить серию новых тренажёров для спортивных залов Финуниверситета. Беговая дорожка F3 GO, оснащена патентованной системой поглощения вибраций и ударов FlexDeck™, уменьшает нагрузку на коленные суставы на 30% по сравнению с неамортизированными поверхностями – это снижение риска травм и великолепные ощущения от тренировки. Контактные датчики пульса и беспроводная телеметрия обеспечивают удобный мониторинг частоты сердечных сокращений (беспроводной нагрудный датчик в комплекте). Она обладает богатой программой тренировок: Режим тренировки «Ручной», Тренировка «Случайный набор», Тренировка «Гора», Тренировка «Легкий уклон», Тренировка «Сжигание жира», Тренировка «Кардио», Тренировка «Подъем в гору», Тренировка «Интервал частот сердечных сокращений». Цена тренажера 342860 руб. [3]

Силовые тренажёры Mega Power предназначены для занятия атлетизма уже опытных студентов, которым необходимо нечто большее, чем простые тренировки по индивидуальным подходам заданной траектории. В нее вошли такие монстры как: 3D многофункциональная гребная тяга, многофункциональная и мощная верхняя и нижняя тяги, 3D машина Смита и многофункциональный жим от груди и плеч.

Представители этой серии включают в себя разнообразный выбор упражнений и множество вариаций. Тренажеры 3D Motion обладают неограниченным потенциалом, для составления комплексных программ по индивидуальному функциональному тренингу. Цена 275000 руб. [3]

Другая новинка – силовой тренажер Torneo Ares, модель M2 G-M200-K. С помощью этой станции возможна проработка всех групп мышц. Он позволяет заниматься в таких позициях, как баттерфляй, осуществлять жим на бицепсы и от груди, верхнюю, нижнюю и цен-

тральную тягу блока, делать разгибание ног. В конструкцию встроены таймер на 12 уровней нагрузки. Новичкам и опытным спортсменам удобно будет рассчитывать время, отведенное на одно упражнение и весь комплекс. Цена 24750 руб.[3]

Студенты, желающие всегда держать себя в форме, находят множество способов, помогающих им в этом вопросе. Так, например, многие пользуются мобильными приложениями, для измерения пройденных километров, количества прыжков на месте, вычисления массы еды и её килокалорий, анализа своей активности. Ведь, несмотря на, кажущийся активным, образ жизни студента, исследования состояния физического здоровья студентов показывают неутешительные данные резкого снижения уровня физического развития и здоровья молодёжи. Специалисты считают, что одной из причин является отсутствие мотивации и интереса к занятиям физической культурой и спортом. Как же правильно мотивировать студентов?

Сегодня, когда каждый старается следить за своей внешностью, корректировать фигуру, делая её более привлекательной, устройства-помощники для занятия спортом и отслеживания состояния здоровья просто необходимы. Очень важным является и процесс оптимизации двигательной активности студенческого контингента с использованием различных форм организации учебного процесса по физическому воспитанию. Ведь традиционно сложившаяся в вузе система физического воспитания, ориентирована в большей степени на реализацию общеразвивающих задач. В целях повышения у студентов мотивации к регулярным занятиям физическими упражнениями на помощь приходят современные технологии, методы дифференцированного и индивидуализированного подхода преподавателей к студентам, которыми должен пользоваться каждый преподаватель физического воспитания, для более эффективного процесса обучения и оздоровления. [2]. Студенты, занимающиеся физическими упражнениями, активней в учёбе, лучше запоминают информацию, быстрее реагируют на внешние раздражители.

Срок реализации проекта: 6 месяцев. Срок окупаемости проекта: 4 года. Подсчитаем материальные затраты на проект (табл.).

Таким образом, общая сумма затрат составляет около 10,3 млн. рублей. Эта сумма слишком большая для вуза, но можно извлечь и экономическую выгоду. Ведь если во внеурочное время сдавать фитнес-, кардио- залы в аренду, а лучше проводить платные занятия по всем секциям для преподавателей и студентов (сумма абонемента 9500 – среднестатистическая стоимость), то годовая прибыль, если учесть, что абонемент приобретут в среднем 300 человек, составит 2850000 руб.

Материальные затраты на проект

Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Общая сумма затрат
«Isida sport»	500 000	1	500 000
«Lumo Lift»	3 600	100	360 000
«Skulpt Aim «	6 000	100	600 000
«Instabeat»	6 200	50	310 000
Беговая дорожка F3 GO	342 860	10	3 428 600
Силовые тренажёры Mega Power	275 000	15	4 125 000
Другие	500 000	1	500 000

Можно предположить, что срок окупаемости составит 4 года. Таким образом, вуз получит не только материальную выгоду, но и, что более важно, здоровое молодое поколение и преподавателей. Сборные команды вуза будут обладать высоким уровнем подготовленности, занимая призовые места. Но, помимо сборных, к физическому воспитанию потянутся и остальные студенты, потому что новое оборудование, гаджеты несомненно привлекут внимание, а всё новое и интересное хочется всегда попробовать.

Основная задача проекта является ориентир на здоровое поколение как залог успешного развития будущего нашей страны. Вот почему студенты, как самые молодые преемники старшего поколения, должны заниматься физическим воспитанием, используя при этом современные технологии, упрощающие путь к достижению идеального физического здоровья.

Литература:

1. Бака Р. Региональные особенности формирования физической культуры студентов / Роман Бака. – СПб.: Стратегия будущего, 2008. – 140 с.
2. Жигарёва О.Г. Современные технологии и физическое воспитание студентов / МНПК: Наука, образование, общество: тенденции и перспективы, Москва, 2017 г.
3. Новые научные технологии в физическом воспитании [Электронный ресурс: <http://lib.sportedu.ru/GetText.idc?TxtID=1115> (дата обращения: 12.04.2017)].

Сурова И.Э.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: ilona98@yandex.ru

Борисова Е.С.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: borisova98@mail.ru

Научный руководитель:

Аверьясов В.В.,

старший преподаватель

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: slaviakin@gmail.com

Проблемы развития киберспорта в России

Аннотация: в статье описаны основные выявленные проблемы развития в киберспорта в России. Представлены результаты социологического опроса, направленного на выяснение отношения к киберспорту как официальному виду спорта. Рассмотрено развитие киберспорта в мире и в России.

Ключевые слова: киберспорт, чемпионат, Олимпийские игры, официальный вид спорта, развитие, проблемы, компьютерные игры.

Surovova I.E.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: ilona98@yandex.ru

Borisova E.S.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: borisova98@mail.ru

Scientific advisor:

Averiasov V.V.,

Senior Lecturer,

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: slaviakin@gmail.com

Problems of development of cybersport in Russia

Abstract: The main problems of development of such kind of sport in Russia as e-sports are presented in the article. The results of a sociological survey aimed at elucidating the attitude towards e-sports as an official sport are presented. The development of e-sports in the world and in Russia is considered.

Keywords: e-sports, championship, Olympic Games, official sport, development, problems, computer games.

В настоящее время научно-технический прогресс затронул все сферы жизнедеятельности человека. Огромную роль в развитии общества играют технологии и компьютерные системы. Виртуальный мир стал неотъемлемой частью реального мира, где границы между ними с каждым годом все сильнее размываются. В XIX веке появилось понятие «киберспорт». Этот род деятельности активно борется за признание и уважение.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что сегодня все больше уделяется внимание вопросу о восприятии киберспорта как официального вида спорта не только в России, но и в мире.

Цель работы – выяснить, какие существуют препятствия для развития киберспорта в России.

Киберспорт представляет собой состязания посредством компьютерных технологий в виртуальном пространстве. Каждые соревнования посвящены какой-то определенной компьютерной игре, имеющей большую популярность среди пользователей мира. Первым в истории официально зафиксированным соревнованием по компьютерным играм были «Межгалактические Олимпийские игры по Spacewar», проходившие в Стэнфордском университете в 1972 году. Победителя наградили годовой подпиской на журнал «Rolling Stone» [1]. Именно этот год можно считать датой появления киберспорта. А в 1980 году на всей территории США был организован чемпионат по видеоигре «Space Invaders», в котором участвовали более 10 тыс. человек. В 1997 году, благодаря таким играм, как «Quake» и «Doom 2», появляется первая лига киберспортсменов – «The Cyberathlete Professional League».

2001 год – еще одно знаменательное событие в киберспорте, когда компания Samsung Electronics провела первого в мире глобальный турнир по компьютерным играм – «World Cyber Games». В чемпионате приняли участие 430 геймеров из 33 стран мира.

Что касается СНГ, то в 2003 году был основан турнир «ASUS Open», который 4 раза в год собирал сильнейшие коллективы постсоветского пространства, а также в нем принимали участие геймеры из Швеции, Германии, Финляндии, Кореи и других стран.

Конец 2008 года, впервые было объявлено об игре «League of Legends». Сейчас эта игра является одной из лидирующих киберспортивных дисциплин.

Сегодня за турнирами по киберспорту следят более миллиона человек. Его транслируют по спортивным каналам. В 2007 году на спортивном канале 7ТВ с подачи Национальной Профессиональной Киберспортивной Лиги прошла трансляция «Counter-Strike: Source» сезона чемпионата России, где были показаны 32 матча «Дивизиона А» – раз в неделю каждая игра. В 2015 году телевизионная сеть «Turner Broadcaster System» заявила о намерении создания лиги по дисциплине «Counter-Strike: Global Offensive», которая будет транслироваться на одноименном канале наравне с другими передачами и будет иметь рекордный призовой фонд в размере 1,4 млн долларов (на один сезон) [2].

Самым значимым турниром данной индустрии, не уступающим по масштабности и зрелищности Олимпийским играм, является World Cyber Games, организованный Южной Кореей. Именно эта страна считается одной из родоначальниц киберспорта.

Разговоры об олимпийском потенциале киберспорта идут уже давно, но к конкретным результатам дискуссия по этому вопросу еще не пришла. Спортивный бридж и шахматы – единственные интеллектуальные игры, признанные Международным олимпийским комитетом в качестве олимпийских дисциплин. Первая киберспортивная Олимпиада, носившая статус неофициальной, прошла в Бразилии с 15 по 16 августа 2012 года, где игроки соревновались в играх «Smite» и «Super Smash Bros». Как заявили организаторы на старте соревнований, задача киберспорта – продемонстрировать свою популярность, особенно в среде людей, не разбирающихся в играх.

Тем не менее, до сих пор киберспорт не признан в качестве официального вида спорта на международном уровне. Россия стала первой страной в мире, которая признала киберспорт официальным видом спорта. Это произошло 25 июля 2001 года по распоряжению главы Госкомспорта России Павла Рожкова. Однако 12 марта 2004 года новый глава ведомства Вячеслав Фетисов лишил киберспорт официального статуса из-за несоответствия критериям, необходимым для включения в спортивный реестр. Однако в 2016 году компьютерные игры снова заняли своё законное место наравне с футболом и хоккеем.

Интересно, что вид спорта, который претендует на звание олимпийского, должен быть распространён не менее чем в 25 странах, иметь кубковые соревнования, национальные и мировые чемпионаты. Кроме того, вид спорта должен быть привлекателен для рекламодателей и молодых болельщиков. Связано это с тем, что по статистике интерес к Олимпиаде среди молодёжи падает [3].

На данный момент 22 страны признали киберспорт в качестве официального вида спорта: Россия, Китай, Южная Корея, Малайзия, США и другие. Интересно, что в Китае даже есть госпрограмма по развитию этой деятельности. Корейцы признали киберспорт олимпийской дисциплиной второго уровня, приравняв его к шахматам и шашкам. Что касается рекламы и популярности киберспорта, то, как известно, молодые геймеры составляют подавляющую часть аудитории компьютерного спорта.

Изучая развитие киберспорта, мы решили исследовать отношение к данному занятию среди граждан Российской Федерации. Таким образом, был проведен социологический опрос, в котором приняли участие преимущественно студенты Финансового Университета при Правительстве РФ. Было опрошено 40 людей. 27 респондентов положительно относятся к киберспорту, когда 13 – отрицательно. Данное занятие считает популярным 25 опрошенных, а необходимость разви-

тия киберспорта в России видит 28 респондентов. 27 опрошенных не воспринимает киберспорт как официальный вид спорта, а 34 ответили, что не считают нужным ставить киберспорт в ряд с олимпийскими видами спорта.

Таблица 1

Отношение к занятиям киберспортом

	Популярен ли киберспорт	Нужно ли развивать киберспорт в России?	Можно ли назвать киберспорт официальным видом спорта?	Стоит ли внести киберспорт в Олимпийские игры?
Да	60%	67,5%	35%	17,5%
Нет	40%	32,5%	65%	82,5%

Таким образом, на основе опроса можно предположить, что в России киберспорт успешно существует, он популярен и его следует развивать, но при этом киберспорту далеко до звания официального вида спорта и уж тем более олимпийского вида спорта.

Исходя из опроса видно, что ребята не воспринимают киберспорт как полноценный вид спорта. Из этого возникает вопрос: «почему такое отношение к данному виду спорта?», «с какими же проблемами сталкивается киберспорт в России?». Как и любой другой спорт, киберспорт требует от игроков жертв. Приходится немало денег тратить на оборудование: компьютер достаточной мощности с хорошей видеокартой, хороший монитор, мышку, микрофон, наушники и т.д. Деньги требуются и для поездок на соревнования, которые проводятся по всему миру. Отсюда вытекает такая проблема, как отсутствие инвестиций. Время от времени устраиваются соревнования, на которых участники получают неплохие деньги. Нет организаций, где воспитываются киберспортсмены. Успехи отдельных игроков или команд не помогают России в киберспортивных дисциплинах.

Киберспортивный рынок растет огромными темпами, в интернете ему давно тесно, но менеджеры крупных СМИ не могут договориться с менеджерами по киберспорту. У этого три причины:

1. Киберспорт – частное дело.
2. Все зрители – игроки, и это удобно. Экономика «традиционных» видов спорта зависит от щедрого болельщика. Киберспорт же никогда себя не обеспечивал, в отличии от футбола или другого вида спорта, где зрители могут купить билет на стадион или заплатить за просмотр матча по кабельному ТВ. Зрители в киберспорте не обязательны.

3. Стереотипы. До сих пор среди любителей спорта бытует мнение, что киберспорт не имеет ничего общего с реальным спортом. Поэтому трансляции кибер-соревнований не пропускают в эфире спортивных телеканалов, считая, что тратить на них ресурсы нецелесообразно и невыгодно. Подобные действия являются главным препятствием для популяризации киберспорта среди любителей спорта [4].

Хотя в последние годы олимпийское движение дискредитировало само себя скандалами с допингом, Олимпиада остаётся главным символом единения спортсменов со всего мира. Это отличная возможность для киберспорта заявить о себе самой широкой аудитории. И если Международный олимпийский комитет ставит перед собой цель вернуть молодёжь на свои игры, то добавление киберспорта в программу этому явно поспособствует. Если всё будет сделано как надо, то уже через два года мы увидим приличный киберспортивный турнир в рамках Олимпиады. А ещё через несколько лет, если повезёт, киберспорт станет такой же олимпийской дисциплиной, как, например, гребной слалом или водное поло.

Учитывая все выявленные проблемы развития киберспорта в России, Российский киберспорт все же заметен на мировой арене. Наши игроки и команды находятся в топ-листах вместе с китайцами, американцами и корейцами. Они выигрывают соревнования из-за хорошей техники персональной игры. Это означает, что все же необходимо проводить меры для улучшения киберспорта, чтобы наша страна в международных чемпионатах, которые все-таки проводятся, крепко себя зарекомендовала. Ведь имидж страны обязательно надо поддерживать как на Олимпийских играх, так и на «Компьютерных». О росте популярности киберспорта в России свидетельствует и то, что количество русскоязычных зрителей растёт примерно на 12% в год[5].

Киберспорт как официальный вид спорта – это неизбежное явление, порождённое развитием интернета, популярностью компьютерных игр и неиссякаемым стремлением человека к соперничеству. Старшим поколениям сложно понять увлечения молодёжи, но компьютерный спорт даёт равные возможности всем независимо от их возраста, достаточно лишь посмотреть на него непредвзято.

Литература:

1. Рождение идеи киберспорта. [Электронный ресурс: <http://itc.ua/articles/kibersport-sport-v-kotorom-ukraintsyi-odni-iz-luchshih-v-mire/> (дата обращения: 07. 05. 2017)]

2. Киберспорт в мире. От истоков до современности. [Электронный ресурс: <https://sportarena.com/more-sports/cybersport/kibersport-v-mire-ot-istokov-do-sovremennosti/> (дата обращения 07.05. 2017)]
3. Киберспорт на Олимпиаде. Что дальше? [Электронный ресурс: <https://www.cybersport.ru/news/kibersport-na-olimpiade-chto-dalshe> (дата обращения 08.05. 2017)]
4. Три причины, почему киберспорт не может стать мейнстримом. [Электронный ресурс: <http://kanobu.ru/articles/tri-prichiny-rochemu-kibersport-poka-ne-mozhet-prorvatsya-v-mejnstrim-369332/> (дата обращения 09.05. 2017)]
5. Как устроен рынок киберспорта в России и СНГ. [Электронный ресурс: <http://rb.ru/longread/esports-in-russia-and-cis/> (дата обращения 09.05. 2017)].

Евлахова Д.О.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: daiiaae@yandex.ru

Научный руководитель:

Низаметдинова З.Н.,

доцент

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: zizi-63@mail.ru

Эволюция фигурного катания в России: перспективы, проблемы и пути их решения

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы, где была рассмотрена эволюция фигурного катания в России, проанализировано состояние этого вида спорта на современном этапе и выявлены основные проблемы. Кроме того, обозначены возможные пути их решения и определены перспективы дальнейшего развития фигурного катания в РФ.

Ключевые слова: результаты научно-исследовательской работы, социологический опрос, фигурное катание, массовый спорт, спортивный образ жизни, федерация фигурного катания на коньках в России, занятия физической культурой и спортом.

Evlakhova D.O.,
student
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: daiiiae@yandex.ru

Scientific advisor:
Nizametdinova Z.N.,
docent
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: zizi-63@mail.ru

Evolution of figure skating in Russia: prospects, problems and ways of their solution

Abstract: the article presents main results of research work, which considered the evolution of figure skating in Russia, analyzes the state of the sport at the present stage and the basic problems. In addition, it was indicated the possible ways of their solution and identifies prospects of further development of figure skating in Russia.

Keywords: results of scientific research, sociological survey, figure skating, sports, a sports lifestyle, the Federation of figure skating in Russia, physical culture and sports.

Фигурное катание это один популярных видов спорта в России на современном этапе. Цель данной работы – это рассмотреть основные проблемы фигурного катания на данный момент и в ближайшей перспективе, а также предложить наши способы решения данных проблем для улучшения показателей в данном виде спорта в России и на международной арене.

В связи с заявленной целью, определим задачи работы:

1. Рассмотреть эволюцию фигурного катания в России и ее особенности.
2. Проанализировать нынешнее состояние этого вида спорта в России и его проблемы.
3. Определить дальнейшие перспективы развития.

Фигурное катание в России стало известным ещё со времён Петра I, которому было свойственно популяризовать европейские нов-

шествия в России. Он привёз из Европы первые образцы коньков. Именно в те времена и был придуман новый способ крепления коньков прямо к ботинкам и была создана, таким образом, практически модель сегодняшнего оснащения фигуристов. Тогда люди и подумать не могли, что такое развлечение может стать профессиональным видом спорта, учувствовать в котором смогут сразу несколько человек, выполняя невероятные трюки. Зародилось русское фигурное катание, как вид спорта, в 1865 году. Тогда был открыт общественный каток в Юсуповском саду на Садовой улице, где впервые 5 марта 1878 года состоялось состязание русских фигуристов. Со временем оно все больше приобретало массовость. Начиная с мужского и женского одиночного катания, парного фигурного катания, затем появились спортивные танцы и групповое синхронное катание.

Актуальность данной работы заключается в том, что фигурное катание в России продолжает активно развиваться. Российские спортсмены занимают почетные места на мировом пьедестале, однако действительно существует ряд проблем, который препятствует развитию данного вида спорта в определенных регионах России, в связи с чем развитие фигурного катания в стране в целом. Чтобы обеспечить повышения уровня

На современном этапе для содействия развитию фигурного катания на коньках в Российской Федерации существует ФФККР (Федерация Фигурного катания на коньках в России). Она призвана повысить роль физической культуры и спорта во всестороннем развитии личности, а также улучшить или укрепить здоровье, способствовать улучшению позиций и в повышении престижа фигурного катания на коньках на территории РФ и на международной арене. Перед данным объединением стоят определенные задачи, которые служат компасом в направлении его деятельности. Прежде всего происходит объединение усилий как членов ФФККР, так и всех заинтересованных организаций в развитии фигурного катания в России. Оно активно популяризируется, в целом осуществляется пропаганда этого вида спорта, активное привлечение молодежи. Активно совершенствуются организационно-методические основы подготовки спортивных кадров, резервов и высококвалифицированных спортсменов. Кроме того, осуществляются меры социальной защиты, защиты интересов и прав спортсменов в фигурном катании, тренеров и др. специалистов. На данный момент Россия является одной из лучших по данному виду спорту. Причиной тому может являться профессионализм и упорная работа над собой наших спортсменов, высокая квалификация тренерского состава и

другие факторы. Достаточно взглянуть на результаты ежегодных соревнований по данной виду спорта, например, на результаты чемпионата мира 2016/2017 в Хельсинки. Танцы на льду (табл. 1).

Таблица

Результаты чемпионата мира 2016/2017 в Хельсинки.

Танцы на льду [3]

1	Tessa VIRTUE Scott MOIR	CAN	198.62
2	Gabriella PAPADAKIS Guillaume CIZERON	FRA	196.04
3	Maia SHIBUTANI Alex SHIBUTANI	USA	185.18
4	Kaitlyn WEAVER Andrew POJE	CAN	184.81
5	Ekaterina BOBROVA Dmitri SOLOVIEV	RUS	184.06

Несмотря на активное развитие фигурного катания в стране, существует ряд проблем, который тормозит популяризацию данного вида спорта, а также мешает покорять большие вершины на международной арене. В первую очередь, можно отметить недостаток или даже полное отсутствие высококвалифицированных тренерских кадров в определенных регионах России, в связи с чем там тормозится развитие фигурного катания. Сначала эта проблема была связана с недостаточным количеством закрытых катков с искусственным льдом. В связи с этим фактом некоторые фигуристы лишались возможности тренироваться весь год, а не только зимой. В следствие этого практически все действительно одаренные спортсмены уехали из таких регионов с неразвитой структурой в этой среде в более крупные города. Соответственно тренеры в данных районах лишились не только умелых учеников, но и каких-либо стимулов, заинтересованности в будущей работе наставника. На данный момент количество катков действительно возросло. Появились большие спортивные центры с закрытыми катками не только в столичном регионе, но и на Урале, за Уралом, в Сибири, Южном федеральном округе. Но возникла другая проблема – дефицит тренерских кадров. К сожалению, подготовка специалистов по фигурному катанию нашими вузами такова, что пока что ее невозможно восполнить до конца. Кроме того, уровень квалификации тех тренерских кадров, которые постепенно возвращаются в фигурное катание, недостаточно

высокий. Усиление позиций других стран на соревнованиях требует от России если не превосходства, то хотя бы соответствия им. На наш взгляд, также необходимо усиление работы тренерского совета. Остро стоит вопрос и о качестве спортивного инвентаря, что является одним из главных факторов успешного выступления. Не редко, что спортсменам и тренерам часто приходится жаловаться на некачественные коньки. Нередки случаи, когда во время подготовки к сезону, выступлениям фигуристы, начиная раскатывать новые коньки, получают травмы в связи с «неправильными» ботинками. Опаснее всего, что проблемы с ними могут возникнуть при выполнении сложных элементов, что представляет угрозу жизни спортсменов.

Чтобы решить данные проблемы, на наш взгляд, нужно разрабатывать и реализовывать целевые, комплексные и учебные программы развития фигурного катания в РФ. Организация и четкая структура дальнейших действий еще никогда отрицательно не сказывались на развитии каких-либо видах спорта. Кроме того, нужно организовывать и проводить мероприятия по повышению квалификации специалистов, различные семинары, тренинги, конференции, консультации и др. Это поможет повысить не только навыки в фигурном катании, но и, например, в успешном взаимодействии между тренерами и спортсменами, обеспечив тем самым взаимопонимание между ними. Правительственным организациям следует оказывать финансовую, организационную и методическую помощь региональным организациям, которые сами не способны развиваться в данном направлении. Порой в определенных районах живут действительно дети с большим потенциалом, но не имеют возможности реализовывать его. Также нужно осуществлять международные связи и защищать интересы ФФККР на международном уровне, так как Россия представляет собой сильного соперника и должна постоянно соответствовать этому статусу.

В дальнейшем развитии фигурное катание, на наш взгляд, может приобрести все большую массовость, так как массовый спорт в целом становится более популярным, особенно среди молодежи. Проведя опрос среди студентов 17–19 лет Финансового университета при Правительстве РФ, мы получили следующие результаты:

Среди 100 опрошенных человек 85 – занимаются каким-либо спорта, профессионально занимаются 12 студентов, а 39 человек при возможности хотели бы заниматься фигурным катанием.

Таким образом, обозначим основные выводы данной работы. Прежде всего, выделив и проанализировав проблемы фигурного катания на современном этапе развития, были определены возможные ва-

рианты их решения. Особое внимание требует уделить подготовке профессиональных тренерских кадров, качеству оборудования и оснащения фигуристов. Кроме того, не стоит забывать о отдаленных от центра регионов, где требуется социальная, материальная помощь в развитии этого вида спорта. На основе социологического опроса, можно отметить заинтересованность молодежи в фигурном катании, что позволяет утверждать популярность данного вида спорта. Действительно, занятия спортом становятся очень популярными в связи с популяризацией здорового образа жизни. Почему бы не способствовать привлечению молодежи к фигурному катанию, открывая больше катков, в том числе закрытых, чтобы была возможность тренироваться не только в зимнее время года, но и в другие.

Литература:

1. Сайт российской статистики спорта OLYMPTEKA URL: http://olympteka.ru/sport/figure_skating
2. Интервью И. Яковлевой, тренера команды «Парадиз», с Л. Волковой, тренером команд по синхронному фигурному катанию на коньках «Олимпийский».
3. URL: <http://pressmia.ru/pressclub/20060320/44569614.html>
4. Официальный сайт ФФККР URL: <http://www.fsrussia.ru/>

Федотов П.А.,

студент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова г. Москва,
Россия*

e-mail: alenaelior@gmail.com

Михайлов А.А.,

студент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова г. Москва,
Россия*

e-mail: alenaelior@gmail.com

Элиор А.О.,

студент

студент,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова г. Москва,
Россия*

e-mail: alenaelior@gmail.com

Научный руководитель:

Фарзалиев Д.А.,

преподаватель,

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова г. Москва,
Россия*

e-mail: alenaelior@gmail.com

Влияние распорядка учебного дня на работоспособность и концентрацию и оптимизация временных затрат на учебный процесс

Аннотация: В статье рассмотрены ключевые факторы, влияющие на эффективность и концентрацию студентов. Сделаны выводы о негативном влиянии существующего учебного расписания и о необходимости его корректировки и синхронизации с биологическими особенностями молодежи. С учетом выявленных сопутствующих проблем, предложено комплексное решение, а также предоставлен расчет затрат на его реализацию.

Ключевые слова: биоритмы, гормональная система, начало учебных занятий, успеваемость, результативность учебного процесса, видео-лекция.

Fedotov P.A.,
student,
Plekhanov Russian Economic University
Moscow, Russia
e-mail: alenaelior@gmail.com

Mikhailov A.A.,
student
Plekhanov Russian Economic University
Moscow, Russia
e-mail: alenaelior@gmail.com

Elior A.O.,
student
Plekhanov Russian Economic University
Moscow, Russia
e-mail: alenaelior@gmail.com

Scientific advisor:
Farzaliyev D. A.,
teacher,
Plekhanov Russian Economic University
Moscow, Russia
e-mail: alenaelior@gmail.com

The impact of the high-school day routine on the performance and concentration of students, and optimization of the time spent on the educational process

Abstract: The article considers the key factors affecting the efficiency and concentration of students. Conclusions are drawn about the negative impact of the existing educational daily schedule and the need for its adjustment and synchronization with the biological characteristics of youth. Taking into account the identified problems, a comprehensive solution was proposed, as well as a calculation of the costs for its implementation.

Keywords: Biorhythms, hormonal system, the beginning of learning sessions, academic performance, the effectiveness of the learning process, video lecture.

Актуальность темы. В рамках инновационного развития страны перед системой образования стоит задача повышения качества ока-

зываемых образовательных услуг. Высшая школа должна удовлетворять требования профессионального сообщества к уровню и степени подготовленности выпускников, интересы и ожидания самих студентов, интересы научно-педагогического состава как с точки зрения финансовой компенсации, так и с точки зрения возможностей для роста и профессионального развития.

Однако, в достижении этих целей вузы испытывают ряд трудностей. Аудитории традиционно перегружены, преподавательский состав с каждым годом сталкивается со все большей нагрузкой. Несбалансированное расписание, «рваный» график (начало занятий в разные половины дня) влекут за собой недосыпание, усталость, снижение концентрации внимания, что отражается на успеваемости, и, соответственно, эффективности оказания образовательных услуг. Все эти проблемы характерны и для Российского экономического университета им. Плеханова. В своей работе мы предлагаем довольно легко реализуемое решение проблемы, учитывающее смежные интересы других участников образовательного процесса и экономическую выгоду предложенных нововведений.

Теоретической основой исследования служит концепция биоритмов, согласно которой рассинхронизация биологического и социального времени приводит к снижению физической, эмоциональной и интеллектуальной активности человека и негативно сказывается на его жизнедеятельности. В русской литературе о старших подростках и студентах нет упоминаний, и мы опирались на аналогичные исследования зарубежных ученых, которые позволяют сделать вывод, что несогласованность учебного расписания с биологическими ритмами студентов является одной из ключевых причин низкой успеваемости.

Эмпирической базой исследования стали данные опросов студентов РЭУ им. Плеханова, собранные нами лично, а также участниками конференции прошлого года.

В ходе исследования получены следующие **результаты**:

1. На основе анализа зарубежной литературы выявлено, что среди молодых людей 17–20 лет доминирует вечерний тип суточной активности, и преобладание данного хронотипа является общей психофизиологической характеристикой позднего подросткового возраста в силу гормональных изменений. Это значит, что именно биология заставляет оставаться молодых людей поздно вечером на ногах и рано утром значительно затрудняет подъем, а не лень и неорганизованность, как считалось прежде[1, стр. 5–9].

С зарубежными исследованиями согласуются и данные опроса студентов РЭУ им. Плеханова, который показал, что большинство учащихся относится к индифферентному и вечернему хронотипу («голуби» и «совы»), а «жаворонки» составляют меньшинство, всего 8% среди мужчин и 17% среди женщин [2, стр. 137–143].

2. Установлено, что оптимальное (биологически верное) время для умственной активности, подходящее всем хронотипам, – это интервал с 11 до 13 часов. Более того можно привести пример для наглядности, начало дня для человека 17–20 лет в 8:30 утра сопоставимо с началом дня в 4:30 для его взрослого преподавателя. Разница существенная, и для компенсации этих часов, нужно было бы на выходных спать не менее 15 часов в каждый выходной день. Очевидно, что это невозможно ни физически, ни практически [3, стр. 189–194].

3. Посредством опроса студентов РЭУ им. Плеханова мы выяснили, что 45% респондентов не устраивает существующее расписание, и они пропускают занятия только по этой причине. В свою очередь, основными причинами неудовлетворённости расписанием являются: учеба во вторую половину дня (30,7%), наличие первой пары (29,1%) и «рваный» учебный график (21,1%).

4. В ходе исследования мы определили три основных фактора, влияющих на снижение успеваемости студентов:

1) *Пропуски занятий*, вследствие которых учащиеся не полностью усваивают учебный материал и плохо ориентируются в предмете. Наши опросы, охватившие более 400 студентов с разных курсов и факультетов, в свою очередь продемонстрировали, что основными причинами пропуска занятий являются неудовлетворительное расписание (45%), болезнь или плохое самочувствие (26,15%) и необходимость совмещать учебу с работой (20,15%), то есть почти половину респондентов не устраивает настоящее расписание и они пропускают занятия только по этой причине – что позволяет нам в очередной раз продемонстрировать необходимость менять его.

2) *Нехватка времени на занятия спортом*. Согласно зарубежным исследованиям, есть прямое влияние физической формы на когнитивные способности и соответственно, успеваемость [4, стр. 1–4]. В Университете Небраски-Линкольна и в Университете штата Пенсильвания были проведены исследования в ходе которых было выяснилось, что студенты, державшие себя в форме, имели балл в среднем выше на 0,34 (это и есть разница между 4 и 5 в дипломе), нежели студенты с низким уровнем физической подготовки. Однако, опросы показывают,

что 63% студентов РЭУ им. Плеханова после поступления в университет начинают меньше заниматься спортом.

3) *Недосыпание*. 54% студентов не высыпаются практически каждый день, 35% чувствуют недосып несколько раз в месяц, и всего 11% не испытывают проблем со сном [5, стр. 39–42].

Негативное влияние недосыпания на учебу отметили 57% студентов. При этом 36% от общего числа на занятиях ведут себя пассивно, не участвуют в дискуссиях, 26% плохо усваивают информацию, а 4% и вовсе получают плохие оценки.

51% от общего числа студентов, участвующих в опросе, признались, что, хотя бы раз засыпали на паре [6].

Отметим, что все три фактора напрямую связаны с неудобным учебным расписанием, которое не дает возможности студентам организовать для себя оптимальный и сбалансированный режим дня.

5. Также были рассмотрены значимые для нашей темы смежные проблемы:

1) *Объем педагогической нагрузки преподавателей*. Статистика показывает тенденцию к увеличению аудиторной нагрузки российских преподавателей. В среднем российский преподаватель имеет 18-часовую аудиторную нагрузку в неделю, 11 часов уходит на подготовку к ведению дисциплин. Эти показатели выше в 2–3 по сравнению с данными о преподавателях США (10,9 часов), Германии (8,0 часов), Франция (6,0 часов) [7, стр. 53–56, 342–352].

2) *Загруженность аудиторного фонда*. Нами были получены данные от бюро составления расписания, которые наглядно показывают, что аудиторный фонд всего вуза загружен практически полностью в течение всего дня, с особенно сильной концентрацией в первой половине.

Среднее количество лекций для потока (группы) в неделю:

6 пар

Средняя по выборке загруженность аудиторного фонда:

С 8:30 до 13:20 – 88%

С 14:00 да 17:10 – 85%

С 17:20 до 22:10 – 77%

Становится совершенно очевидно, что корректировка расписания возможна только для малой части студентов, остальные просто не имеют физических шансов на иное расписание.

На основании полученных результатов мы пришли к **выводу** о необходимости оптимизации расписания с целью достижения большей корреляции учебного распорядка с биологически обусловленной динамикой работоспособности студентов.

Для решения этой задачи мы предлагаем следующие **практические рекомендации**:

1. Скорректировать учебное расписание в сторону смещения начала занятий на более позднее время с целью компенсировать недостаток сна у студентов и, как следствие, повысить продуктивности каждого студента.

2. Перевести лекции в дистанционный формат. Лектор может читать дисциплину и в реальном времени – максимально приближенно к классическому виду лекции. Или же иметь запись занятия, но во время онлайн-лекции иметь возможность отвечать в частном индивидуальном порядке на вопросы студентов, при этом общий ход лекции прерываться не будет. При этом можно легко вести контроль посещения, отправлять раздаточные материалы и проводить тестирование.

3. Практические занятия остаются в прежнем формате оффлайна, но мы предлагаем разделить дни лекционных и семинарских занятий, что также позволит оптимизировать распорядок учебной недели и снизить логистические издержки всех участников образовательного процесса.

В своей работе мы проанализировали технические аспекты реализации онлайн-лекций на базе разных платформ, как бесплатных та и платных и пришли к выводу, что оптимальным решением будет разработка собственной системы, на основе рекомендуемых протоколов или же обращение в специализирующуюся компанию (примером может служить компания Webinar, которая реализовывала аналогичный проект для факультета дистанционной подготовки МГУ). Таким образом затраты на комплект для одного преподавателя равны (цены указаны в рублях):

Таблица

Стоимость одного комплекта

Камера Microsoft Life Cam Cinema с разрешением 1280x720	3913
Микрофон Sennheiser CC 550 IP	4250
Стоимость подписки на Fuze	480
Стоимость одного комплекта	8643
Общая стоимость без учета микрофона	4393

Реализация этих мер, по нашему мнению, будет способствовать оптимизации временных затрат на учебный процесс и повышению среднего балла студентов, что положительно скажется на имидже вуза, его месте в международных рейтингах и, в свою очередь, привлечет абитуриентов более высокого уровня подготовки. Активное внедрение дистанционных технологий в образовательный процесс открывает широкие перспективы для повышения качества обучения, обеспечивает

социальную доступность профессионального образования и отвечает запросам государства, общества и личности на оказание высококачественных образовательных услуг мирового уровня.

Литература:

1. Synchronizing education to adolescent biology: 'let teens sleep, start school later' Kelley, Lockley, Foster and Kelley, стр. 5–9
2. Carskadon, M. A. 2011. «Sleep's Effects on Cognition and Learning in Adolescence.» *Progress in Brain Research* 190, стр. 137–143.
3. Вострикова Д.Д. Учебный процесс как основной фактор постоянного стресса студентов [Текст] /Вострикова Д.Д., Медникова Д.В., Кушева Д.В. //Гуманитарное образование в экономическом вузе Материалы V Междунар. науч.-практ. заочной интернет-конф. в 2 томах. 2017 – Москва, 20–30 ноября 2016 г. – С. 189–194.
4. Samuel P Scott, Mary Jane De Souza, Karsten Koehler, Laura E Murray-Kolb. Combined Iron Deficiency and Low Aerobic Fitness Doubly Burden Academic Performance among Women Attending University. *The Journal of Nutrition*, 2017; 147 (1): 104 DOI: 10.3945/jn.116.240192, стр. 1–4
5. Кушева Д.В. Взаимосвязь хронотипа и режима дня студента как неотъемлемая часть здорового образа жизни / Д.В. Кушева [и др.] // Физическая культура и здоровый образ жизни студенческой молодежи: Материалы VII межвузовской научно-практической конференции. – Саратов. – Вып. 7. – С. 39–42.
6. Опрос проведен порталом Career.ru 14–21 декабря 2011 года среди 1055 молодых специалистов из всех Федеральных округов России <https://career.ru/article/11935> (дата обращения 01.04.2017)
7. Average number of classroom hours and student contact hours per week 2016, стр. 53–56, 342–352.

Кулаева Е.И.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: eugenia.kulaeva@yandex.ru

Мадунц К.А.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: madunckristina@yandex.ru

Поддубная Е.В.,

студентка

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: advokat96@bk.ru

Научный руководитель:

Юрченко А.Л.,

к.п.н.

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: yurchenko-al@mail.ru

Конкретизация задач частно- государственного партнерства по обеспечению здоровья и повышения физической активности населения

Аннотация: С каждым днем наш мир совершенствуется и изменяется, что позволяет людям использовать все больше и больше возможностей. Однако не все возможности находят применение в реальной жизни. Наблюдается и обратная зависимость: с развитием НТП чисто активных граждан становится ниже. Занятия спортом, физические нагрузки, активный отдых уходят на второй план, не смотря на улучшение качества спортивных объектов, увеличения их количества и

доступности. Данная проблема резко встала перед человечеством. Кто и каким образом может стимулировать граждан к переходу к активному образу жизни, рассмотрим в данной статье.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, занятия физической культурой и спортом, повышение физической активности, спортивные объекты, инвестиции, частно-государственное партнерство, население, государство.

Kulaeva E.I.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: eugenia.kulaeva@yandex.ru

Madunts K.A.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: madunckristina@yandex.ru

Poddubnaya E.V.,

student

Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russia

e-mail: advokat96@bk.ru

Scientific advisor:

Yurchenko A.L.,

PhD (Pedagogics)

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: yurchenko-al@mail.ru

Specificization of tasks of the private public partnership for health and increasing the physical activity of the population

Abstract: Every day our world is improving and changing, which allows people to use more and more opportunities. However, not all possibilities are used in real life. There is also an inverse relationship: with the development of NTPs, purely-active citizens become lower. Spot training,

physical activity, active rest go to the background, despite the improvement of the quality of sports facilities, increasing their number and accessibility. This problem has sharply faced humanity. Who and how can encourage citizens to transition to an active lifestyle, we consider in this article.

Keywords: healthy lifestyle, physical education and sports, physical activity, sports facilities, investment, public-private partnership, population, state.

Определение и повышение уровня физической подготовленности населения, создание условий для физического развития различных групп населения, улучшение его здоровья, обеспечение способности выполнять высокопродуктивную работу является приоритетом для государства в целом. Для улучшения ситуации государство стало более внимательно относиться к своим гражданам и работникам. Оно заинтересовано, чтобы люди были здоровее, поэтому оно использует для продвижения различные формы регулирования [1, стр. 102–106]. Человек, занимающийся спортом, отказавшийся от алкоголя, табака и наркотиков, умеренно питающийся и своевременно обращающийся в поликлинику в результате болеет меньше и находится на рабочем месте (производя блага для отечественной экономики) значительно дольше, чем тот, кто пренебрегает этим. Государство, в последние годы, активно работает по направлению пропаганды здорового образа жизни. Примерами могут стать: введение антитабачного закона, на основании которого курильщики теперь не имеют права курить в общественных местах. Например, в поездах, кафе, подъездах и пр. Для курения были созданы специальные площадки, где никотиновый запах не будет беспокоить некурящих граждан. Кроме того, были предприняты меры и в сфере антиалкогольного законодательства. Государственное регулирование производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничение потребления (распития) алкогольной продукции осуществляются в целях защиты нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан. Однако вопрос экономии средств и оздоровления населения синхронно стоят очень и очень остро, поэтому целесообразно решать их [2, стр. 123]. Для этого имеет смысл учитывать и медицинский фактор. Примером может стать сохранение бесплатного медицинского полиса ОМС (в существующем, а лучше – в еще более расширенном виде) для людей, которые не злоупотребляют вредными привычками. А людей, у которых они есть, заставить полисы себе покупать. Чтобы не было соблазна обмануть государство – ввести крупные штрафы для тех, кто обманет.

Ясно, что отказывать в медицинской помощи никому нельзя. Но если у лица, имеющего вредные привычки, не будет купленного полиса, по факту оказания ему медицинских услуг, государство сможет выставить ему за него «коммерческие» счета и взыскивать их через судебных приставов. Конечно, все 100% людей, имеющих вредные привычки, их не бросят. Но их количество радикально снизится. Но есть и обратная сторона, государство должно законодательно определить группу лиц, попадающих под данную категорию, чтобы не произошло злоупотребления правом со стороны государства. Полученные таким образом средства можно инвестировать в строительство спортивных комплексов, объектов, в здравоохранение и т.д. [3, стр. 341].

Компании, которые развивают сферу товаров для активного образа жизни и спорта – тоже инвестируют в открытие спортзалов, площадок для скейтинга, уличного баскетбола и прочих активностей горожан [4]. Региональное распределение спортивных проектов по объему инвестиций и количеству в 2016 году представлено на рисунке 1:

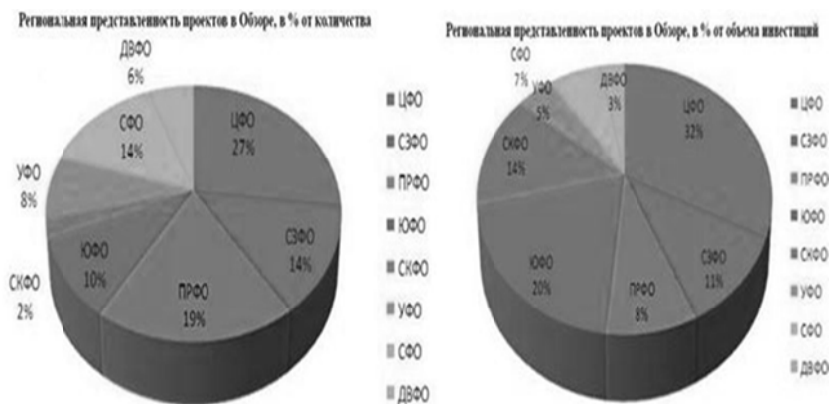


Рисунок – Региональное распределение спортивных проектов по объему инвестиций и количеству в 2016 году

Как видно из графика, Центральный Федеральный округ является лидером и по количеству объектов, и по объемам инвестиций. Но не во всех случаях распределение также однозначно. Так, Приволжский федеральный округ занимает второе место по количеству проектов, но, при этом, по объему инвестиций он всего лишь 5. Обратная ситуация в Южном Федеральном округе, где строится почти в 3 раза меньше объектов, но при этом по финансированию он прочно занимает второе ме-

сто. Интересно также сопоставить показатели по Северокавказскому региону: будучи на последнем месте по количеству объектов, он является 3-м по объему инвестиций. Связано это с тем, что в СКФО строится несколько очень масштабных горнолыжных комплексов с огромным объемом инвестиций. В 2014–2016 гг. за счет средств инвесторов в Москве было построено 38 объектов физической культуры и спорта, рассказал «Ведомостям» представитель столичного стройкомплекса. Общая площадь этих объектов составит около 738 660 кв. м.

Основным источником средств остаются крупные инвесторы. Основной объем ввода спортивных объектов Москве также обеспечат крупные инвесторы. К 2018 г. к уже имеющимся стадионам, таких как «Арена ЦСКА» (Председатель Внешэкономбанка Сергей Горьков сообщил, что банк инвестировал в строительство стадиона 240 млн долларов), большого стадиона – «Открытие арена» («Спартак», его строительство финансировал Леонид Федун), будет построено «Лужники» (реконструкцию проводит Москва за счет бюджета города), «Динамо» (в рамках проекта «ВТБ Арена парк») и «Торпедо» (инвестор – ОПИН). К ЧМ-2018 будут реконструированы и построены многие стадионы страны.

Таблица 1

Стадионы ЧМ-2018 и затраты на их строительство

Название	Стоимость строительства / реконструкции (млрд. руб.)	
	Август 2014 г.*	Сентябрь 2016 г.
«Стадион Лужники» (Москва)	23	23
«Стадион Санкт-Петербург»	34,9	39,2
«Стадион Фишт»	3,4**	3,5
«Волгоград Арена»	15	17,2
«Самара Арена»	14,5	18,9
«Стадион Нижний Новгород»	15	18
«Екатеринбург Арена»	15	12,5
«Казань Арена»	14,4	
*Согласно приказу Минспорта от 18.08.14 г.		
**Стоимость реконструкции сверх затрат на строительство (23,5 млрд. руб.)		

Источник: minsport.gov.ru.

Организации и банки также заботятся о населении, в частности о сотрудниках. Можно сказать, про ПАО «Газпром», который реализует масштабную программу по поддержке и развитию отечественного спорта, которая направлена на создание и укрепление инфраструктуры для занятий массовым спортом, популяризацию спорта высоких до-

стижений и помощь детским и юношеским спортивным школам, и клубам. В рамках Федеральной программы ПАО «Газпром» по поддержке детского спорта на эти цели было выделено 60 млн. рублей. Многие другие банки открывают пункты велопроката [5]. Это делается с целью показать свою приверженность гуманистическим идеям. Несмотря на то, что Москва – не самый приятный для велосипедистов город, парковки для велосипедов около офисов все больше набирают популярность. Такие парковки легко поставить, им не требуется много места, а вот уровень комфорта для сотрудников, которые предпочитают добираться до работы на велосипеде, существенно возрастает. Классическая картина для больших офисов: в коридорах появляются люди в спортивных костюмах и с бутылками воды – время заниматься спортом. Некоторые компании организуют спортзалы непосредственно в офисе, другие, расположенные в бизнес-центрах, поощряют занятия спортом в соседних фитнес-клубах, которые могут находиться в том же здании [6].

Несмотря на поддержку со стороны, каждый человек должен сам являться сторонником данного образа жизни. Не стоит забывать и о правильном питании. В современных условиях в результате повсеместного ухудшения качества продуктов, возникает острая необходимость в здоровом питании. Данная сфера обладает огромной маркетинговой привлекательностью. Стоит обратить внимание на стремительно растущий рынок органического производства. По данным IFOAM, Китай вошел в четверку крупнейших рынков органической сельскохозяйственной продукции после США (25,8 млрд. евро) Германии (8,17 млрд. евро) и Франции (4,73 млрд. евро), он составил 2,58 млрд. евро. В 2016 году рынок Китая прирос до 3,7 млрд. евро, сократив разрыв с Францией, чей рынок вырос лишь до 4,8 млрд. евро. На западе и севере Китая достаточно ресурсов для производства экологической продукции на глобальные рынки [7]. Россия вряд ли в ближайшие годы повторит успех Китая, но преподнести сюрприз недремлющим коллегам западных стран вполне может. Изменение рациона питания многих людей оказывает положительное развитие для экономики, ведь, таким образом, в ней расширяется новый сегмент. А значит, он будет привлекателен и для инвесторов, которые заинтересованы в том, чтобы вкладывать свои средства в выгодные проекты/

Техногенный прогресс, усложнение социальной структуры, ухудшение экологической обстановки привели к тому, что современный человек постоянно подвергается повышенным нагрузкам, кото-

рые, прежде всего, негативно сказываются на его общем эмоционально-психологическом и физическом здоровье [8]. Избежать этого пагубного влияния позволяет осознание важности себя как индивидуума, пристальное внимание к собственному самочувствию и здоровью.

Литература:

1. Юрченко А.Л., Актуальные задачи физической культуры в современном обществе / А.Л. Юрченко, материалы XVIII МНК «Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения», РФ, г. Липецк, 2015 г., стр. 102–106.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2015. – 736с.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учеб. / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2015. – 456 с.
4. Поддержка профессионального спорта ПАО «Газпром» [Электронный ресурс <http://www.gazprom-neft.ru/social/sport/> / (дата обращения 06.05. 2017)].
5. Следующие миллионеры [Электронный ресурс: <http://NetWay.org/mlm/sleduyushhie-millionery/> / (дата обращения 06.05. 2017)].
6. Возможности индустрии здорового образа жизни [Электронный ресурс: <http://www.nnpcto.ds62.ru/page61422/> / (дата обращения 06.05. 2017)].
7. Эволюция использования средств массовой информации в пропаганде здорового образа жизни [Электронный ресурс: <http://www.p-marketing.ru/publications/applied-marketing/audience-research/smi-i-zdorovje/> / (дата обращения 06.05. 2017)].
8. Фитнес-тренды 2016 года [Электронный ресурс: <http://consulting-forfitness.ru/new-fitness-trends/> / (дата обращения 06.05. 2017)].

СЕКЦИЯ «ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ»

Ответственный редактор

М.А. Морозов, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Лукьяненко Н.А.,

аспирант

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: nat.r.fia@mail.ru

Научный руководитель:

Стыцук Р.Ю.

д.э.н., профессор

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

Продвижение экологического туризма в волгоградской области на примере природного парка «Волго-Ахтубинская пойма»

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы по продвижению экологического туризма в Волгоградской области на примере природного парка «Волго-Ахтубинская пойма». Развитие экологического туризма в регионе благодаря предложенному PR-проекту позволит привлечь внимание к проблемам охраны окружающей среды, будет способствовать внедрению экотехнологий не только в туридустрии, но и в других отраслях экономики, т.е. станет одним из главных направлений экологической модернизации России.

Ключевые слова: природный парк, экологический туризм, ответственный туризм.

Lukyanenko N.A.,
*PhD student,
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Scientific advisor:
Stytcuk R.Yu.,
*PhD, Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Promotion of the environmental tourism in the volgograd region on the example of the natural park «Volgo-Ahtubinskaya pojma»

Abstract: The article presents the main results of research work on promotion of ecological tourism in the Volgograd region based on the nature park «Volga-Aktuba Floodplain». The development of ecotourism in the region due to the PR-project will help to attract attention to the problems of the environment, will help to use ecotechnologies not only in tourism, but in different fields of economics, because it will become the main stream of ecomodernisation of Russia.

Keywords: nature park, ecotourism, sustainable tourism.

Туризм – это достаточно динамичная отрасль бизнеса, и, несмотря на кризисные изменения, произошедшие за последние годы в России, оборот средств в этой области экономики увеличивается. В современных рыночных условиях острой проблемой является поиск и разработка конкурентоспособных видов туристской деятельности. Одним из наиболее перспективных направлений в развитии туризма и связанных с ним сфер можно назвать экологический туризм.

Главным объектом экотуризма являются особо охраняемые природные территории, определяемые в российском законодательстве как «участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или

частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны». [1, стр. 38]

Рассмотрим один из интереснейших регионов с точки зрения геологии, зоологии, флористики, развития сети особо охраняемых природных территорий – Волгоградскую область. Природно-ресурсный потенциал региона оценивается учеными как высокий, поэтому для сохранения и поддержания экосистем необходимо развивать регулируемый туризм.

Объектом нашего внимания будет природный парк «Волго-Ахтубинская пойма», который расположен в северной части Волго-Ахтубинской поймы – одной из крупнейших в мире речных долин, образованной рекой Волгой и ее большим рукавом Ахтубой. Для поддержки и развития экотуризма в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма», необходима реализация проекта, который привлечет городскую, областную и государственные власти, частных лиц и заинтересованных инициативных граждан (волонтеров).

Задачи, которые необходимо решить для осуществления заданной цели:

1. координирование коммуникаций для продвижения богатого туристского потенциала Волгоградской области и данного парка
2. постоянное присутствие администрации парка в информационном поле;
3. вовлечение жителей в процесс распространения информации о своей области и указанной конкретной территории как о туристическом продукте;
4. привлечение инвестиций всех уровней.

Использованные методы: системный подход, сравнительного и исторического анализа, наблюдение, описание и интерпретация фактов, процессов и явлений, сплошная выборка и контент-анализ собранных материалов. Проект планируется долгосрочный, более 1 года.

Поскольку PR в туризме в настоящее время являются наиболее эффективным способом продвижения (комплекса мер, направленных на реализацию туристского продукта), мы предлагаем Программу по продвижению экологического туризма средствами PR и рекламы на территории «Природного парка «Волго-Ахтубинская пойма». Необходимость осуществления указанного PR-проекта основывается на проведенном автором научной работы социологического исследования (анкеты на самозаполнение и Интернет-опрос) жителей городов Волгоград и Волжский Волгоградской области (203 респондента: мужчины – 86, женщины – 117; от 16 до 65 лет), в

результате которого было выявлено, что почти 55% знают/предполагают, что такое экотуризм, а порядка 17% – бывали в экотурах. Полученная информация подтвердила, что экологический туризм недостаточно востребован. Низкий спрос вызван малым количеством предложений туроператоров и неосведомленностью населения об экотуризме.

При анализе замечаний респондентов были выявлены следующие интересные факты: увеличение числа экотуристов возможно за счет детей, поскольку родители заинтересованы в их экологическом воспитании и просвещении; некоторые респонденты отметили, что «экотуризм является веянием моды» (поэтому необходима информационная кампания для развенчания данного мифа); некоторые респонденты отказались бы от экотура, если добавленная стоимость за экологически безопасный туризм была высокой; а также потому, что не готовы соблюдать требования, связанные с охраной окружающей среды. [2, стр. 128]

Деятельность в рамках данной Программы по продвижению экологического туризма средствами PR и рекламы на территории «Природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» можно подразделить на несколько этапов:

1. повышение информированности о туроператоре, предлагающем экотуры в природный парк;
2. презентации туроператора и парка, выложенные на сайте дирекции парка, туроператора;
3. освещение деятельности внутри самой организации (туроператора и парка) посредством опубликования отчетов о совместной деятельности в СМИ разного уровня;
4. поддержание работы сайта; [3]
5. социальная реклама и другие.

Программа по продвижению экологического туризма в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма» должна основываться на уже проводимых мероприятиях, имеющихся ресурсах – природных, исторических, культурных. Основу для продвижения экологического туризма составляют живописная природа, множество рек и озер, разнообразные историко-культурные памятники, благоприятная экологическая обстановка, богатые дары природы. Стоит отметить высокую историческую ценность парка: Историко-культурное наследие природного парка «Волго-Ахтубинская пойма» (представлено 168 объектами).

Просветительский потенциал природного парка эффективно используется в работе школ и детских садов, ВУЗов и детских экологических объединений. За 10 лет существования Парка сотрудниками было проведено более 3000 бесед и лекций, охвачено более 15 000 слушателей. Администрация природного парка уделяет особое внимание вопросам экологического образования подрастающего поколения. Для реализации предложенного проекта необходимо создать некоммерческую организацию «Зеленое эхо», целью которой является объединение усилий граждан, организаций и членов «Зеленого эхо» для содействия сохранению и восстановлению природного и культурного наследия человечества, обеспечения экологической безопасности и устойчивого развития.

«Зеленое эхо» – общественная организация; вся деятельность основана на законодательстве Российской Федерации. Основные направления деятельности: привлечение внимания общественности, СМИ и власти к экологическим и социально-экономическим проблемам «Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма»; реализация социальной рекламы об экологическом туризме; привлечение к партнерству других НКО; проведение PR-кампании по продвижению экотуризма на территории «Волго-Ахтубинской поймы»; поиск инвесторов, как российских, так и зарубежных. НКО «Зеленое эхо» в рамках реализации PR-проекта будет осуществлять информационно-рекламную деятельность, заниматься вопросами охраны окружающей среды, взаимодействуя с Администрацией парка. Также данная организация будет поддерживать развитию экскурсионного бюро, реорганизовав существующее. Формирование экотуров должно происходить с учетом потребностей туристов и возможной рекреационной нагрузкой на экосистемы парка.

В настоящее время практическая работа по организации экотуризма на особо охраняемых природных территориях Российской Федерации и в природных парках носит бессистемный характер, что связано, в первую очередь, с незнанием и непониманием сущности этого вида туризма, его новизной. Вследствие этого природный потенциал используется весьма ограниченно. Разработка комплекса мер по управлению этой отраслью, включающих создание организационного механизма взаимодействия, экономическую и социальную обоснованность мероприятий по продвижению экопродукта позволит максимально реализовать возможности экологического туризма на ООПТ и природных парков нашей страны, а также сохранить быт малых народов и уникальные природные

объекты. Благодаря реализации PR-проекта, во-первых, повысится осведомленность о возможностях экологического туризма в Волгоградской области, во-вторых, это станет шагом на пути к всеобщему экологическому образованию и воспитанию. Поэтому практическая значимость научной работы характеризуется тем, что основные положения и результаты, представленные в ней, могут использоваться при планировании приоритетных направлений деятельности по продвижению и развитию экологического туризма в природном парке «Волго-Ахтубинская пойма», улучшении рекламного обеспечения деятельности ООПТ, поддержании экологического равновесия таких территорий.

На основании представленной выше информации можно утверждать, что ООПТ «Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» является одним из наиболее перспективных объектов для инвестирования в туристской отрасли экономики региона, при этом очень важно формирование целостного имиджа территории «Волго-Ахтубинская пойма» как пригодной для экологического туризма. [4, 156]

Итак, развитие экологического туризма в регионе позволит привлечь внимание к проблемам охраны окружающей среды, будет способствовать внедрению экотехнологий не только в туристской отрасли, но и в других отраслях экономики, т.е. станет одним из главных направлений экологической модернизации России.

Литература:

1. Храбовченко В.В.: Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2012
2. Хуусконен Н.М. Практика экскурсионной деятельности. – СПб.: Герда, 2013.
3. Официальный сайт парка «Волго-Ахтубинская пойма», дата обращения 11.04.2017.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2013.

Мотагали Я.Б.,
*аспирант,
старший преподаватель
кафедры «Экономика и управление»
Институт непрерывного образования,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации;
г. Москва, Россия
e-mail: yanina-motagali@yandex.ru*

Особенности управления отношениями с потребителями в сфере туризма

Аннотация: в статье приведены результаты исследования особенностей формирования длительных постоянных отношений компаний с существующими потребителями. Указана необходимость и важность формирования лояльности для построения эффективной системы удержания потребителей. Выделены основные инструменты, составляющие комплекс маркетинга в туристском бизнесе.

Ключевые слова: маркетинг отношений, лояльность, удовлетворенность, потребитель, туристская компания, исследование

Motagali YA.B.,
*PhD student,
Institute of Lifelong Education;
Senior Lecturer of the department
of «Economics and Management»
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: yanina-motagali@yandex.ru*

Features of consumers relationship management in tourism

Abstract: article cites the results of studies of the formation of long-standing relationship of companies with existing customers. Indicated the necessity and importance of forming loyalty for constructing an effective system of customer retention. Singled out the main tools that make up a complex of marketing in the tourist business.

Keywords: relationship marketing, loyalty, satisfaction, consumer, travel company, research.

Рост внимания к проблеме формирования и управления отношениями с потребителями в российских туристских компаниях определяется тем, что наличие базы постоянных, лояльных потребителей становится фактором успешной деятельности на туристском рынке, главным условием конкурентоспособности. В настоящее время на высоко конкурентном туристском рынке целенаправленная работа по формированию лояльности и управлению отношениями с потребителями туристских услуг, по существу, является одним из основных направлений работы туристской компании. Являясь нематериальным активом, высокая потребительская лояльность является фактором повышения основных показателей деятельности туристской компании – ее стоимости, оборота, прибыли. Не имеющие устойчивой, лояльной потребительской базы туристские компании значительно уступают свои позиции на рынке своим конкурентам, которые активно проводят работу в данном направлении. В зарубежных странах, таких как Германия, Швейцария, Швеция, созданы и используются национальные индексы удовлетворенности потребителей на базе которых осуществляется многоотраслевая количественная оценка удовлетворенности. В сфере туризма России большинство мелких и средних туристских компаний не имеют еще достаточного эмпирического опыта управления отношениями с потребителями туристских услуг в условиях современного конкурентного рынка.

Для удержания потребителей на туристском рынке необходимо создать условия для управления лояльностью. Маркетинг отношений оправдан только в тех отраслях, где присутствует высокая заинтересованность клиента в долгосрочных отношениях и очевидна его значимость для продавца. Клиентский капитал складывается из связей и устойчивых отношений с потребителями и клиентами. Данный вид капитала является нематериальным активом, не имеет объективной рыночной стоимости, с трудом определяется его роль в формировании стоимости. В настоящее время не существует эффективного инструмента управления нематериальными ресурсами, измерения их эффективности и контроля механизма функционирования. В России говорить о массовой клиентоориентированности компаний пока нельзя. Автор видит причины данного явления в невысоком уровне лояльности российских потребителей из-за несформированности потребительских классов, когда обладание определённым товаром становится символом

принадлежности к определённому классу, и наличия малого количества компаний с чёткой идентичностью и позиционированием.

Во многих российских туристских компаниях осознают необходимость и важность формирования лояльности, однако не всегда удаётся построить эффективную систему удержания потребителей и повышения их лояльности. Это подтверждается результатами исследования компании Siebel Systems, в котором приняли участие 1637 респондентов. Исследователи поставили цель выявить в российских компаниях тенденции управления отношениями с клиентами и оценить степень интеграции клиентского сервиса, маркетинга и продаж. Было выявлено, что методики повышения лояльности существуют в 72,8% опрошенных российских компаний, но очевидную выгоду приносит лишь 31% данных программ (рис. 1).



Рисунок 1 – Эффективность методик удержания клиентов в российских туристских компаниях

Методики оценивания удовлетворенности клиентов были выявлены менее чем в половине компаний, что свидетельствует о необязательности по мнению респондентов отслеживания удовлетворённости взаимодействия клиентов с компанией (рис. 2.)

Лишь небольшая часть респондентов отметила, что их компании регулярно измеряют удовлетворённость клиентов с применением ав-

томатически сгенерированных отчётов. В некоторых организациях отчёты готовятся сотрудниками вручную. В трети компаний удовлетворённость не измеряется вовсе. (рис. 3.)



Рисунок 2 – Оценка удовлетворенности клиентов в российских туристских компаниях

Причинами подобного отношения к лояльности клиентов являются непонимание руководителями экономического значения лояльности потребителей и неотработанные системы, и схемы управления. Подтверждением являются результаты исследования, проведённого автором среди региональных туристских компаний.



Рисунок 3 – Частота измерения удовлетворенности в российских туристских компаниях

Около половины участников анкетирования не согласились с тезисом о том, что покупателя невозможно сделать лояльным, и подтвердили, что лояльные потребители гарантируют стабильность работы предприятия. С целью их сохранения возможно проведение специальных мероприятий и использование таких ценовых методов, как специальные цены или скидки. Однако в случае постоянного использования ценовых методов потребители начинают покупать товары только в периоды акций и скидок, и, в этом случае, окупается не более 16% затрат на мероприятия ценового продвижения.

Многими респондентами ставится под сомнение факт экономической выгоды постоянных потребителей. Однако более половины респондентов не согласны с тем, что постоянные потребители обходятся дешевле, поскольку скидки и меры по их удержанию предполагают снижение доходов и рост дополнительных расходов. Таким образом для России более актуальной является проблема формирования эффективных систем управления потребительской лояльностью и оценка их экономического значения. Не менее важной остаётся проблема выбора соответствующих показателей и программ лояльности, методов измерения их эффективности.

В настоящее время в России период становления рынка туристских услуг сменяется нарастанием конкуренции за потребителей. Для занятия лидирующих позиций компаниям приходится вкладывать значительные средства в привлечение и обучение сотрудников, наладку бизнес-процессов, формирование системы дистрибуции, построение бренда, улучшение системы маркетинга. В туристских компаниях маркетинг начал рассматриваться в качестве метода управления коммерческой деятельностью и исследования рынка туристских услуг сравнительно недавно.

Однако в последнее время наблюдается рост числа программ удовлетворения потребностей клиентов. Согласно прогнозам, со временем маркетинг в России также, как и за рубежом будет направлен на скоординированный пакет программ и продуктов, ориентированных на увеличение эффективности туристской деятельности. Основой реформирования маркетинговой политики турбизнеса должно стать понимание того, что капитал, вложенный в маркетинг, должен приносить прибыль.

В связи с этим появляется такое понятие как «управление маркетингом», суть которого заключается в рационализации маркетинга и его интегрировании в систему управления всеми аспектами деятельности туркомпании.

Развитие концепции «управления маркетингом» должно привести к его совершенствованию, рационализации и интеграции во все

этапы производственного процесса, начиная с создания турпродукта и заканчивая его продажей потребителю. В чем же специфика комплекса туристского маркетинга? Можно выделить основные инструменты (5P), составляющие комплекс маркетинга в туристском бизнесе:

1) *Специфический туристский продукт*. Здесь отметим, что в туристском маркетинге нельзя ограничиваться традиционным пониманием туристского продукта в виде путевки как юридического носителя туристской деятельности. Турпродукт необходимо рассматривать в качестве процесса решения проблем конкретных потребителей в определенное время.

2) *Корпоративная культура турфирмы*. Мотивация сотрудников, их ценностные ориентиры, система внутренних коммуникаций придают турпродукту дополнительную ценность, по мнению потребителей.

3) *Процесс выбора туристского продукта* способен превратить разовую покупку путевки из случайного события в элемент развития длительных отношений.

4) *Имидж туристской компании*. Положительный имидж формирует у потенциального потребителя представление о туркомпании как о надёжном партнёре, без чего невозможно осуществить продажу турпутёвки.

5) *Активность потребителей*. Туристский бизнес в значительной степени зависит от мнения потребителей, поэтому здесь очень важны мероприятия по созданию группы позитивно настроенных и лояльных потребителей, готовых активно делиться своим мнением о компании.

Из сказанного выше очевидно, что комплекс маркетинга в туризме является сложной системой, состоящей из специфического турпродукта, процесса его выбора и реализации, корпоративной культуры, имидж турфирмы и активных потребителей.

Касательно качественной составляющей туристского бизнеса стоит отметить, что вне зависимости от модели поведения потребителя, для него остаётся важным качество туристского продукта, как результата коллективного труда, объединяющего усилия множества предприятий и отраслей, задействованных в его создании. Главное содержание туристского продукта – это комплекс услуг, состоящий из трех основных: а) услуг, связанных с организацией туристского путешествия; б) предлагаемых и потребляемых туристских услуг; с) услуг, оказываемых в процессе совершения самого тура.

При этом турфирма берет на себя все хлопоты по выбору и оформлению туристской путевки, дорожных документов, страхованию,

а также представляет интересы потребителя в месте нахождения. Эти услуги являются оболочкой и воплощением основного содержания туристского продукта – процесс совершения тура. Качество сервисного обслуживания также имеет значение для потребителей туристских услуг. В последнее время в качестве сервиса все чаще включают такое понятие, как «присутствие», «близость» турфирмы к клиенту. В него вкладывается быстрота реакции на потребности туриста, гибкость в их удовлетворении, постоянный обмен информацией, а также оптимальность для потребителя туристских услуг компенсации за не оказанные услуги, даже в ущерб интересам туроператора. Такой подход к работе с потребителем туристских услуг дорог, поэтому здесь максимально используются различные информационные и коммуникационные системы: телефонные станции для переадресации вызовов, компьютерные сети и т.д.

Потребители также вкладывают в понятие «качество туристского сервиса» свои субъективные ощущения. Сюда входит отзывчивость персонала, его убежденность в эффективности предлагаемого отдыха и путешествия в целом, а также участие в настроенности и ожиданиях клиента. Поэтому тур-менеджерам необходимо учитывать также психологический фактор при работе с определенными социальными группами потенциальных потребителей туристских услуг в проявлении знаков внимания к посетителям, ведь любой посетитель турагентства – потенциальный клиент. Опыт показывает, что невнимание к качеству туристского продукта в условиях ужесточения конкуренции туристского рынка является разорительным как для туроператора, так и для компании – турагента. Сегодня российские турфирмы вынуждены обращать все большее внимание на обеспечение качества туристских услуг. Двойное значение имеет качество туристского продукта для курортных комплексов, куда приезжают туристы самостоятельно, без заранее оформленных путевок. Для таких компаний неудовлетворенность потребителя качеством туристских услуг повлияет не только на поставщика услуг, но и на дестинацию (место посещения), что приведет к удвоенным потерям. Для того чтобы обеспечить нужный уровень качества туристских услуг, компаниям необходимо создавать службы работы с потребителями, основным назначением которых является анализ рекламаций, в основном в онлайн среде.

В заключение необходимо отметить, что нельзя управлять тем, что не поддается измерению и контролю. Без системы измерения качества услуги, ее анализа и контроля туристский менеджер не сумеет оценить текущую позицию своей компании или туруслуги и опреде-

литель, выполнила фирма поставленные перед ней задачи или нет. Качество услуги представляет собой источник создания ценности турпродукта, как для компании, так и для клиента. В общем и целом, качество услуги сфокусировано на выгодах и преимуществах, которые получает потребитель туристских услуг.

Литература:

1. Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Развитие и усиление конкурентных преимуществ предприятий посредством целенаправленной рекламной деятельности (информационный аспект) // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 5. С. 53–58.
2. Стыцюк Р.Ю. Методические подходы к повышению уровня конкурентоспособности российских организаций на национальном и глобальном рынках // Российское предпринимательство. 2014. № 22 (268). С. 183–191.
3. Мотагали Я.Б. Методические подходы к исследованию и оценке отношения потребителей к компании // Экономика и управление в машиностроении», -М.: Актуальные издательские решения, 2017. № 1.

Гнатенко В.Г.,

*студентка Факультета международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: favorite_victoria@rambler.ru*

Научный руководитель:

Ю.О. Иванова

*преподаватель
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Функционирование гостиничной индустрии в рамках концепции устойчивого развития

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы в рамках концепции устойчивого развития индустрии гостеприимства. Рассмотрены практические примеры из мировой практики такой известной в Европе гостиничной цепи как Marriott. Также проанализировано, какие цели помогает достичь EarthCheck предприятиям гостеприимства, на базе какой организации она основана, и кто содействовал становлению, с помощью какого показателя определяется количество выбросов углерода в окружающую среду той или иной гостиницы.

Ключевые слова: Всемирная Туристская Организация, Всемирный совет по туризму и путешествиям, Marriott, EarthCheck, специализированный научно-исследовательский центр по устойчивому туризму (STCRC), управление эксплуатацией, отельер, HCM1 показатель уровня загрязнённого следа на один занятый номер.

Gnatenko V.G.,
*student of the Faculty of International Tourism,
Sport Business and Hospitality Industry
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: favorite_victoria@rambler.ru*

Scientific advisor:
Ivanova Yu.O.,
*lecturer
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Operation of hospitality industry within the context of sustainable development conception

Abstract: The article presents main results of research work in the framework of the concept of sustainable development in the hospitality industry. There is review practical examples and practices of such well-known hotel chain in Europe as Marriott. Also, we find out about EarthCheck and what goals helps to achieve the hospitality enterprises; on the basis of which organization it founded and who contributed to the formation; using a rate determined by the amount of carbon emissions into the environment of a particular location.

Keywords: United Nations World Tourism Organization, World Travel & Tourism Council, Marriott, EarthCheck, Sustainable Tourism Co-operative Research Centre, operation management, hotelier, HCMИ – Hotel Carbon Measurement Initiative

Тема устойчивого развития становится актуальней с каждым днем. Она обсуждается и развивается, поддерживается (ООН, ЮНВТО, Всемирным советом по туризму и путешествиям) и совершенствуется. Многие предприятия в различных отраслях стараются ориентировать свое производство на экологически чистое сырье или технологии, разрабатывают бизнес планы, в которых делаются первые попытки внедрения устойчивого развития в финансовом балансе, социальном и экологическом аспекте с целью содействия ответственного принятия управленческих решений на ближайшую и долгосрочную перспективу. Данный процесс не обошел стороной и гостиничный сектор. Главными

«первопроходцами» и «проводниками» в данной отрасли являются крупные мировые гостиничные цепи.

Ярким примером может служить такая известная гостиничная цепь как Marriott. Европейские специалисты по социальной ответственности в Marriott отмечают, что их подход к устойчивости становится все более стратегическим. Они сосредотачиваются не на количестве программ, а на их качественных показателях. Гостиницы Marriott составляют тщательные планы по управлению энергопотреблением на месте, установлению целевых показателей по сокращению потребления воды, энергии и снижению выбросов отходов. Совместно с Siemens и Kiwi Power они разрабатывают программы по уменьшению потребления энергии. В то же самое время они вовлекают местное население в работу своих отелей, обучая их, внедряя местные экологические виды транспорта (например, рикши), но совершенствуя их. Это находит свое отражение в экономическом плане (повышение уровня занятости населения) и экологическом (уменьшая выбросы).

У отелей есть различные новые инструменты и ресурсы для поддержки целей устойчивого развития по потреблению энергии и воды. Благодаря партнерству с Siemens, Marriott реализует программу оптимизации энергопотребления в Европе. В ходе первого этапа проекта, который включает 20 отелей, Marriott и Siemens будут проводить мониторинги по эффективности использования энергии и, соответственно с данными, будут оптимизировать системы управления потребления. Кроме того, Marriott инвестировал в два инновационных проекта, один из них находится в Бразилии, другой – в Китае. И это несмотря на то, что деятельность их отелей никак не связана с данными проектами. Но они твердо убеждены, что данные инвестиции помогут смягчить прямое и косвенное воздействие на окружающую среду их бизнеса. [1]

Несмотря на то, что гиганты гостиничной индустрии все больше ориентируют свою работу на устойчивое развитие, ключевыми и главными силами этой концепции являются ПАТА, WTTC и WTO. Существует EarthCheck – это международная консультативная группа по международному туризму, которая была разработана в интересах крупнейшего в мире специализированного научно-исследовательского центра по устойчивому туризму (STCRC).

Она помогает предприятиям достичь:

- повышения эффективности предприятия, снижения производственных затрат, повышения эффективности и управления активами;
- применения оптимальных вариантов технологий;

- снижения риск-менеджмента;
- усовершенствования уровня обеспечения, включая повышение энергоэффективности и снижение выбросов отходов;
- лучшего понимания ожиданий и потребностей клиентов, местных сообществ, акционеров и персонала;
- ответственного управления логистической цепью поставок и закупок;
- эффективного управления и отчетности.

Их флагманский продукт, сертифицированный EarthCheck, помогает клиентам более чем в 70 странах получить более 500 миллионов долларов в эксплуатационных расходах, а также снизить негативное воздействие на окружающую среду. [2]

Почему отели развивают концепцию «устойчивости» и почему это так важно? Какие существуют современные тенденции в управлении эксплуатации? Эту тему мы уже затронули в предыдущих пунктах. А сейчас рассмотрим подробнее.

Идеи управления удобствами в сфере гостеприимства в значительной степени сосредоточены на оптимизации операционной эффективности (и как результат происходит экономия затрат в трех основных областях: энергетика, вода и отходы). Рассмотрим каждый аспект отдельно.

Энергетика. Отели потребляют энергию для систем HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning – нагревание, вентиляция и кондиционирование воздуха), освещения, топлива для приготовления пищи и для других нужд. С точки зрения объекта управления, большое внимание уделяется снижению энергоемкости, которая может быть осуществлена при помощи инженерно-технического подхода.

Мерами повышения энергоэффективности являются: модернизация освещения, минимизация подключаемых нагрузок и герметизация здания, усовершенствование техники и поставки оборудования, правильная калибровка датчиков, устранение одновременного нагрева и охлаждения, поддержание необходимой вентиляции здания. А также внедрение последних достижений в области технологий, касающихся возобновляемых источников энергии (солнечной, геотермальной, ветровой и т.д.), которые являются альтернативным источником энергии на уровне отдельного объекта.

Вода. Отели потребляют воду для базовых нужд (ванная комната, рестораны, прачечные), для нужд специального назначения, т.е. функционирования отеля, (HVAC, полива, уборки, ремонта). Соответственно, при работе отеля неизбежны выбросы. Это, так называемые,

«серые» воды (следствия хозяйственной деятельности) и «черные» воды (канализация). Типичные меры по сохранению водных ресурсов, которые используют отельеры, это модернизация сантехники, систем водоснабжения (вторичное использование воды/ использование дождевой воды для обработки, орошения), HVAC систем.

Отходы. Результатом «жизнедеятельности» отеля являются отходы от строительства и ремонта, расходные материалы (батарейки, бумага), товары длительного пользования (бытовая техника, мебель), отходы ресторанов или кафе, опасные материалы (моющие растворы, люминесцентные лампы). Отельеры используют различные стратегии по сокращению, вторичному использованию и переработке отходов, чтобы свести к минимуму обработку и транспортные расходы. Продавцы все шире предоставляют «waste-to-energy» сервис по переработке, в результате чего отходы будут перерабатываться в альтернативные источники энергии, такие как природный газ, биодизельное топливо, которые будут продаваться отельерами по низким ценам. В дополнение к трем основным областям деятельности развиваются следующие направления: устойчивые закупки, внутреннее экологическое качество окружающей среды (акцент делается на качестве воздуха и химической очистке продукта), а также программы обучения персонала (что способствует более высокой производительности и более высокому уровню удовлетворенности сотрудников (т.е. их удержанию на работе)).

Количество ресурсов, помогающих отельерам решить данные задачи, разнообразны. Эти ресурсы предоставляются международными организациями, публичными учреждениями (национальные и местные органы власти), экологическими фирмами, архитектурными и инженерными консалтинговыми компаниями, энергетическими компаниями, коммунальными предприятиями, торговыми организациями и другими субъектами.

Кроме того, растет количество программ экологической сертификации, направленных на гостиничный сектор. Данные программы можно разделить на несколько больших категорий:

- 1) экологические программы, ориентированные на индустрию гостеприимства;
- 2) программы, направленные на экологическое строительство и эксплуатацию;
- 3) зеленая сертификация продукции по стандартам. [3]

Что касается российской практики применения концепции устойчивого развития, то она мало изучена, т.к. индустрия гостеприимства – молодой сектор экономики в России. Это обусловлено рядом

факторов: экономическая вовлеченность; политические условия развития; социальная ответственность у населения, предпринимателей, владельцев отелей; информационная осведомленность; развитие гостиничной индустрии; вовлеченность в мировой сектор индустрии гостеприимства.

Согласно HCMI, показатель уровня загрязненного следа на один занятый номер (HCMI Rooms Footprint Per Occupied Room (kgCO₂e)) в Российской Федерации низкий (45.58-83.96). HCMI – это надежная и всеобъемлющая система, с помощью которой определяется количество выбросов углерода в окружающую среду той или иной гостиницей.

23 мировых лидера в гостиничной индустрии совместно с WTTC и International Tourism Partnership, с техническими экспертами KPMG разработали общую методологию – «HCMI». Данная методология полностью соответствует 12-му пункту целям устойчивого развития ООН – «Ответственное потребление и производство». [4]

Обеспечение устойчивости находится внутри самого бренда. Из перечисленного понятно, что начинать бизнес необходимо с рассмотрения самых основ. При проектировании собственного отеля необходимо убедиться, что команда по дизайну включает смарт-оперативную практику с самого первого дня. Хорошие эксплуатационные характеристики являются прямым отражением дальнейшего устойчивого функционирования отеля.

Таким образом, можно заключить, что международное сообщество предпринимает различные способы внедрения устойчивого развития в мире, чтобы каждому было комфортно жить.

Литература:

1. International Tourism Partnership [Электронный ресурс: <http://www.greenhotelier.org/best-practice-sub/industry-leaders/hemmar-varma-marriott-international/> (дата обращения: 14.05.2017)].
2. International Tourism Partnership [Электронный ресурс: <http://www.greenhotelier.org/best-practice-sub/industry-leaders/stewart-moore-earthcheck/> (дата обращения: 14.05.2017)].
3. Kevin A. Goldstein, Ritu Vasu Primlani, «Current trends and opportunities in hotel sustainability», HVS Sustainability Services, 2012, с.9.
4. World Travel & Tourism Council (WTTC) [Электронный ресурс: <https://www.wttc.org/mission/tourism-for-tomorrow/hotel-carbon-measurement-initiative/> (дата обращения: 14.05.2017)].

Кудрявцева А.В.,
*студентка Факультета международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: kudryavtzeva.anna@gmail.com*

Научный руководитель:
Р.Ю. Стыцюзк
*д.э.н., профессор
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Smart-технологии в формировании образа выпускника будущего на примере туризма и гостиничного бизнеса

Аннотация: В статье отражены ключевые моменты внедрения Smart-технологий в рамках высшего образования. Выявлены основные проблемы процессов внедрения «умных» технологий в рамках сферы туризма, спорта и гостиничного бизнеса и предложены варианты практического применения данных технологий. В рамках проведенного автором опроса среди студентов определены основные перспективы развития Smart-технологий и дальнейшего будущего высшего образования.

Ключевые слова: Smart-технологии, высшее образование, туризм, будущее, выпускники, перспективы.

Kudryavtseva A.V.,
*student of the Faculty of International Tourism,
Sport Business and Hospitality Industry
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: kudryavtzeva.anna@gmail.com*

Scientific advisor:
Stytcuk R.Yu.,
*PhD, Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Smart-technologies in forming the image of the graduate of the future on the example of tourism and hotel business

Abstract: The article describes the key points of the introduction of Smart-technologies in higher education. There are main problems of introduction of «smart» technologies in the sphere of tourism, hospitality and sport, offered ways of practical application of these technologies. Within the framework of the survey among students was identified the main prospects for the development of Smart technologies and the future of higher education.

Keywords: Smart technologies, higher education, tourism, future, graduates, prospects.

Технологические инновации, давно являющиеся отличительной чертой академических исследований, теперь могут изменить тот способ, которым пользуются в процессе обучения университеты и сами учащиеся. У образовательных учреждений, которым поручено готовить выпускников к дальнейшему успешному участию в современном рынке труда, возможности очень обширны. [4] Дистанционное образование, сложные системы управления обучением и возможность сотрудничать с исследовательскими партнерами со всего мира являются лишь некоторыми из преимуществ трансформации, которые охватывают университеты.

Но и здесь вырисовываются серьезные проблемы. Для всех своих преимуществ Smart-технологии остаются подрывной инновацией –

и дорогостоящей. Преподаватели, которые преподавали в одном направлении, могут не хотеть тратить время на изучение новых методов и могут не иметь бюджета для необходимой поддержки. В данной статье рассматривается роль технологии в формировании будущего высшего образования.

Ни одно поколение так не разбирается в онлайн-технологиях, чем сегодняшние молодые люди – «цифровые аборигены», которые выросли в условиях захватывающей компьютерной среды. Там, где тетрадь и ручка могли составлять набор инструментов предыдущих поколений, сегодняшние студенты приходят в класс, вооруженный смартфонами, ноутбуками и iPod. Эта эпоха всепроникающих технологий имеет серьезные последствия для высшего образования. [2]

Почти две трети (63%) респондентов говорят, что технологические нововведения окажут значительное влияние на методологию обучения в течение следующих пяти лет.

«Технологии позволяют учащимся гораздо больше заниматься построением собственных знаний, а когнитивные исследования показывают, что возможности являются ключом к успеху обучения», – говорит вице-президент Queens College из Нью-Йорка по институциональному развитию Сьюзан Хендерсон.

Дипломные программы онлайн и дистанционного обучения завоевали прочные позиции в университетах всего мира. То, что когда-то считалось нишевым каналом для доставки образовательного контента, быстро стало основной тенденцией, создавая более широкий доступ к образованию, новым рынкам контента и расширенным возможностям получения дохода для академических учреждений. Шестьдесят процентов опрошенных говорят, что технологические изменения, происходящие в нашей среде, изменят восприятие университета от одномерной (физической) концепции до многомерной (физической и сетевой). «Учащиеся юридических школ, обучающихся по гибридным программам, которые интегрируют дистанционное и внутриклассное образование, превосходят тех, кто учится исключительно в одной среде», – говорит Том Делани, заместитель декана и директор по информационным технологиям юридического факультета Нью-Йоркского университета (NYU). [7]

Хотя университетские работники рассматривают эти изменения как имеющие в целом положительное влияние, многие учреждения борются с двойными проблемами роста затрат на информационные технологии и необходимостью избежать технологического устаревания. Кроме того, нехватка ресурсов, нехватка квалифицированного персонала по проектированию и другие вопросы технологической под-

держки могут также препятствовать внедрению новых технологий. Несмотря на эти проблемы, большинство полагает, что технология будет все больше вплетаться в ткань академической жизни.

Когда респондентов Нью-Йоркского университета попросили сравнить различные коммуникационные технологии, 52% респондентов заявили, что инструменты онлайн-сотрудничества внесут наибольший вклад в улучшение качества образования в течение следующих пяти лет, тогда как 48% указывают на динамичную доставку контента и Программное обеспечение, которое поддерживает обучение в индивидуальном режиме. Среди других инноваций, которые, по мнению респондентов, могут оказать глубокое влияние на опыт, являются сложные системы управления обучением и улучшенные инструменты для видео и презентаций. [7]

Интересно отметить, что, несмотря на растущий спрос имеющих в распоряжении технологий обучающих инструментов, почти три четверти участников говорят, что наибольшая потенциальная выгода от технологий – это нечто гораздо более простое, а именно расширенный доступ к образовательным и справочным ресурсам, которые они обеспечивают.

Согласно результатам опроса, проведенном в рамках данного исследования среди обучающихся 1–3 курсов, среди средств коммуникаций, которые, как ожидается, будут совершенствоваться в течение ближайших пяти лет, станут инструменты онлайн-сотрудничества, программное обеспечение, поддерживающее индивидуальное обучение, и системы управления обучением. Ожидается, что в течение этого периода использование Web 2.0 технологий, таких как вики, обмен мгновенными сообщениями и социальные сети, которые оказали влияние на улучшение возможностей подключения во многих аспектах и которые в настоящее время используются в большом количестве учреждений, сократятся. Члены профессорско-преподавательского состава, администраторы и ИТ-директора также должны изучать, как веб-приложения и бесплатное ПО, так и документы Google, так как они могут повысить эффективность и сократить расходы. [6]

Наконец, респонденты предвидят интересный диапазон возможностей относительно того, как технология, скорее всего, повлияет на будущие образовательные предложения, подкрепленные инновационными исследованиями факультетов, вовлечением студентов и стремлением к академическому сотрудничеству. В течение следующих пяти лет 56% респондентов ожидают увидеть большее количество междисциплинарных специальностей, сочетая, например, туризм и экологиче-

ские исследования, а 26% предвидят более широкое межвузовское сотрудничество между студентами из разных учреждений. Если заглянуть за рамки пятилетнего периода, то более 1/3 всех респондентов заявили, что студенты смогут разрабатывать индивидуальные учебные программы либо в рамках своего собственного университета, либо путем комплектации курсовых работ из разных учреждений. И более половины видят, что издательский мир развивается в результате всех этих событий, то есть учебники и печатные документы в конечном итоге заменятся онлайн-материалами.

В данный момент можно выделить следующие проблемы внедрения Smart технологий в образовательный процесс, затрагивающий сферу туризма, спорта и гостиничного бизнеса: во-первых, это недостаточная осведомленность самих обучающихся о возможностях «умных» технологий (по итогам проведенного опроса среди обучающихся 1–3 курсов Финансового университета в среднем только 25% видят позитивные перспективы внедрения Smart образования и примерно такое же количество процентов учащихся знают о такой возможности), во-вторых, это ограниченная база самих Smart технологий в рамках данной сферы.

Мною могут быть предложены следующие возможности внедрения Smart технологий в образование в сфере туризма, спорта и гостиничного бизнеса:

1. Удаленные посещения лекций и дистанционные консультации.
2. Внедрение системы контроля посещаемости RFID.
3. Обучение через терминалы в музеях, на выставках и в других общественных местах.
4. Внедрение электронных учебников и планшетных РС.
5. Создание базы онлайн-курсов, затрагивающих конкретно сферу туризма, спорта и гостиничного бизнеса.

В сегодняшней экономике знаний, основанной на технологиях, многие университеты считают, что перед ними стоит новая задача: не только как оснастить учащихся достойным образованием в своей области обучения, но и вооружить их навыками и знаниями, необходимыми для эффективного использования технологий на рабочем месте. [5] Насколько хорошо работают нынешние выпускники? Некоторые ученые предупреждают, что качество отечественного университетского бренда может снижаться. Фактически, только около 40% всех респондентов считают, что нынешние выпускники могут успешно конкурировать на современном мировом рынке.

Вопросы поколений также играют определенную роль в подготовке рабочей силы в будущем. Более десятилетия автор Эми Линч изучала «Поколение Y» (люди, родившиеся между 1982 и 2001 годами, также называемые «миллениалами»), и американскую культуру, формирующую его. Рассматривая общую готовность к работе, она говорит, что «сегодняшние миллениалы открыты для сотрудничества, имеют огромный потенциал для многозадачности и свободны от новых технологий. Но у них, как представляется, более ограниченный опыт самостоятельного принятия решений, чем у прошлых поколений». [3] Чтобы способствовать распространению этого опыта, университетам может понадобиться обеспечить совместные студенческие проекты, которые имеют не только онлайн-учебный компонент, но и определенные области индивидуальной ответственности.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что Smart-технологии окажут значительное влияние на высшее образование. В течение следующего десятилетия передовые технологии поставят образование в сферу охвата еще большего числа людей во всем мире и позволят шире специализироваться в учебных программах и методиках преподавания, чем когда-либо раньше. Наряду с этими преимуществами стоит задача обеспечения инфраструктуры университета, необходимых для поддержки внедрения технологий в преподавательскую структуру. Как всегда, администраторам необходимо будет тщательно взвесить, как расходуются бюджетные средства, решить, какие новые технологии проявляют наибольшую перспективу, и определить, как наилучшим образом поддержать эти технологические достижения, избегая при этом существующего риска устаревания. Наличие высшего качественного образования – необходимое условие адаптации к решению широкого класса жизненно важных задач. Smart образование позволяет расширить возможности развития личности при решении этих задач в ситуациях меняющегося мира. Именно оно, на мой взгляд, формирует творческий потенциал будущего специалиста сферы туризма, столь необходимый в современных условиях.

Но, пожалуй, самый важный вопрос, стоящий перед образовательным миром, – это нечто гораздо более фундаментальное, а именно то, что будет означать, что вы образованный человек в 21 веке. Как показывает наше исследование, эти радикальные технологические изменения эффективно изменяют набор навыков будущей рабочей силы, а также ее подход к работе в целом. В результате обществам всего мира необходимо будет рассмотреть, как использовать эти новые возможности и обеспечить их конкурентоспособность на мировом рынке.

Литература:

1. Алесковский В.В. Концепция дистанционного обучения в вузе – проектная организация и управление /Алесковский В.В., Павлова Т.А., Яновский В.В. //Управленческое консультирование. 2015.- № 3
2. Алетдинова А.А. Развитие Smart-образования как инновационной технологии /Алетдинова А.А., Мельниченко А.А. //Вестник Югорского государственного университета. 2015. Выпуск№ S2 (37)
3. Волкова Е.А. Методические подходы к использованию интерактивных средств в процессе обучения студентов непедагогических специальностей //Образовательные технологии и общество. 2015.-Т. 18, № 3.
4. Новые информационные технологии в образовании: Материалы IX международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 15–18 марта 2016 г.). Екатеринбург, 2016. – 466 с.
5. Поллак Г.А. Smart-образование: новые вызовы и новые возможности //Педагогические и информационные технологии в образовании. 2015.-№ 14.
6. «Machine-to-Machine (M2M) Communications – This Is Going to be BIG!» Stratecast (a division of Frost & Sullivan), May 11, 2010, (<http://www.slideshare.net/FrostandSullivan/machinetomachinecommunications-this-is-going-to-be-big>)
7. «The future of higher education: How technology will shape learning». The Economist Intelligence Unit 2008.

Садыкова Д.М.,

*студентка Факультета международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: sadykovadlr@gmail.com*

Научный руководитель:

М.А. Морозов

*д.э.н., профессор
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Устойчивое развитие туризма в республике Татарстан: особенности, проблемы, перспективы

Аннотация: В данной статье автором анализируется состояние туристской сферы Республики Татарстан и рассматриваются актуальные проблемы и возможные пути их решения для достижения устойчивого туризма в данном регионе.

Ключевые слова: устойчивый туризм, туристская инфраструктура, волонтерство, муниципальная политика, событийный туризм, международное сотрудничество, инвестиции.

Sadykova D. M.,
*student of the Faculty of International Tourism,
Sport Business and Hospitality Industry
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: sadykovadlr@gmail.com*

Scientific advisor:
Morozov M.A.,
*PhD, Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Sustainable tourism development in the republic of Tatarstan: features, problems and perspectives

Abstract: In the article the author analyzes tourism condition in the Republic of Tatarstan and describes the actual problems and possible ways of their solutions in order to achieve sustainable tourism in this region.

Keywords: sustainable tourism, tourism infrastructure, volunteering, municipal policy, event tourism, international cooperation, investments.

Республика Татарстан является одним из лидирующих регионов РФ в сфере туризма, занимая 3 место по количеству принимающих туристов. Согласно статистике, ежегодный темп прироста турпотока в республику в среднем составляет 13,5 %, а темп прироста объема реализации услуг – 17,0 %. Объем оказанных услуг в этой сфере в 2016 году составил 10 831,5 млн. руб. [1]. Анализ текущего состояния туризма в Республике Татарстан позволил проследить особенности туризма в этом регионе, выявить проблемы, препятствующие успешному развитию туризма в регионе. Так же были предложены возможные пути решения выявленных проблем.

Так как туризм – это один из наиболее прибыльных секторов экономики, очень важна государственная основа. 20 марта 2014 года была создана отдельная государственная структура – Государственный комитет по туризму Республики Татарстан. Следом за этим, 21 июля 2014 года постановлением Кабинета Министров РТ была утверждена

Государственная программа «Развитие сферы туризма и гостеприимства в РТ на 2014–2020 годы».

Успешное развития сферы туризма требует наличия хорошо развитой инфраструктуры и достаточного количества туроператоров и турагенств. На конец 2016 года на территории республики насчитывалось 104 туроператора.

На 1 января 2017 года на территории Татарстана функционирует 404 коллективных средства размещения. По итогам анализа гостиничного рынка, проведенного Центром развития туризма Республики Татарстан, средняя загрузка гостиниц в 2016 году составила 55%. Процент классифицированных средств размещения от их общего числа в 2016 году вырос с 32 процентов до 88 и на 28-е января составлял 90%. Суммарное количество мест в коллективных средствах размещения по республике – 38 973 койко-места. 46 санаторно-курортных учреждений, вместимостью 8847 койко-мест, в 2016 году приняло более 160 тысяч человек.

В рамках подготовки республики к событиям мирового значения, был проведен ряд совершенствований:

1. модернизирован аэропорт и построен международный терминал казанского аэропорта
2. создана ветка аэроэкспресса
3. построен Северный ж/д вокзал
4. создано 11 многоуровневых развязок
5. пущен скоростной трамвай по кольцевому маршруту
6. проведен ремонт дорог и улиц Казань
7. построено более 40 современных воздушных пешеходных переходов.

Однако проблема здесь в отсутствии достойного речного флота. Сейчас парк малых судов республики насчитывает лишь 17 единиц, средний возраст которых составляет 40 лет. С 2010 по 2016 год количество обслуженных туристов в речном порту г. Казань варьируется от 71 163 до 133 784 человек. Следует разработать механизм модернизации пригородного речного флота для использования ресурсов рек Волги и Камы в сфере туризма.

На данный момент туризм в Татарстане поддерживается путем продвижения основных туристско-рекреационных центров республики. К ним относятся: Казань, Великий Болгар, остров-град Свияжск, Елабуга, Чистополь, Тетюш. В них прирост туристов по сравнению с прошлым годом составил 45,9 % [2]. На 1 января 2017 года на территории региона проектом «Пять Ветров» планируются или уже существую-

ют следующие туристско-рекреационные кластеры: «Свияжск», «Великий Болгар», «Нариман», «Билярск», «Именьково», «Ямаш» «Камское Устье» и «Рыбная слобода». ТРК «Свияжск» и «Великий Болгар» включены в состав мероприятий федеральной целевой программы. Также в туристский оборот вовлечено наследие Всемирной летней Универсиады. К примеру, стадион «Казань-Арена» в прошедшем году посетило 9500 туристов.

Развитие туризма – это задача не только государства, но и муниципальных образований в частности. В 2016 году Государственный комитет РТ по туризму усилил работу с муниципальными районами республики по созданию туристских маршрутов и программ, а также включению их в предложения туроператоров. В 22 муниципальных образованиях приняты муниципальные программы развития туризма. В 2016 году была продолжена работа по развитию сельского туризма на территории РТ. Госкомитетом совместно с Региональной ассоциацией сельского туризма разработана концепция создания АНО «Центр сельского туризма Республики Татарстан» для включения в государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». Подготовлено 10 методистов-тренеров из числа практиков для обучения предпринимателей технологии сельского туризма.

Есть проблема с незадействованностью населенных пунктов в туристских мероприятиях. По данным переписи 2010 года в Республике Татарстан насчитывается 3113 населённых пунктов, в том числе 22 города, 18 посёлков городского типа и 3073 сельских населённых пункта. Около 300 из них задействованы в туризме [3]. Не столь большие по территории, но не менее богатые культурой и самобытностью, населенные пункты республики не задействованы в процессе. Решить эту проблему можно с помощью государства, государственных и частных инвестиций, развитием событийного туризма.

Чем еще обусловлено успешное развитие туризма в республике? Конечно, это подготовка соответствующих кадров, повышение их квалификации и развитие волонтерского движения. По инициативе Госкомитета РТ по туризму в феврале 2016 года на базе КФУ проведена программа повышения квалификации для специалистов, занимающихся развитием туризма в муниципальных образованиях Республики Татарстан, на тему «Развитие сферы туризма и гостеприимства». Обучение по программе прошли 45 специалистов из 35 муниципальных образований Республики Татарстан. В 2016 году более 100 специалистов, работающих в сфере туризма и гостеприимства РТ, прошли заочное

обучение в рамках проекта «Общенациональная система подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма». Однако загвоздка в отсутствии информации на иностранном языке в объектах туристического обслуживания и в слабом владении обслуживающего персонала английским языком. Решить эту проблему можно усилением подготовки кадров по специальности гид-экскурсовод, акцентированием внимания на иностранном языке в образовательной программе; увеличением количества переподготовок и курсов повышения квалификации. Следует адаптировать информационную составляющую туристских объектов для иностранных туристов. Все должно оформляться на нескольких языках, не только – на русском и татарском, но и английском и китайском (как минимум).

Государственный комитет РТ по туризму активно взаимодействует с «Ассамблея туристских волонтеров РТ», созданной в 2009 году. За 8 лет работы туристскими волонтерами стали более 1500 студентов, обучающихся в профильных высших и средних учебных заведениях Республики Татарстан. Основная цель волонтеров – создать радушную и гостеприимную обстановку для туристов. Госкомитетом совместно с Ассамблеей реализован ежегодный проект «Гостеприимная Казань», задействовавший 190 студентов республики. В городе Казани состоялся Всероссийский форум туристских волонтеров «i.Pro». В форуме приняли участие более 300 (трёхсот) человек из 27 регионов России. Результатом форума стала активизация туристского волонтерского движения не только в этих регионах, но и в целом во всей Российской Федерации.

Что представляет из себя республиканский туристский продукт? Visit Tatarstan – это бренд, представляющий аутентичный образ жизни республики. Портал Республики Татарстан www.visit-tatarstan был обновлен согласно туристической айдентике «Visit Russia». В 2016 году запущена Туристическая служба качества Республики Татарстан – это онлайн-система, позволяющая принимать отзывы и обращения от туристов республики о качестве предоставляемых услуг. В Татарстане активно развивается событийный туризм, и в 2016 году республика заняла первое место среди всех регионов по проведению мероприятий на территории. Были проведены следующие мероприятия:

- Всероссийский фестиваль средневекового боя «Великий Болгар»;
- Казанский международный туристский форум «Ориентиры будущего»;

- Фестиваль «Свияжская Масленица»;
- Гастрономический фестиваль «Вкусная Казань»;
- KAZAN шоу;
- Всероссийская Спасская ярмарка;
- «Свияжская уха»

Следующая задача – продвижение. Количество иностранных граждан, прибывших в Республику Татарстан, увеличилось на 7,5 % по сравнению с показателем 2015 года и составило 250 506 человек. Сегодня доля иностранных туристов в общем турпотоке в РТ составляет 8,6 %. Госкомитетом в 2016 году было организовано 25 рекламно-информационных тура для представителей туристической и СМИ из разных уголков мира с целью личного знакомства с туристскими возможностями и инфраструктурой республики. Госкомитет в 2016 году принял участие в 9 международных туристских выставках в Финляндии, Иране, Китае и России. Состоялись выездные презентации road-show для туроператоров и представителей СМИ в российских городах и в городах зарубежных стран [4]. По результатам 2016 года вышло:

- 70 статей в СМИ России, Финляндии, КНР и Германии
- 1 008 публикаций
- цитируемых публикаций в СМИ – 1385 материалов
- публикаций в печатных СМИ– 2 732
- 217 сюжетов
- 10 интервью
- 7 эфиров на радиостанциях
- 12 пресс-туров в муниципалитеты.

И наконец, для продвижения и развития сферы необходимо финансирование. Татарстан занимает 1-е место в России по инвестиционному климату. На сегодня республика привлекает более 2 млн долларов прямых инвестиций в день. В регион на сегодня уже инвестировали более 16,5 млрд долларов. Доля туризма в этом – одна из приоритетных. В 2016 году улучшается необходимая инфраструктура кластера «Свияжск» и «Великий Болгар». Это происходит за счет внебюджетных средств, при поддержке министерства транспорта и дорожного хозяйства, а также Росморречфлота. В сентябре 2011 года Агентство инвестиционного развития Республики Татарстан вошло в состав Всемирной ассоциации инвестиционных агентств, став первым представителем России. На настоящий момент в Татарстан инвестировали уже более 16 млрд. долларов.

Литература:

1. Итоговый сборник информационно-аналитических материалов [Электронный ресурс] / Государственный комитет по туризму Республики Татарстан // Итоги работы Государственного комитета Республик Татарстан по туризму 2016 год. – Режим доступа: http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_857409.pdf. – (Дата обращения: 3.04.2017).
2. Бердников А. О., Иванов С. Е. Развитие туристской отрасли в Республике Татарстан. – 2015. – №6. – С. 14 – 17. Международный научно-исследовательский журнал. // ISSN 2227-6017 ONLINE. – 2015. – 129 стр.
3. Морозов, М. А. Модель оценки конкурентоспособности туристских дестинаций / М. А. Морозов // Вестник РГТЭУ. – 2012. – № 11(70). – С. 100–108. (ВАК)
4. Сайт Агентства Инвестиционного развития Республики Татарстан [Электронный ресурс: <http://tida.tatarstan.ru> (Дата обращения: 3.04.2017)].
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистике по Республике Татарстан [Электронный ресурс: <http://tatstat.gks.ru/> (Дата обращения: 3.04.2017)].

Небогатикова А.А.,
*студентка Факультета международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: mtsgb@fa.ru*

Научный руководитель:
Р.Ю. Стыцюзк
*д.э.н., профессор
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Особенности использования историко-культурного наследия России в качестве объектов туризма

Аннотация: В данной статье поднимается вопрос о возможности использования объектов историко-культурного наследия России в качестве туристского объекта в целях его изучения и сохранения. Рассматриваются следующие аспекты: проблемы сохранения в настоящее время историко-культурного наследия России, возможность его использования для успешного развития экономики страны в качестве объекта познавательного и других видов туризма.

Ключевые слова: историческое и культурное наследие России, туризм, инвестирование, инфраструктура, реставрация, реконструкция, историко-культурный туризм.

Nebogatikova A.A.,
*student of the Faculty of International Tourism,
Sport Business and Hospitality Industry
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: mtsgb@fa.ru*

Scientific advisor:
R.Yu. Stytcuk
*PhD, Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Features of use of the historical and cultural heritage of Russia as objects of tourism

Abstract: In this article, the question of a possibility of use of objects of the historical and cultural heritage of Russia as a tourist object for his studying and preservation is brought up. Such aspects as preservation problems of historical and cultural heritage of Russia nowadays, the possibility of its use for successful development of the national economy as an object of informative and other types of tourism.

Keywords: historical and cultural heritage of Russia, tourism, investment, infrastructure, restoration, reconstruction, historical and cultural tourism.

На протяжении ряда лет многие авторы систематизировали научные знания в области различных видов туризма (приключенческий, спортивный, деловой, оздоровительный и другие), выявляя организационно-экономические, маркетинговые и институциональные проблемы обеспечения сферы туризма в системе экономики региона в отдельности и страны в целом [1, стр. 157]. Однако нельзя не отметить, что в настоящее время остро встает вопрос о сохранении самих туристских объектов и ресурсов для такого вида туризма как историко-культурный, представляющий собой «туристическую деятельность в целях изучения факторов культуры и истории» [2], в рамках которого изучается не только литература и искусство, но и различного рода сооружений – от тематических парков до церквей, храмов и усадеб.

В настоящее время туризм является одним из самых широко развивающихся сегментов как экономики отдельно взятой страны, так и

всей мировой экономики. Однако доля туризма в ВВП России в 2016 году составляла всего лишь 1,5 % при среднемировом уровне в 10 %, т.е. практически в 7 раз меньше [3]. Значит ли это, что развитие туризма в России возможно и когда-нибудь оно достигнет мирового уровня? Глава Ростуризма Олег Сафонов в ходе «правительственного часа» в Госдуме в январе 2016 года говорил: «Туризм относится не к сырьевой сфере, а к сфере услуг, и его развитие имеет большое значение для нашей страны, особенно на фоне мирового падения цен на сырьевые ресурсы». Однако развитие туристической сферы требует не только больших вложений в финансирование со стороны государства различного рода целевых программ, но и контроль за законным осуществлением этих самых программ. Например, по словам аудитора Счётной палаты Александра Филипенко на «правительственном часе» в январе 2016 года, с 2011 по 2015 год на создание туристических кластеров было выделено более 14 миллиардов рублей, однако, в ходе проверок Счётной палатой был выявлен ряд серьезных нарушений, связанных с невыполнением обязательств по срокам и экономической составляющей. Поэтому контроль за оборотом денежных средств в сфере туризма тоже является серьезным вопросом и требует изучения.

Одним из многочисленных видов туризма, достойных должного финансирования, несомненно является историко-культурный туризм, который может дать толчок развитию не только въездного, но и внутреннего туризма, так как Россия обладает огромным историко-культурным потенциалом [4, стр. 2–5,]. Более того, иностранные туристы в большей степени едут в Россию именно за богатой культурой и историей, что предполагает возможность использовать в качестве туристского продукта историко-культурное наследие России не только для удовлетворения культурных потребностей потенциального туриста, но и для сохранения наследия в качестве памятника культуры и архитектуры [5, стр. 3].

Каким же образом можно эффективно использовать историко-культурное наследие России в качестве туристского продукта?

1. Малые города с отличительной историей народа или событий, там произошедших [6, стр. 63, 7, стр. 218–220]. Реализация такого способа использования наследия России предполагает строительство музея, повествующего об истории данного места, проведение различных театрализованных мероприятий, связанных с боевыми или другими действиями на территории города, организация пунктов общественного питания для комфортного пребывания туриста, прокат снаряжения, продажа сувениров.

2. Использование в качестве туристского объекта многочисленных дворянских усадеб России, которых насчитывается более 7 тысяч, однако, из которых только около 1200 находится в пригодном для посещения состоянии [8]. Поэтому для реализации туристической деятельности на основе использования дворянских усадеб необходимо провести ряд серьезных работ, таких как:

- привлечение инвестиций, так как реставрация заброшенных и полуразрушенных усадеб требует большого количества средств;
- осуществление государственной поддержки с помощью различных программ; например, сейчас существует такое общество как «Зеленый коридор» – концепция государственной поддержки, гарантий и контроля для частных инвесторов в сфере реставрации объектов культурного наследия, которую реализует ОАО «Распорядительная дирекция Минкультуры России»;
- облагораживание близлежащей территории для комфортного времяпрепровождения на территории усадьбы;
- организация средств размещения либо вблизи туристского объекта, либо в самой усадьбе, как это уже сделано во многих отреставрированных и введенных в эксплуатацию усадьбах («Марьино», родовое имение Строгановых – Голицыных, Ленинградская область; «Дом Ивана Белюстина» (XIX век) и «Знаменское-Раек» (XVIII век), Тверская область; усадьба-замок Шереметевых, Республика Марий Эл) [9].

3. Церкви, храмы, религиозные места. Россия отличается тем, что что на ее территории вместе проживают различные религии – христианство, ислам, буддизм, иудаизм и даже язычество, единственные оставшиеся в мире последователи которого живут в Республике Марий Эл [10, стр. 96]. Поэтому, исходя из уникальности марийского региона, представляется возможным привлечение туристов в республику во время различных праздников и языческих молений, проводимых в священных рощах. Однако этот аспект необходимо согласовать сначала с самими людьми, так как может последовать и отказ. Что касается других религий России, храмы и церкви, синагоги и мечети всегда были и будут объектами туризма, так как их изучение является весьма интересным ввиду принципиальных отличий. Более того, посещение религиозных сооружений будет интересно не только туристам с историческими и культурными целями, но и тем, кто предпочитает религиозный туризм.

Несомненно, реализация этих целей – это продолжительный и сложный процесс, для которого «требуются две вещи – серьезные деньги и значительное время». Однако необходимо уделять присталь-

ное внимание развитию историко-культурного туризма и его составляющих, так как с его развитием напрямую связано развитие всей индустрии туризма в России.

Литература:

1. Стыцюз Р.Ю., Артемяева О.А., Рожков И.В. Методологические аспекты ресурсного обеспечения развития туризма в регионах // Монография под редакцией профессора Стыцюз Р.Ю. – Архангельск: АИОО, 2014., с. 230.
2. Официальный сайт Ростуризма [Электронный ресурс <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 10.05.2017)].
3. Парламентская газета. Издание Федерального Собрания Российской Федерации, 20.01.2016. [Электронный ресурс <https://www.rnp.ru/> (дата обращения: 14.05.2017)].
4. Архипова А., Музычук В. Культурный туризм как фактор модернизации российской экономики. // Вестник института экономики Российской академии наук. – Москва, выпуск 4, 2010. – с. 15.
5. Реш О.В., Антонова Е.Л., Туркина В.Г. Проблема сохранения культурной памяти и культурного наследия. // Наука, искусство, культура, выпуск №3 2015. – с. 6.
6. Стыцюз Р.Ю., Артемяева О.А. Потенциал малых городов Московской области в развитии туризма. // В сборнике: Современные малые города: проблемы и перспективы развития II Международная научно-практическая конференция. 2011. С. 61–67.
7. Флерова Э.С. Бунаков О.А. Возможности устойчивого развития культурно-исторического туризма на основе проведения театрализованных представлений. // Российские регионы: взгляд в будущее, выпуск № 1, 2017. – В сборнике: с. 217–222.
8. Туристическая библиотека «Все о туризме». [Электронный ресурс <http://tourlib.net/> (дата обращения: 10.05.2017)].
9. Костоева В. Старые усадьбы и новые помещики. / The art newspaper Russia, выпуск № 29 2014. [Электронный журнал <http://www.theartnewspaper.ru/posts/1101/> (дата обращения: 10.05.2017)].
10. Путрик Ю.С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции. // Вестник Томского государственного университета, выпуск № 311, 2008. – В сборнике: с. 95–101.

Маринин Г.С.,
*студент Факультета международных
экономических отношений,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: glebac.marinin@yandex.ru*

Научный руководитель:
Иванова Ю. О.,
*преподаватель
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Новации в туристской индустрии в современной России

Аннотация: Основная идея данной статьи заключается в систематизации и анализе существующих в настоящее время новаций в туризме. Особенный акцент делается на России как на стране, где новации в сфере туризма стали появляться не так давно. Актуальность данной темы связана с тем, что популярность российского туризма особенно растёт в последние годы.

Ключевые слова: туризм, новации, Россия, предпочтения на инновации.

Marinin G.S.,
*student of the Faculty of International
Economic Relations
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: glebac.marinin@yandex.ru*

Scientific adviser:
Ivanova Yu.O.,
*lecturer
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Novatsia in the touristic industry in modern Russia

Abstract: The main idea of this article is to systematize and analyze the currently existing innovations in tourism. Particular emphasis is placed on Russia as a country where innovations in the sphere of tourism began to appear not so long ago. The relevance of this topic is related to the fact that the popularity of Russian tourism is especially growing in recent years.

Keywords: tourism, innovations, Russia, preferences for innovation.

В прогрессивной деятельности туристский бизнес опирается на фундамент накопленных знаний. Приступать к воплощению новых идей и созданию новых направлений туризма следует лишь после познания и изучения форм и методов работы как прошлого, так и настоящего. Глубокое понимание сферы деятельности позволяет прогнозировать развитие событий, чтобы опережать конкурентов. На внедрение инноваций в туризме влияет экономическая ситуация в стране, социальное положение населения, национальное законодательство, а также межправительственные и международные соглашения. Поэтому мотивы и причины появления инноваций в туристской деятельности в каждой стране бывают разными. Однако для любой страны имеется несколько характерных черт:

- растущие потребности населения в знакомстве с образом жизни в других регионах, а также приобретении новых знаний;
- насыщение многих классических и традиционных направлений поездок (дестинаций);

- обострение конкуренции, рост предложений стандартизованных глобальных продуктов;
- необходимость сдерживать выезд своих граждан в зоны, аналогичные по условиям регионам своей страны (природа, культура, климат);
- гармоничное объединение привлекательных условий отдыха и путешествий (природных и культурных особенностей, возможностей проведения досуга, приобретения специфических товаров и специальных туристских услуг) для полного удовлетворения потребностей самых требовательных туристов;
- технологическая революция и экспансия услуг в экономике – переход от экономики предложения к экономике спроса.

Базируясь на положениях Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС), в туристской сфере инновационная деятельность развивается по трем направлениям.

1. Внедрение нововведений (организационные инновации), связанных с развитием предприятия и туристского бизнеса в системе и структуре управления, включая реорганизацию, укрупнение, поглощение конкурирующих субъектов на основе новейшей техники и передовых технологий; кадровой политики (обновление и замена кадрового состава, система повышения квалификации, переподготовка и стимулирование работников); рациональной экономической и финансовой деятельности (внедрение современных форм учета и отчетности, обеспечивающих устойчивость положения и развития предприятия).

2. Маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов.

3. Периодические нововведения (продуктовые инновации), направленные на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование и дающие конкурентные преимущества.

Введение новаций в туристскую деятельность нацелено на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий, а также современных форм организационно-управленческой деятельности.

В России туризм и индустрия отдыха далеко не используют все имеющиеся возможности, однако инновации могут стать мощным стимулом для их развития благодаря разработке и созданию новых тури-

стических маршрутов и проектов, которые успешно реализуются в других странах, как, например, событийный туризм или гастрономические туры.

Нельзя не сказать, что развитие индустрии туризма и отдыха повлечет за собой создание новых рабочих мест, развитие местной инфраструктуры, а, следовательно, и увеличение налоговых поступлений в бюджеты местного и федерального уровня. Однако инновационное развитие туристического бизнеса невозможно без активного участия компаний и фирм, которые занимаются их предоставлением, с одной стороны, и органов местного самоуправления и местных бизнесменов, с другой. Организация туризма и отдыха должна использовать инновационные подходы и обеспечить услуги на высшем уровне, что существенно повысит её доходность и сделает более привлекательной для новых инвестиций.

С учетом сказанного можно выделить несколько основных направлений инновационного развития в сфере туризма и отдыха:

- развитие сети гостиниц и обслуживающего комплекса, которые сочетали бы в себе мировой уровень комфорта и специфические для каждого региона России черты;
- внедрение на рынке туристических услуг новейших технических достижений и развитие существующих проектов;
- вовлечение в туристическую индустрию новых ресурсов, повышение уровня маркетинга и менеджмента;
- разработку и развитие инновационных рекламных стратегий, призванных привлечь к туризму и отдыху в России максимальное количество наших соотечественников и граждан зарубежных стран.

Разработка инновационных программ развития туризма и отдыха в России ведется на федеральном и региональном уровнях и предусматривает также развитие гостиничного бизнеса.

Во многих регионах России разрабатываются и реализуются региональные целевые программы в сфере туризма, которые включают, как правило, финансирование следующих основных мероприятий: развитие туристской и транспортной инфраструктуры региона, информационное продвижение туризма региона, научные и статистические исследования в сфере туризма, подготовка и переподготовка кадров для сферы туризма. Так, в Вологодской области с 2004 года реализуется областная целевая программа «Великий Устюг-родина Деда Мороза», а в сентябре 2008 года утверждена долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области» на 2009–2012 годы.

В России нет единой национальной организации по продвижению российского туристского продукта, но во многих регионах созданы и успешно функционируют туристско-информационные центры или сокращенно ТИЦ. Как правило, это либо государственные учреждения или организации в форме некоммерческого партнерства, которые финансируются за счет средств региональных или районных бюджетов.

Примеры:

- ГУ «Информационно-туристский центр» Республики Карелия. Центр функционирует с 2001 года, его основным учредителем является Министерство экономического развития Республики Карелия.
- ГУ «Туристско-информационный центр Вологодской области». Данный центр функционирует с 2007 года, учредителем выступает Комитет по туризму Вологодской области.

Другим, не менее важным способом является предоставление субсидий и грантов для осуществления научно-исследовательских работ в сфере туризма и сопутствующих отраслях.

Грант является поддержкой или стимулированием государством научных исследований и разработок финансами, собственностью или услугами. Для приобретения результатов исследований и разработок, которые могут принести государству непосредственную выгоду заключается государственный контракт. Он дает право представителю государства контролировать и корректировать ход выполнения разработок.

Обеспечение частным предприятиям и лицам благоприятных условий для научно-технических разработок, а также развития инвестиционных возможностей – одно из ключевых аспектов в ведении новаций в туристскую сферу. Частному бизнесу, вкладывающему средства в научные исследования и приобретение необходимого для этого оборудования, а также в развитие туристской инфраструктуры регионов, предоставляются разнообразные налоговые льготы, государственные кредиты и гарантии, а также финансирование через участие государства в акционерном капитале.

В настоящее время ярким примером является создание в России в 2007 году семи туристско-рекреационных зон: Краснодарском и Ставропольском краях, Калининградской области, Алтайском крае, Республике Алтай, в Иркутской области и Республике Бурятия.

Данное событие символизировало начало периода активной государственной поддержки туристской индустрии, возведенной в ранг «локомотивов» развития регионов, а впоследствии и российской эко-

номики в целом. Создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа в России является одним из главных приоритетов в обеспечении динамичного развития экономики страны, перевода её на инновационную модель развития, в объединении усилий государства и бизнес-сообщества.

Для стимулирования инвестиционной активности резидентов туристско-рекреационных зон устанавливаются следующие налоговые льготы:

- резиденты вправе: при расчете амортизации применять повышающий коэффициент 2; переносить убыток предыдущего налогового периода на текущий год в полном объеме; признавать расходы на НИОКР (в том числе не давшие положительного результата) в том отчетном (налоговом) периоде, в котором они были осуществлены, в размере фактических затрат; не платить в течение 5 лет налог на имущество с момента ввода его в эксплуатацию и земельный налог с момента возникновения права собственности;

- субъекты РФ вправе устанавливать для резидентов пониженную ставку налога на прибыль, подлежащего зачислению в региональные бюджеты, но не ниже 13,5%, и другие налоговые льготы.

Данные новации в Закон РФ «Об особых экономических зонах» следует признать позитивными с учетом того, насколько широко на территории России представлены уникальные курортно – рекреационные объекты, развитие которых существенно тормозится недостаточным объемом бюджетного финансирования и государственной поддержки. Особенно важно создание зон такого типа для малого и среднего бизнеса, так как развитие туристско-рекреационной зоны связано с расширением сферы услуг, функционированием большого количества гостиниц, предприятий общественного питания и т.д.

Таким образом, на территории семи субъектов РФ созданы «точки роста», которые в дальнейшем должны оказать стимулирующие воздействие на развитие бизнеса регионов и территории в целом. При этом создание туристско-рекреационных зон не только несет в себе положительный экономический эффект для региона в виде растущего объема инвестиций и стоимости оказываемых услуг, внедрения передовых технологий и современных методов управления, стимулирования развития территорий с низким промышленным потенциалом, но и имеет важное социальное значение вследствие увеличения числа рабочих мест и роста профессиональной образованности населения. К тому же, как показывает мировой опыт, прилегающие к зоне территории также начинают развиваться динамичней.

Сфера туризма сегодня одна из наиболее перспективных и прибыльных. В мире на его долю приходится около 10% мирового валового дохода, 8% общего объема мирового экспорта и 30–35% мировой торговли услугами.

В туризме ежедневно внедряются инновации самого разнообразного характера под влиянием, как научно-технического прогресса, так и интеллектуального развития человечества. Инновации в сфере туризма иногда возникают совершенно неожиданно и даже непредсказуемо под влиянием событий в обществе. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес. Также важна роль государства в развитии инноваций в сфере туризма, а разработка и реализация механизмов государственной поддержки данных направлений актуальна.

Литература:

1. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.

2. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2012. – 224с. («Туризм и сервис»).

3. Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Развитие и усиление конкурентных преимуществ предприятий посредством целенаправленной рекламной деятельности (информационный аспект) // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 5. С. 53–58.

Иванова В.А.,
*студентка Факультета международных
экономических отношений,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: valerka24021998@yandex.ru*

**Научный руководитель:
преп. Ю. О. Иванова**
*Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Проблемы устойчивого развития туризма в Венеции

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы по рассмотрению проблем устойчивого развития туризма в Венеции. Подробно проанализированы сложности, связанные с переизбытком туристов, оттоком местных жителей, обветшалостью зданий и изменением климата, вызванным глобальным потеплением. В работе приведены варианты решения некоторых проблем, с которыми связано дальнейшее существование и развитие туризма в этом городе.

Ключевые слова: Венеция, переизбыток туристов, отток местных жителей, обветшалые здания, климатические изменения.

Ivanova V. A.,
*student of the Faculty of International
Economic Relations
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: valerka24021998@yandex.ru*

Scientific adviser:
Ivanova Yu.O.,
*lecturer
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

Problems of sustainable development of Venice

Abstract: The article presents the main results of research work on the problems of sustainable tourism development in Venice. Details of the complexities associated with the overabundance of tourists, the outflow of local residents, dilapidated buildings and climate change associated with global warming are analyzed in detail. The paper presents solutions to some of the problems with which the continued existence and development of tourism in this city.

Keywords: Venice, overabundance of tourists, the outflow of local residents, dilapidated buildings and climate change.

Венеция всегда привлекала туристов своей красотой. Этот город по праву считается одним из самых романтических городов мира. Невозможно остаться равнодушным к узким каналам, вместо шумных и так надоевшим всем заполненным машинами дорог, и к пассажирам лодочек-гондол, вместо пешеходов. Сказочная Венеция очаровывает каменными мостиками, неиссякаемыми каналами, величественными дворцами и скромными узкими улочками. Каждый хотел бы проплыть по Большому каналу, протяженность которого около 380 метров, мимо площади Святого Марка, церкви Санта Мария Дела Салюте, возведённой в 17 веке, под мостом Риальто или просто понежиться на великолепных песчаных пляжах курортного острова Лидо. Но особенно привлекательным для туристов Венеция становится во время проведения двухнедельного знаменитого венецианского карнавала. Никто не сможет устоять перед танцующими улочками, где все люди веселятся в разнообразных костюмах, получают удовольствие от представлений

жонглеров и акробатов. Другими словами, Венеция – это сказка, где время замирает, а все повседневные проблемы уходят на задний план.

Но на самом деле все замечательно только на первый взгляд, и только для туриста. В настоящее время этот потрясающий город столкнулся с рядом серьезных проблем, таких как переизбыток туристов, отток местных жителей, большое количество обветшалых зданий и изменение климата, из-за чего дальнейшее существование Венеции, а, следовательно, и её туризм, вообще становится под большой вопрос. Рассмотрим каждую из этих проблем более подробно.

Начнём с проблемы переизбытка туристов. Ежедневно около 100 тысяч путешественников прибывают полюбоваться несравненной красотой города на воде. В разных источниках эта цифра варьируется, но мы понимаем, что это цифра просто огромная, с учётом того, что это только официальные данные, то есть в эту цифру входят только те туристы, которые остались в Венеции хотя бы на одну ночь. Но на самом деле множество иностранцев приезжают сюда только на один день, так как отели здесь стоят иногда просто неподъемную для туриста со средним бюджетом сумму, в связи с чем на самом деле эта цифра значительно больше. А в праздники и в дни проведения карнавала показатели увеличиваются на 20–50%, а иногда и больше. По подсчетам аналитиков на Пасху в 2016 году сюда приехало около 300 тысяч туристов, притом, что численность населения Венеции не достигает и 60 тысяч. В связи с этим, правительство уже давно рассматривает возможность введения ограничений количества приезжающих туристов. Но уже на протяжении многих лет – это ограничение не применяется, что, прежде всего это связано с невыгодностью для владельцев отелей, кафе, таксистов водного транспорта (кстати, здесь эта профессия считается очень выгодной и достаточно высокооплачиваемой, так как количество гондольеров ограничено, часто эта должность передаётся по наследству). Количество туристов увеличивается с каждым годом, и Венеция не может принимать столько желающих, в связи с этим власти все-таки решились ввести специальные устройства, которые помогут подсчитать точную цифру приезжающих туристов, и уже на основе этих данных принять закон об ограничении количества посещаемых древний город.

Из проблемы переизбытка туристов вытекает ещё одна не менее важная проблема – это отток местных жителей. Если количество гостей города увеличивается с каждым годом, то цифра коренного населения только уменьшается, за прошлый год она сократилась на 444 человека. Венеция – это очень дорогой город и с притоком туристов цены только

растут. Это касается всего: как чашечки кофе в любом из многочисленных кафе, так и недвижимости. Жизнь здесь в разы дороже, чем, например, в Мольяно, что всего в двадцати километрах отсюда. Только богатые и пожилые люди, получившие свои дома в наследство, могут себе позволить жить на этой территории. Молодежь старается покинуть этот прекрасный город, так как не видит здесь перспектив для развития, и молодым людям эта местность просто не по карману. Например, студия площадью 36 квадратных метров будет стоить около 260 тысяч евро. В связи со вступившим в силу в 1999 году законом об упрощении передачи жилых зданий под места для размещения приезжих, все больше зданий переделяются в отели из-за высоких налогов, которые не способна платить часть мелких предпринимателей, так как цены на аренду помещений очень высоки. За последние десять лет количество гостиниц увеличилось на 600 процентов. Несмотря на то, что туризм является основным источником дохода Венеции, местное население относится к приезжим достаточно негативно. Туристы приезжают и оставляют за собой тонны мусора, жители вынуждены стоять в очереди огромное количество времени для того, чтобы добраться до работы, а во время карнавала – некогда веселого мероприятия для местных – вообще стараются уехать из города.

В связи с этим за последнее время увеличилось количество забастовок. В 2009 году были проведены «похороны Венеции». Местные жители провели эту акцию, для того чтобы обратить внимание всего мира на то, что население, а с ним и культура с традициями, исчезает. По данным за октябрь 2009 года в городе численность населения сократилась менее чем до 60 тысяч. По итальянским законам, городом считается населенный пункт, количество жителей которого составляет минимум 60 тысяч. «Похороны» были похожи больше на театральную постановку, которая символизировала смерть последнего венецианца, который не выдержал 24 миллионного наплыва туристов, высоких цен на воду и жильё. Само действие заключалось в том, что по главным каналам проплыли три гондолы, в одной из которых стоял гроб.

Власти пытаются улучшить положение коренного населения. Например, недавно очередь на водный транспорт была разделена для туристов и венецианцев. Но эти попытки незначительны и численность населения до сих пор продолжает снижаться.

Серьезной проблемой является обветшалость старых зданий. Учитывая то, что туристический бизнес привлекает в Венецию большой объём капитала, полтора миллиарда евро в год, средств, выделяе-

мых государством на реставрацию зданий, восстановление осевших фундаментов и очистка каналов выделяется крайне мало. Постоянные потопы и разрушение построек здесь привычное дело с самого основания города, но в настоящее время эти процессы стали протекать все активнее. За один только двадцатый век Венеция ушла под воду на 23 сантиметра. Прежде всего, это связано с человеческим фактором. Промышленные предприятия производили массовый забор воды из артезианских скважин, в связи с чем понизился водоносный слой земли, а это привело к проседанию грунта. Позже скважины были закрыты, но процесс оседания города был лишь приостановлен. Ситуация ухудшается и из-за большого веса дворцов и соборов. В плачевном состоянии находятся и сваи, на которых стоит город, хоть они и сделаны из лиственницы, которая почти не гниет в воде, но дерево есть дерево, прошло уже значительное количество времени. Также негативное влияние на состояние свай оказывают волны от огромных круизных лайнеров, заходящих в порт. Больше всего страдают здания вблизи бухты Святого Марка. Даже для небольших катеров скорость ограничена для того, чтобы идущая от них волна не испортила постройки. Но на какой бы скорости не шёл лайнер, он наносит колоссальный вред. Активисты предлагают решение этой проблемы: лайнеры должны останавливаться в новой гавани недалеко от Венецианской лагуны. Дальше люди могут добраться на катерах или гондолах.

Многие люди взволнованы разрушением, возможно, самого красивого города в мире. Разработано множество проектов по решению этой проблемы. Вообще данную проблему начали решать в 1966 году, после катастрофического наводнения, но только к 2003 было принято конкретное решение.

Был создан проект MOSE, который переводится как «Экспериментальный электромеханический модуль». Суть проекта – воздвижением подвижных барьеров в виде огромных ворот, в трёх проливах, соединяющих лагуну с морем: Лидо, Маламокко и Кьоджа. Их сложный механизм управляется электроникой, анализирующей условия в Лагуне, уровень воды, возможные метеорологические изменения (установка волнорезов). В 2017 году вся техническая часть должна быть закончена, и проект вступит в эксплуатацию. Строительство вокруг города дамб, идея прорубить скважины, через которые вода пройдёт на глубину и заставит разбухнуть песок, залегающий на глубине, что приведёт к подъёму города примерно на тридцать сантиметров. Но, к сожалению, по подсчетам отдельных ученых уже к 2028 году Венеция может стать непригодной для жизни.

Еще одно важное осложнение, на которое невозможно не обратить внимания, заключается в изменении климата. Прежде всего, это связано с глобальным потеплением. Это проблема не только Венеции, но и всего мира. В связи с современным образом жизни, мы негативно влияем на окружающую среду, и она отплачивает нам тем же. Из-за таяния ледников появилось огромное количество трудностей, от преодоления которых зависит дальнейшее существование человечества.

В настоящее время мы все чаще можем наблюдать наводнения в Венеции, часть из них происходит как раз по этой причине, тем самым нанося вред постройкам города. Уровень воды поднимается все выше и выше, что тоже сказывается на состоянии города каналов. Для того чтобы обратить внимание на это глобальную проблему итальянский художник Лоренцо Куинн в 2017 году создал скульптуру, которая заставляет каждого задуматься. Работа представлена в виде двух огромных рук, поднимающихся из канала, для того чтобы поддержать здание. Прежде всего, это говорит о том, что у нас еще есть время все исправить, не дать пропасть с лица земли самому красивому, таинственному и неповторимому городу на Земле. Главное, не опускать руки и бороться с этой проблемой всеми возможными силами.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что Венеция поистине прекраснейший город, и туризм в нем процветает. Но для того, чтобы этот город мог радовать путешественников еще много сотен лет, необходимо решить проблемы, которые в настоящее время угрожают устойчивому развитию туризма в этом районе. Необходимо сбалансировать количество приезжающих, для того чтобы они не усложняли жизнь местному населению, помимо этого нужно позаботиться о сохранности построек, так как некоторые из них в настоящее время находятся в достаточно плачевном состоянии. Также очень важно разработать новые более успешные проекты по защите города от изменений климатических условий, которые приводят к частым наводнениям.

Литература:

1. Ньюман К. Прощай Венеция? / National geographic Россия / 19 августа 2011 [Электронный ресурс] URL: <http://www.nat-geo.ru/planet/35844-proshchay-venetsiya/#full> (дата обращения 13.05.2017).
2. Жители Венеции провели символические похороны города/BaltInfo.ru / 15.11.2009 [Электронный ресурс] URL:<http://www.>

- baltinfo.ru/2009/11/15/Zhiteli-Venecii-proveli-simvolicheskie-pokhorony-goroda--115186 (дата обращения: 12.05.2017).
3. Быкова Т. Жители Венеции больше не будут опаздывать из-за туристов/fine world интернет-журнал/27 июля 2011 [Электронный ресурс] URL: <http://fineworld.info/zhiteli-venecii-bolshe-ne-budut-opazdyvat-iz-za-turistov/>(дата обращения 13.05.2017).
 4. Рыжов В. Венеция: исчезающая красота жемчужины Италии / 2.03.2015 KM.ru туризм [Электронный ресурс] URL: <http://www.km.ru/turizm/2011/07/06/italiya/venetsiya-ischezayushchaya-krasota-zhemchuzhiny-italii> (дата обращения 14.05.2017).
 5. Руки вверх: новая скульптура с тревожным смыслом в Венеции/National Geographic Россия/ 15.05.2017 [Электронный ресурс] URL:<http://www.nat-geo.ru/planet/1059524-ruki-vverkh-novaya-skulptura-s-trevozhnym-smyslom-v-venetsii> (дата обращения: 15.05.2017).

Лялина Е.А.,
*студентка Факультета международного туризма,
спорта и гостиничного бизнеса,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: ekaterinala98@gmail.com*

Научный руководитель:
Луговской А.М.,
*проф., д.э.н.
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия*

Устойчивое развитие туристской и гостиничной индустрии на примере Мурманской области

Аннотация: В статье рассмотрены перспективы развития туристского и гостиничного бизнеса в России, освещены моменты особенности Мурманской области: ее природных явлений. Автор выдвигает предложение о том, как гостиничная индустрия может использовать уникальность региона в целях увеличения количества потока туристов в область.

Ключевые слова: Туризм, гостиничная индустрия, Мурманская область, полярное сияние, стеклянные иглу.

Lyalina E.A.,
*student of the Faculty of International Tourism,
Sport Business and Hospitality Industry
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: ekaterinala98@gmail.com*

Scientific adviser:
Lygovskoy A.M.,
*PhD, Professor
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Sustainable development of the tourist and hotel industry by the example of the Murmansk region

Abstract: In this article were discussed such things as touristic and hotel business in Russia. Also, were lit up features of the Murmansk region. The author puts forward a proposal on how the hotel industry can use the uniqueness of the region in order to increase the number of tourists in the area.

Keywords: Tourism, hotel industry, Murmansk oblast, Aurora Borealis, glass igloos.

В настоящее время наибольшую долю в экономике занимает сфера услуг, постоянно развиваясь и интегрируя в себе различные отрасли, она привлекает к себе предпринимателей, которые все больше улучшают и совершенствуют ее. Рассматривая одну из наиболее популярных на сегодняшний момент международных предложений услуг – гостиничную индустрию, нельзя не отметить ее тесную связь с туристской индустрией из-за зависимости популярности туристского ресурса от доступности и современности гостиничных предприятий.

Все большее количество туристов из России и других стран стремятся получить все более качественные услуги по приемлемым ценам, растет спрос на услуги временного проживания, и, вследствие этого, гостиничная индустрия на сегодняшний день является одной из активно развивающихся отраслей экономики в России.

Цель исследования: выявление возможности перспективы устойчивого развития гостиничной индустрии в Мурманской области.

Задачи: дать характеристику области, выявив ее положительные и отрицательные стороны. Изучить спрос на гостиницы в Мурманской области, проанализировать полученные данные, предложить идеи увеличения спроса на этот бизнес.

Актуальность: В последние годы увеличилось количество российских туристов, путешествующих по родной стране. Существует несколько объяснений этому явлению: во-первых, в связи с укреплением курса национальной валюты, граждане со средним достатком и ниже, в большинстве случаев, не имеют необходимого количества материальных средств для отдыха за границей. Во-вторых, из-за участившихся террористических актов, туризм в некоторые страны стал пользоваться меньшим спросом. В-третьих, в связи с введенными санкциями, некоторые категории граждан получили запрет въезда в определенные страны.

В России существует большое количество красивых и привлекательных мест, но для того, чтобы туристы посещали их, необходимо постоянно рекламировать, а также создавать комфортные условия для проживания с приемлемыми ценами. Мурманская область – область, относящаяся к северо-западному экономическому району и находящаяся в большей ее части за полярным кругом, имеющая выход к морю.

Мурманская область – сокровищница России, в недрах которой содержится большое количество полезных ископаемых. Там добывают различные руды, золото, алмазы и другое. И из-за этого в Мурманской области много городов, которые привязаны к месторождениям полезных ископаемых, где и идет их переработка, благодаря чему, здесь возможно развитие специфического образовательного туризма. Но некоторые люди также занимаются рыболовством, что связано с тем, что область расположена на берегу морей, где и находится одна из крупнейших баз Северного морского флота России.

Существует несколько основных хозяйственных проблем в данной области. Так как климат там умеренно холодный, выращивание сельскохозяйственных культур развито слабо и практически невозможно. Именно поэтому в области промышленность составляет основную часть хозяйства. Но уровень диверсификации производства остается там сравнительно низким. Во многих предприятиях оборудование не оснащено должным образом, и, как следствие, организация работает неэффективно. Это связано с тем, что область недостаточно богата в сфере как человеческого ресурса, так и денежного.

Возможным решением данной проблемы может послужить развитие сферы услуг в области туризма и гостеприимства. Ведь основная

часть области расположена за полярным кругом, где можно увидеть невероятно красивое северное сияние, что будет привлекательно для туристов не только из России, но и из зарубежья, благодаря этому будет осуществляться привлечение новой рабочей силы в область.

По данным официальной статистики, объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения за январь – март в 2017 г. составил 217 тысяч человек. А услугами туристических агентств, туроператоров и прочих усслуг 66,9 тысяч. За 2016 год их количество составило 316 тыс. человек, что на 3,5% превышает уровень 2015 года. Как видим, количество туристов, посетивших мурманскую область, растет в последние годы.

Всего в Мурманской области находится 110 гостиниц. Все они находятся в городах. Большинство из них в Мурманске, или до полярного круга. Гостиницы, находящиеся на берегу моря не имеют комфортабельных условий и не могут служить визитной карточкой области, представляющей ее особенности. И все же, в сравнении с некоторыми другими областями России, это низкие показатели.

Гостиничный бизнес, как и туристская индустрия, должны пользоваться одними и теми же инструментами в своей деятельности: особенностями области. Например, большое количество туристов приезжают в Мурманск для того, чтобы увидеть северное сияние. Полярное сияние – это природное явление, представляющее из себя свечение слоев атмосферы. Чаще всего это происходит в осенне-весенний период, с октября месяца до начала следующего года. Наиболее часто это происходит в осеннее и весеннее равноденствие. Оптимальное время суток для наблюдений – с 10 вечера до полуночи.

Полярное сияние возможно увидеть только за пределами города, так как там мешают созерцать это явление городские огни. Самые удачные места для просмотра чудес природы находятся за полярным кругом. Мурманская область – одно из самых посещаемых мест для наблюдения за этим явлением. Но для этих туристов практически не предоставляется никаких условий.

Для развития гостиничной индустрии и привлечения большего количество туристов в Мурманскую область не только из России, но и из-за зарубежья, необходимо предоставить жилые помещения, находящиеся за пределами города, из которых будет возможно наблюдать за северным сиянием, а также за полярной ночью и звездным небом. Для этого можно, на наш взгляд, построить дом в виде иглу со стеклянной крышей, из которого будут видны чудеса полярной природы. Такие дома уже используются для привлечения туристов в Финляндии.

Стеклянные иглу должны находиться недалеко от берега моря, но вдали от города, что позволит полностью насладиться северным пейзажем данной местности. Комплекс небольших гостиниц, находящихся за полярным кругом, будет создан для отдыха и наблюдения за красотами природы. Иглу будет полностью состоять из стекла (не считая пола), боковые грани её будут закрываться шторами по периметру. Внутри должно быть очень тепло, для этого стоит поместить батареи, а также пол с подогревом. В центре комнаты – большая кровать или кровати, лежа на которых каждому посетителю открывается вид на бесконечное звездное небо. Несмотря на то, что каждый турист будет ощущать близость с природой, иглу должны быть оборудованы всеми удобствами для наиболее комфортного проживания. Это санузел, мебель, а также кухня. Так же в лагере иглу, нужно организовать небольшой ресторанчик для питания посетителей.

Помимо всего этого, необходимо набрать высококвалифицированный персонал, так как хорошее качество мест проживания и обслуживания клиентов обеспечивает эффективную деятельность, являющуюся определяющей для успеха в гостиничной индустрии. Продвигая в России такой гостиничный бизнес, предпринимателям необходимо понимать, что он будет пользоваться большим спросом у туристов, исходя из чего, можно сделать вывод о хорошей прибыльности этих вложений.

Окруженные снегом, невероятной красотой природы, с видом на море, иглу будут пользоваться большой популярностью у туристов как из России, так из других стран. Люди смогут увидеть красоты северного сияния, не выходя из гостиничного номера. Это можно рассматривать и представлять, как один из самых популярных видов туризма, относящихся к гостиничной индустрии.

Это новый подход к размещению туристов в России, именно по этому он будет для всех привлекательным. Людям нравятся инновации, и это будет большой шаг в развитии гостеприимства в России, который будет стартом и примером в становлении новой эры гостиничной индустрии и в других областях нашей страны. Однако, при этом **с целью создания механизма, способного обеспечить устойчивое развитие гостиничного хозяйства и привлечь дополнительные** финансовые средства, государство также должно помогать предпринимателям, предусматривая специальную систему налоговых льгот, а также иностранным лицам, вкладывающим свои инвестиции в развитие гостиничной индустрии в России.

Предприниматели, занимающиеся профессионально в сфере туризма и гостеприимства должны понимать, что существуют три основ-

ные составляющие желаний туристов, которые каждый город или область должны удовлетворить. Во-первых, это наличие достопримечательностей, во-вторых, ресторанов или сети питания и, в-третьих, жилья. Если любой из этих элементов не соответствует потребностям гостей, то это сразу же влияет на их желание приехать еще раз. Именно поэтому, в целях развития гостиничной индустрии в Мурманской и других областях, необходимо пользоваться этими тремя правилами размещения гостей.

Итак, в целом в стране развитие въездного туризма ограничивается неразвитостью гостиничной индустрии. Для расширения гостиничного хозяйства, в целях полноценного использования туристского потенциала российских территорий необходимы серьезные мероприятия, позволяющие эффективно использовать и привлекать инвестиционные ресурсы со стороны государства и частных инвесторов, а также способствующие устойчивому развитию экономики в целом.

В заключение следует сказать о том, что устойчивое развитие гостиничной индустрии зависит от каждого региона России, который по своему уникален, а значит, в каждом необходимо найти свои исключительные особенности и использовать это при открытии своего дела. Россия – уникальная страна с огромным потенциалом и большими возможностями для туризма российских и иностранных граждан – от зимних видов спорта, экотуризма и санитарно-курортного лечения, до учебы и деловых поездок. Предлагаемая нами структура гостиниц позволит сделать привлекательным регион в период полярной ночи.

Литература:

1. Гостиничный и туристский бизнес / Под ред. А.Д. Чудновского. М., 2015 с.7.
2. Суринов А.С., Баранов Э.Ф., Гельвановский М.И., Гохберг Л.М. «Россия в цифрах» 2015: Крат. Стат. Сб/Росстат – М., 2010. – 558 с.
3. Официальная статистика МурманскСТАТ [Электронный ресурс: <http://murmanskstat.gks.ru> (дата обращения: 10.05.2017)].
4. Сурдин В. «Небо дневное и ночное». Что есть что. Москва СЛОВО/SLOVO 2014. Стр.39–41.
5. Сайт отеля Какслауттанен в Финляндии [Электронный ресурс: <http://udivitelno.com> (Дата обращения 12.05.2017)].

**Григорьева А.В.,
Лазарева А.С.,
Волкова К.А.,**

*студентки Факультета учёта и аудита,
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации,
г. Москва, Россия
e-mail: anna6499@yandex.ru*

**Научный руководитель:
Артемьева О.А.,**

*к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации,
г. Москва, Россия*

Перспективы развития пожарно-прикладного спорта в Российской Федерации

Аннотация: В данной статье рассмотрены перспективы развития пожарно-прикладного спорта в Российской Федерации. Проанализированы особенности данного вида спорта и динамика основных показателей обстановки с пожарами в РФ за 2003–2016 года. На основе проведенного исследования авторами было определено отношение населения к профессиональному спорту пожарных и спасателей и к профессии пожарного. Выявлена и обоснована необходимость дальнейшего развития и популяризации этого вида спорта в нашей стране. Предложен вариант популяризации данного вида спорта среди молодежи.

Ключевые слова: пожарно-прикладной спорт, перспективы, спасатели, пожарная безопасность, МЧС России, спортивные дисциплины.

**Grigoryeva A.V.,
Lazareva A.S.,
Volkova K.A.,**

*students of the Faculty of Accounting and Audit,
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: anna6499@yandex.ru*

**Scientific advisor:
O.A. Artemyeva**

*PhD, Associate Professor
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Prospects for the development of fire-fighting sport in the Russian Federation

Abstract: This article describes the prospects of development of fire-fighting sport in the Russian Federation. Analyses the peculiarities of this sport and the dynamics of the main indicators of the situation with fires in Russia for the years 2003–2016. On the basis of the study, the authors defined the attitude of the population to professional fire and rescue sports and to the profession of firefighter. The necessity of further development and popularization of this sport in our country is revealed and justified. A variant of popularizing this sport among young people is suggested.

Keywords: Fire-fighting sport, prospects, rescuers, fire safety, Ministry of Emergency Situations (Russia), sports disciplines.

Пожарно-прикладной спорт (ППС) – самый красивый вид среди прикладных многоборий и один из самых зрелищных видов спорта вообще. В этом виде спорта пожарные-спортсмены состязаются в дисциплинах, содержащих реальные элементы подготовки пожарных. (именно это отличает данный вид спорта от других). Спорт пожарных от того и называется прикладным, что культивируется в системе государственной противопожарной службы. Все взрослые спортсмены-пожарные являются действующими сотрудниками МЧС России. [1]

Навыки и знания, позволяющие побеждать в соревнованиях по пожарно-прикладному спорту, имеют широкое применение на практи-

ке. Умение преодолевать сложные препятствия, взбираться на вертикальные стены и пользоваться пожарным оборудованием необходимо бойцам-спортсменам в повседневной работе.

Актуальность: несколько слов о том, почему мы решили выбрать именно эту тему.

Профессия пожарного, безусловно, является очень сложной, ответственной, а главное, необходимой обществу. А пожарно-прикладной спорт напрямую связан с профессией. Следовательно, от развития этого спорта во много зависит профессиональная подготовленность пожарных, что имеет огромное значение для пожарной безопасности страны.

Мы проанализировали данные, представленные на официальном сайте МЧС России о статистике пожаров и хотим обратить ваше внимание на динамику основных показателей обстановки с пожарами в РФ за 2003–2016 года (рис. 1) [2].

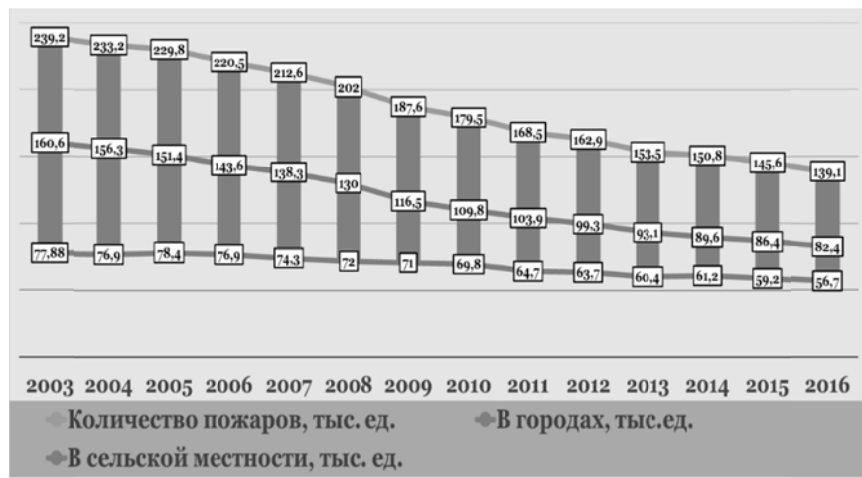


Рисунок 1 – Динамика основных показателей обстановки с пожарами в РФ за 2003–2016 года

Из графика видно, что количество пожаров за 13 лет существенно сократились. Действительно, правительство стало с большей ответственность подходить к обеспечению пожарной безопасности населения. Но особое значение в достижении таких результатов оказала работа пожарных и спасателей. Именно от их мастерства, скорости и профессионализма зависят жизни людей. Поэтому пожарные и спасатели должны постоянно совершенствовать свои навыки. За последние годы

было установлено большое количество мировых рекордов в пожарном спорте. Этот факт также оказал влияние на положительную динамику по статистике пожаров.

Динамика роста лучших результатов в преодолении 100 метровой полосы с препятствиями по пожарно-прикладному спорту 1965 – 2017 (рис. 2) [3].

1965	Савенко Г.	Московская область	20,0
1966	Тарунов Н.	Волгоград	19,4
1967	Карпов А.	Московская область	18,7
1968	Тарунов Н.	Волгоград	18,4
1969	Тарунов Н.	Волгоград	18,0
1970	Кипко В.	Московская область	17,9
1971	Супруненко В.	Свердловск	17,7
1972	Кипко В.	Московская область	17,0
1973	Клейков В.	Ворошиловград	16,9
1974	Кивиренко В.	Рига	16,7
1976	Кипко В.	Московская область	16,4
1977	Немилов В.	Минск	16,2
1986	Коноплев А.	Горький	16,16
1990	Арбузов С.	Ростов-на-Дону	16,07
1997	Мерзликин М.	Екатеринбург	15,84
1998	Баранов С.	Екатеринбург	15,80
2001	Дубровин Е.	Новосибирская область	15,67
2003	Кисляков А.	Московская область	15,61
2004	Кисляков А.	Московская область	15,37
2011	Сидоренко В.	Москва	15,13
2013	Сидоренко В.	Москва	14,75

Рисунок 2 – Динамика роста лучших результатов в преодолении 100 метровой полосы с препятствиями по пожарно-прикладному спорту 1965 – 2017.

Таким образом, пожарно-прикладной спорт помогает приобретению навыков в работе с пожарно-техническим вооружением, а также силы, выносливости, быстроты, смелости, воли к победе, воспитывает чувства коллективизма, сознательности и ответственности за порученное дело. По своему значению этот спорт занимает одно из первых мест среди других видов спорта.

Спортивные дисциплины пожарно-прикладного спорта

В настоящее время пожарно-прикладной спорт является составной частью физической подготовки личного состава пожарных частей. Он включает комплекс разнообразных упражнений, применяемых в практике работы пожарной охраны и выполняемых индивидуально и коллективно.

Пожарно-прикладной спорт (ППС), вид спорта, в который входят комплексы разнообразных приёмов, применяемых в практике тушения пожаров. Соревнования (личные и командные) по ППС включают различные сочетания упражнений в преодолении препятствий, подъёмах по пожарным лестницам, умении пользоваться пожарно-техническим вооружением.

На сегодняшний день в соревнования по пожарно-прикладному спорту включены следующие виды дисциплин: [4]

- подъем по штурмовой лестнице в окно 4-го этажа учебной башни;
- преодоление 100-метровой полосы препятствий;
- пожарная эстафета с тушением горячей жидкости; 4 по 100
- боевое развертывание-тушение условного пожара.

Каждый из видов многоборья в пожарно-прикладном спорте непосредственно связан с выполнением упражнений, содержащих реальные элементы боевой подготовки пожарных, а технические средства, используемые спортсменами, взяты из арсенала пожарно-технического вооружения.

Развитие пожарно-прикладного спорта.

Исторические факты:

- В 2017 году пожарно-прикладному спорту исполняется 80 лет.
- В 1937 году в г. Москве впервые прошли соревнования по ППС.
- В 1945 году были разработаны правила соревнований по ППС
- Международные соревнования впервые проведены в 1968 году в г. Ленинграде

В настоящее время пожарно-прикладной спорт стремительно развивается. Он распространен более чем в 30 странах мира, постоянно обновляются высшие достижения и рекорды.

Страны-члены международной спортивной федерации пожарных и спасателей: Австрия Азербайджан Беларусь Болгария Германия Казахстан Южная Корея Латвия Литва Монголия Россия Словакия Турция Узбекистан Украина Чехия

Исследование

Прежде чем рассуждать о перспективах развития профессионального спорта пожарных и спасателей, мы решили выяснить как общество в целом относится к данному виду спорта и к профессии пожарного вообще. Мы провели небольшое исследование – анкетирование.

Любое научное исследование начинается со сбора информации. Мы опросили 70 студентов Финансового университета 1 курса факультета «Учет и аудит». Цель: определить отношение людей к профессиональному спорту пожарных и спасателей

Задачи:

- 1) Выяснить общее представление респондентов о профессии пожарного
- 2) Выявить уровень информированности о пожарно-прикладном спорте
- 3) Определить факторы, влияющие на отношение людей к данному виду спорта
- 4) Изучить мнения респондентов о дальнейшем развитии и популяризации данного вида спорта

Мы получили следующие результаты (рис. 3).

Проведение соревнований по ППС служит совершенствованию профессионального и спортивного мастерства работников пожарно-спасательных служб, популяризации профессии пожарного и спасателя, дальнейшему развитию ППС и, в ближайшей перспективе, продвижения его в большую Олимпийскую семью. Также проведение соревнований способствует укреплению дружественных связей и сотрудничества с пожарно-спасательными службами зарубежных государств.

- дальнейшего развития и популяризации профессии пожарного и спасателя;
- совершенствования профессионального и спортивного мастерства работников пожарно-спасательных служб;
- укрепления дружественных связей и сотрудничества с пожарно-спасательными службами зарубежных государств;
- популяризации и развития пожарно-спасательного спорта среди женских команд и их участия в международных соревнованиях;
- включение пожарно-прикладного спорта в Олимпийские игры.



Рисунок 3 – Результаты опроса

Перспективы

Мы считаем, что основы данной профессии должны закладываться в детстве. Через прикладные виды спорта, на примере пожарно-прикладного вида, юным спортсменам прививаются алгоритмы действий, которые в условиях наступления реальной опасности, спасут жизнь и дадут возможность оказать помощь нуждающимся в спасении людям.

Именно поэтому главная перспектива развития ппс, по нашему мнению, должна заключаться в популяризации данного вида спорта среди детей и подростков.

Мы хотим представить вам нашу программу подготовки детей в секциях пожарно-прикладного спорта.

Цели программы:

- Поддержка и развитие пожарно-прикладного спорта в РФ для успешных выступлений на Международных соревнованиях

- Организация досуга подростков и молодежи в свободное от учебы время и снижение количества чрезвычайных ситуаций в столице с их участием.

- Укрепление здоровья, гармоничное физическое развитие молодых спортсменов.

- Подготовка молодежи к дальнейшей учебе и службе в системе обеспечения пожарной безопасности страны.

- Основные задачи:

- Создание и развитие бесплатных секций по пожарно-прикладному спорту в каждом регионе страны, для всех слоев населения.

- Бесплатное обеспечение спортивным оборудованием и экипировкой

- Бесплатное обеспечение учебно-тренировочного процесса

- Проведение учебно-тренировочных сборов. (Необходимо создать специальные детские лагеря с тренировочными базами.)

Основные условия выполнения программы:

- Информирование жителей о существующих бесплатных секциях пожарно-прикладного спорта с целью привлечения школьников и учащихся иных образовательных учреждений к занятиям в секциях

- Материальное обеспечение учебно-тренировочного процесса. (для этого необходима поддержка государства)

- Регулярное и систематическое проведение тренировочных занятий, контрольных тренировок и участие в соревнованиях.

- Организация выездов в детские лагеря профилирующей направленности, как естественное продолжение тренировочного и восстановительного процессов.

Пожарно-прикладной спорт с каждым годом набирает все большую популярность, он считается одним из самых зрелищных среди прикладных многоборий. Это масштабное и яркое спортивное мероприятие способствует реализации важнейшего приоритета государ-

ственной политики России – популяризации здорового образа жизни, воспитанию здорового поколения.

Литература:

1. Чудиновских П. В. Развитие двигательных-координационных способностей юниоров в пожарно-прикладном спорте // Молодой ученый. – 2016. – №24. – С. 551–554.
2. Официальный сайт МЧС России [Электронный ресурс: <http://www.mchs.gov.ru/> (дата обращения: 04.03.2017)]
3. Все о пожарной безопасности [Электронный ресурс: <http://0-1.ru/> (дата обращения: 04.03.2017)]
4. Клуб пожарных и спасателей [Электронный ресурс: <https://fireman.club/statyi-polzovateley/pozharno-prikladnoj-sport/> (дата обращения: 04.03.2017)]

Потапова С.Р.,
*студентка Факультета учёта и аудита,
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации,
г. Москва, Россия
e-mail: svp050698@yandex.ru*

Научный руководитель:
Артемьева О.А.,
*к.э.н., доцент
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации,
г. Москва, Россия*

Парадигмы развития российской благотворительности

Аннотация: В статье рассказывается об истории становления русской благотворительности, уровне благотворительности в России по отношению к другим странам, а также основные благотворительные фонды нашей страны и тенденции развития благотворительности в РФ.

Ключевые слова: благотворительность, благотворительные организации России, Русфонд, тенденции развития благотворительности.

Potapova S.R.,
*student of the Faculty of Accounting and Audit,
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
e-mail: svp050698@yandex.ru*

Scientific advisor:
O.A. Artemyeva
*PhD, Associate Professor
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Paradigms for the development of Russian charity

Annotation: the article tells about the history of Russian philanthropy, the level of charity in Russia in relation to other countries, as well as the main charitable foundations of our country and the development trends of charity in Russia.

Keywords: charity, charitable organizations of Russia, the Rusfond, tendencies of development of charity.

У каждого слово «благотворительность» ассоциируется с разным: для кого-то оно связано с помощью животным, для кого-то с поддержкой пенсионеров, а некоторые вспоминают о самых крупных мировых благотворительных организациях. Но всегда под благотворительностью подразумевается помощь нуждающимся, которая не несет под собой желание получения коммерческой выгоды.

В России благотворительность появилась в 988 году и связано оно с принятием Христианства на Руси. Так, в 996 году князь Владимир в своем Уставе обязал монастыри и церкви помогать нуждающимся при помощи раздачи милостыней, выделяя церквям десятину на данного рода деятельность. Стоит отметить, что милостыня в этот период эпохи раздавалась «слепо», не проводились никакие исследования в этой области.

В Средневековье благотворительности уделялось большее внимание. Были созданы братские приюты, которые назывались «шпитали». Такие заведения предназначались для тех, кто не мог жить самостоятельно. Также создавались богадельни и другие благо-

творительные учреждения. Наиболее активную деятельность проявляли Иван Грозный (ввел дела о благотворительности в государственную политику), Михаил Федорович Романов (способствовал открытию сиротских домов, пожертвовал землю на строение Покровского мужского монастыря (1635 год)) и Федор Ртищев (близкий советник царя Алексея Михайловича), попытавшийся впервые объединить частную и государственную благотворительность, по его инициативе создавались приюты для больных, раненых и даже пьяниц, где «бедняги» были под присмотром в плоть до конца своей жизни.

Правители 18–19 веков также поддерживали тенденцию развития благотворительности в России. Например, при правлении Александра 2, Александра 3 и Николая 2 сложилась целая система попечительства. Почти все члены дома Романовых и представители Царского двора выделяли свои собственные средства на строение благотворительных учреждений, приютов и богаделен, активно покровительствовали заведениям милосердия.

Кризис русской благотворительности пришел вместе с Революцией 1917 года: общественные и частные благотворительные фонды были не только национализированы, а даже упразднены совсем, а их имущество передавалось государству. Тем временем рос уровень массовой детской безнадзорности, что снова обращало внимание людей на то, что благотворительные организации нужны обществу. В это время был основан Детский фонд им. Ленина, продолжало существовать общество Красного Креста и Красного Полумесяца, «среди функций которого была подготовка медицинских сестер для оказания первой помощи пострадавшим. Вместо сбора пожертвований это общество собирало членские взносы практически со всего взрослого населения страны, наряду с государственными дотациями.» В годы Великой Отечественной войны были популярны благотворительные пожертвования, которые поступали на государственные банковские счета, а попытки возобновить частную благотворительность свелись к «добровольно-принудительному» изъятию членских взносов. Такие взносы не требовали ни серьезного осмысления, ни понимания для чего собираются деньги и на что они расходуются. [1]

Время стремительно шло вперед. Благотворительность среди многих стран становилась все более и более популярной. «Первыми активными благотворителями в постреформенной России в начале 1990-х годов стали зарубежные грантодатели и благотворительные фонды, такие, как Фонд Форда, Фонд Макартуров, британский благотворительный фонд Charities Aid Foundation, Всемирный фонд дикой

природы (WWF), Фонд Чарльза Стюарта Мотта, Фонд Сороса.» [1] Данные организации активно поддерживали выдающихся личностей России: ученых, музыкантов, художников. Эта тенденция подтолкнула международные благотворительные организации открывать свои отделения в нашей стране.

Но хватит истории, стоит вернуться в настоящее время, к тенденциям развития современной благотворительности России. Начнем со статистики и международных рейтингов. Каждый год благотворительный фонд Charity Aid Foundation составляет рейтинг мировой благотворительности, куда входят 140 стран. Там есть и Россия, которая находилась на 127 месте в 2016 году. На данной позиции мы оказались благодаря 17% Россиян, которые участвовали в волонтерской деятельности, 7%, которые делали пожертвования в благотворительные организации и 29% гражданам, которые помогали нуждающимся. В ТОП-10 данного рейтинга входят Австралия, Ирландия, Канада, Новая Зеландия, США, Нидерланды, Индонезия, Великобритания, Парагвай и Дания. [2]

Основными объектами деятельности благотворительных организаций являются:

- дети-сироты, инвалиды, дети их неблагополучных, малообеспеченных семей;
- взрослая часть населения, с тяжелыми заболеваниями, безженцы, инвалиды и т.д.;
- ветераны, инвалиды, больные пожилого возраста и пациенты хосписов.

В нашей стране существует огромное множество благотворительных организаций. Но ведущими являются СБОР (Союз благотворительных организаций России), Национальный благотворительный фонд, РОССПАС. Нельзя не заметить, что существуют благотворительные фонды, которые распространяют свое влияние сразу на несколько категорий, а есть, специализирующиеся только в конкретной области. Например, «Фонд борьбы со СПИДом», «Старость в радость», «Жизнь» и др. (узкая направленность деятельности) Или «Благотворительность-Россия» и СБОР. (широкая направленность деятельности) [3]. Необходимо обратить внимания на 10 самых крупных благотворительных организаций в России. Рассмотрим «ТОП-10», который был опубликован в «Навигаторе» на 2016 год. [4]

1. Благотворительный фонд помощи тяжелобольным детям, сиротам и инвалидам «Русфонд». Его сборы за 2014 год составил 1 млрд 709 млн 445 214 руб. Данная организация была основана в 1996 году

Издательским домом «Коммерсант» и постоянно публикует различного рода просьбы на на страницах своей газеты и на соответствующем сайте, а также на информационных ресурсах своих партнеров. «Основные принципы деятельности Русфонда-адресность помощи, системность и комплексный подход в организации фандрайзинга, отчетность и прозрачность, постоянный диалог с партнерами и благотворителями» [5]. Девизом «Русфонда» являются слова: «Помогаем помогать».

2. Благотворительный фонд помощи детям с онкогематологическими и иными тяжелыми заболеваниями «Подари жизнь». За 2014 год фонд собрал 1 млрд 253 млн 207 461 рублей. Инициатива по созданию этого фонда исходила от Галины Чаликовой в 2006 году, которая в дальнейшем стала его первым директором. Учредителями фонда являются известные личности, такие как Чулпан Хаматова и Дина Корзун. К особенностям фонда «Подари жизнь» относится специализация на онкологии: фонд занимается сбором средств на закупку лекарств и оборудования, помощью детям в лечении, организации волонтеров, предоставлением амбулаторных квартир детям, которые приехали лечиться в Москву.

3. Фонд Валерия Гергиева. За 2014 год организация собрала 471 миллион 140 000 рублей на поддержание и продвижение творческих проектов, помощь молодым музыкантам и начинающим коллективам. Фонд основан в 2003 году по инициативе директора Мариинского театра Валерия Гергиева. Данная организация является также организатором Московского Пасхального фестиваля и фестиваля «Звезды белых ночей».

4. Благотворительный фонд продовольствия «Русь». В 2014 фонд собрал пожертвования в 458 млн 452 000 руб. Стоит отметить, что в отличие от других благотворительных организаций, основная часть пожертвования в фонде «Русь» представлена в натуральном виде, т.е. различными продуктами и товарами. Фонд является одним из основных банков продовольствия в России, его датой основания считается 2012 год. Этот фонд является одним из организаторов проекта «Народные обеды», который нацелен на составление пищевых наборов волонтерами. Стоит отметить, что в 2015 году на 20 цехах было приготовлено 1 млн 653 800 бесплатных обедов для тех, кто в них нуждается.

5. Фонд «Центр социальных программ». За 2014 год ЦСП собрал 426 млн 677 000 руб. на улучшение качества жизни и развития «полезных социальных инициатив» в регионах, где есть филиал данной организации. А если говорить примерами, то фонд помогает детям и взрос-

лым с ограниченными возможностями, пожилым людям, сиротам, семьям без кормильца и т.д.

6. Фонд поддержки исламской культуры, науки и образования. За 2014 год фонд выручил 408 млн 235 000 руб. Организация стремится к поддержать традиционные мусульманские объединения на территории России, путем финансирования ремонта культовых зданий, предоставления продуктов для религиозных праздников, закупки просветительской литературы.

7. Благотворительный фонд «АдВИТА» в 2014 году привлек 309 млн 146 000. Фонд ориентируется на привлечение средств на поиски доноров для пересадки костного мозга, помогает учреждениям, которые занимаются лечением людей с онкологическими заболеваниями. Фонд стремится перейти на финансирование социальных программ, а не отдельных людей.

8. Благотворительный фонд спасения тяжелобольных детей «Линия жизни» за 2014 год собрал 298 млн 315 146 руб. Целевой аудиторией этого фонда являются дети с тяжелыми заболеваниями: врожденный порок сердца, нарушение ритма сердца, сосудистая патология головного мозга, эпилепсия, краниостеноз и др. Одной из наиболее известных акций фонда «Линия жизни»- «Чья-то жизнь- уже не мелочь».

9. Фонд помощи хосписам «Вера», который за 2014 привлек 224 млн 750 000 руб. Данный фонд нацелен на поддержку хосписов России, помощь неизлечимо больным детям. Был создан в 2006 году и назван в честь главного врача Московского хосписа и создателя фонда Веры Миллионщиковой. Девиз: «Если человека нельзя вылечить, это не значит, что ему нельзя помочь»

10. РОО «Милосердие» собрал 199 млн 604 000 руб для помощи всем, кто в ней нуждается: бездомные, детские дома, ВИЧ-инфицированные, дети-инвалиды и т.д. Девиз организации гласит: «В этом мире есть любовь».

Говоря об основных благотворительных организациях России, конечно, нельзя не упомянуть и об общем количестве благотворительных фондов в стране. На 1 января 2015 года было зарегистрировано около 8816 благотворительных фондов. Если анализировать состояние благотворительности в России, можно сказать однозначно, что она развита не так сильно, как в странах Европы. Скорее всего, это можно связать и с менталитетом жителей нашей страны и, конечно же, с уровнем жизни населения. Если говорить примитивно, то как можно помогать кому-либо, когда сам живешь «не очень» и не уверен даже в завтрашнем дне. Однако, нельзя не обратить внимания на то, что с

каждым годом увеличивается пропаганда благотворительности: растет влияние социальной рекламы в этой отрасли, мы узнаем о различных благотворительных акциях через СМИ, а также видим тесное сотрудничество коммерческих организаций с благотворительными фондами. На наших глазах растет число частных благотворителей, увеличивается количество выделяемых грантов, стремительно пополняется армия добровольных доноров. «Все меньше в нашей стране становится обывателей, люди стали стремиться к участию в судьбе других людей, участию в общем деле – становлению и развитию нашей страны.». [6]

Таким образом, можно сделать вывод, что благотворительность в России сейчас находится на стадии роста, что связано не только с вышеперечисленным, но и с подъемом нашей экономики, ростом моральных ценностей населения. А это все значит, что в ближайшем будущем можно ожидать возрождения отечественных традиций благотворительности.

Литература:

1. Официальный сайт РИА Новости [Электронный ресурс: <https://ria.ru> (дата обращения: 05.05.2017)].
2. Официальный информационный ресурс Бэйзтоп [Электронный ресурс: <http://basetop.ru> (дата обращения: 05.05.2017)].
3. Официальный информационный ресурс FB [Электронный ресурс: <http://fb.ru> (дата обращения: 05.05.2017)].
4. Официальный информационный ресурс благотворительного фонда «Милосердие» [Электронный ресурс: <https://www.miloserdie.ru> (дата обращения: 05.05.2017)].
5. Официальный информационный ресурс [Электронный ресурс: <https://vk.com> (дата обращения: 05.05.2017)].
6. Официальный информационный ресурс [Электронный ресурс: <http://www.sociologyzone.ru> (дата обращения: 05.05.2017)].

Колесова А.С.,

Потапова Ю.О.

студентки Факультета учёта и аудита,

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации,

г. Москва, Россия

e-mail: alina12112015@yandex.ru

yulia1617@gmail.com

Научный руководитель:

О.А. Артемьева

к.э.н., доцент

Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации,

г. Москва, Россия

Санаторно-курортный отдых

Аннотация: В статье проведен анализ состояния санаторно-курортной отрасли современной России, рассмотрены основные проблемы российских санаториев и здравниц, предложены пути решения этих проблем, исходя из положительного международного опыта.

Ключевые слова: санаторно-курортная отрасль, санатории, здравницы, оздоровительный туризм.

**Kolesova A.S.,
Potapova Y.O.,**
*students of the Faculty of Accounting and Audit,
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*
e-mail: *alina12112015@yandex.ru*
yulia1617@gmail.com

**Scientific advisor:
Artemyeva O.A.,**
*PhD, Associate Professor
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia*

Sanatorium and resort industry

Abstract: the article analyzes the state of the sanatorium-resort industry of modern Russia, the main problems of the Russian sanatoria and health resorts, proposed solutions to these problems, based on positive international experience.

Keywords: sanatorium-resort industry, sanatorium, health resorts, health tourism.

В настоящее время наблюдается усиление внимания к оздоровительному туризму. Санаторно-курортное лечение стало неотъемлемой частью жизни многих современных людей. Не осталась в стороне от этой мировой тенденции современная Россия.

В отечественной специфике можно выделить следующие факторы, которые привлекают россиян к отдыху в санаториях и здравницах:

- Особенности климата, природный ландшафт;
- Более низкая стоимость путевок по сравнению с курортами за границей;
- Усиление внимания населения страны к здоровому образу жизни,
- Применение в российских санаториях новых оздоровительных практик;
- Низкий уровень оказания медицинских услуг в территориальных больницах, поликлиниках и других лечебных заведениях.

Ассоциация оздоровительного туризма выделяет несколько главных факторов, которые привлекают туристов. К ним относят низ-

кую стоимость оказания медицинских услуг в отечественных санаториях, медицинский профиль учреждений и природную среду. Степень значимости каждого из этих перечисленных факторов, представлена на диаграмме (рис.1):



Рисунок 1 – Основные факторы, определяющие привлекательность санаторно-курортного отдыха в России

По оценке экспертов, сегодня санаторно-курортный сектор России имеет достаточно большой потенциал для развития. В настоящий момент наблюдается тенденция роста интереса к внутреннему туризму. Серьезным фактором, который определяет прирост туристического потока стало включение территории Крыма в состав Российской Федерации. Нестабильная политическая обстановка, террористические угрозы и ряд других факторов привели к снижению спроса на отдых за рубежом, тем самым создав для санаторно-курортной отрасли страны потенциальных клиентов. Отдых в Российских здравницах рассматривается многими нашими соотечественниками, как безопасный вид туризма.

По официальным данным Росстата к 2015 году в России насчитывалось 1878 санаторно-курортных организаций, при этом их число уменьшалось на протяжении последних 15 лет. Динамику изменения числа учреждений санаторно-курортной отрасли представлена на графике (рис. 2).



Рисунок 2 – Число санаторно-курортных учреждений

Большинство из них расположены в Приволжском Федеральном округе (21% от общего числа), Центральном и Южном федеральных округах (18% и 14 % соответственно). На плотность размещения санаториев и здравниц повлияли два фактора: природно-климатические условия региона и численность людей, которые проживают в этих районах (потенциальные потребители услуг этой отрасли). При этом общая численность посетителей этих медицинских учреждений за последние десятилетие даже увеличилась, превысив уровень в 5,5 млн человек. Реальные доходы также остаются на стабильном уровне, несмотря на высокий уровень потребительской инфляции (149%, по Росстату, и 182%, по ЦБ).

При должном уровне загрузки санатории могут стать стимулом для развития территорий, на которых они расположены, тем самым внося значительный вклад в развитие инфраструктуры органов присутствия. Развитие санаторно-курортной отрасли поможет региону обеспечить рабочими местами местное население. К сожалению, развитие этой отрасли осложнено рядом проблем. По нашему мнению, главной причиной этих проблем является большое количество санаториев и здравниц, находящихся в собственности государства. Причиной возникновения этой проблемы послужил исторический фактор. Большинство отечественных санаториев были построены еще в Советский период отечественной истории. В 1990-е годы здравницы оказались на периферии интересов государства и частного предпринимательства. В связи с этим в настоящий период развития санаторно-курортной отрасли России только 50 % отечественных здравниц являются частными. Это неизбежно отразилось на состоянии отрасли, приведя к возникновению ряда проблем, требующих оперативного решения. Представители местных властей предпринимают меры по их устранению, однако

для их полного решения государственного финансирования недостаточно, следовательно, сейчас существует необходимость привлечения частного капитала в отрасль.

С целью выявления наиболее значимых проблем исследуемой отрасли, оценки позиций основных участников рынка санаторно-курортных услуг, авторами был проведен опрос среди студентов и преподавателей ведущих вузов России от 18 до 60 лет. В опросе приняло участие 45 человек. Большинство респондентов в нашей анкете определили в качестве главной проблемы российских санаториев низкое качество ремонта. Действительно, Министерство здравоохранения Российской Федерации констатирует, что износ основных фондов почти каждого пятого санатория превышает 80%. В масштабах страны этот показатель является катастрофическим. Опрашиваемые подчеркивали, что к самым важным проблемам они также относят: слаборазвитую инфраструктуру санаториев, низкое качество обслуживания, недостаток сопутствующих услуг и прочие проблемы (рис.3).



Рисунок 3 – Результаты авторского опроса

Сейчас проблемой для многих наших соотечественников остается высокая стоимость путевок. 46 % респондентов, проходивших лече-

ние в санаториях страны, заплатили льготную стоимость путевки. Если проследить динамику стоимости, то мы увидим, что она постоянно увеличивалась в течение предшествующих 10 лет (рис.4).



Рисунок 4 – Динамика стоимости платных санаторно-оздоровительных услуг населению, млн. рублей

Решение данных проблем, которые мы обозначили выше, осуществимо с помощью привлечения инвестиций в развитие отрасли, разработки программ приватизации государственных санаториев, осуществление Правительством продления действия федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» (объем инвестиций, привлекаемых в отрасль в рамках программы, превысит 100 млрд рублей).

На территории России есть курортные города, предлагающие туристам медицинские услуги, которые базируются на природных особенностях региона. Так, Пятигорск еще известен со времен царской России своими лечебными водами. В этом городе побывали такие известные люди как И.Е. Репин, Л.Н. Толстой, А.С. Пушкин, Н.И. Пирогов, М.Ю. Лермонтов. К сожалению, этот курорт имеет ряд проблем, характерных для большинства санаториев нашей страны. Для нахождения возможных путей преодоления этих проблем мы предлагаем проанализировать известные всему миру города-курорты, имеющие сходную специфику своей работы с Пятигорском. [1]

Карловы Вары – курорт, расположенный на территории современной Чехии. На весь мир он известен своими минеральными водами. Этот город-курорт имеет богатую историю. В здравницах этого города отдыхали и восстанавливали свое здоровье Иоганн Вольфганг Гете, Людвиг ван Бетховен, Николай Васильевич Гоголь, Карл Маркс и многие другие. В окрестностях Карловых Вар расположены памятники архитектуры и истории, которые в настоящее время дополнительно привлекают туристов.

С XIX века и кончая началом XX века, Карловы Вары пользовались большой популярностью среди туристов, которые желают поправить свое здоровье. Политические события XX века не обошли стороной этот чешский город. Большое влияние на развитие курорта оказало Потсдамское соглашение, которое было принято после окончания Второй мировой войны. Согласно этому соглашению, в Чехословакии установился режим коммунизма. Коренное изменение в политике государства не могло не отразиться на работе санаториев Карловых Вар. Политика коммунизма привела к резкому сокращению количества инвестиций в этот курорт. Постепенно здравницы Карловых Вар пришли в упадок. Ситуация изменилась лишь в 1989 году, когда в стране произошла бархатная революция. В ходе нее был свергнут действующий до этого в стране политический режим. Во всемирно известный курорт стали вновь поступать денежные средства частных инвесторов. Эти вложения позволили обновить здравницы Карловых Вар, отреставрировать памятники истории и архитектуры, находящиеся поблизости от всемирно известного курорта. Все это привело к увеличению потока туристов, желающих восстановить свое здоровье с помощью минеральных вод Карловых Вар. В настоящее время Карловы Вары – это известный курорт, отвечающий мировым стандартам качества. [2]

Еще одним знаменитым на весь мир курортом является Баден-Баден. Баден-Баден – это курорт, характеризующийся хорошим сервисом, но и дорогими ценами на лечение. Этот город прекрасно оборудован для обеспечения комфортных условий для людей с ограниченными возможностями, что обеспечивает дополнительный приток туристов. Как и Карловы Вары, город имеет богатейшую историю, которая начинается еще со времен древних римлян. В настоящее время туристы еще могут увидеть развалины римских бань. В Баден-Баден любители ездить знатные, обеспеченные люди. В XIX веке этот европейский курорт вошел в русскую классическую литературу. Его упоминают в своих произведениях такие писатели как Гоголь, Достоевский, Тургенев, Тол-

стой, Гончаров, Чехов. В городе и его окрестностях есть много достопримечательностей, которые привлекают туристов. [3]

Международный туристический опыт позволяет говорить о том, что российским здравницам необходима коренная модернизация. Это нужно для того, чтобы они стали конкурентоспособным на мировом рынке. Решения ряда проблем, выявленных выше, невозможно без серьезных финансовых вложений. Инвестиционная привлекательность конкретного санатория для предпринимателей – главный аспект, на которое необходимо обратить внимание представителям власти. Функционирование капитала инвесторов в частном секторе должно стать гарантом улучшения качества санаторно-курортного лечения, и, как следствие, увеличения конкурентоспособности российских санаториев в долгосрочной перспективе. Это, в свою очередь, станет стимулом для развития территорий, обеспечит решение социальных проблем, позволит увеличить количество как отечественных туристов, так и поток иностранных.

Литература:

1. История развития города-курорта Пятигорск/Санатории Пятигорска [Электронный ресурс:<http://pyatigorsk-kurort.ru/istoriya-razvitiya-goroda-kurorta-pyatigorsk> (дата обращения: 01.05.2017)]
2. История Карловых Вар/Чехия [Электронный ресурс: <http://chehia.devisu.ru/spa/hist-kv.html> (дата обращения: 03.05.2017)]
3. Варка С.В. Лучшие курорты Баден-Бадена. Баден-Баден: история, описание, фото и отзывы/ FB.ru [Электронный ресурс: <http://fb.ru/article/254235/luchshie-kurortyi-baden-badena-baden-baden-istoriya-opisanie-foto-i-otzyivyi> (дата обращения: 03.05.2017)]
4. Официальный сайт Ассоциации оздоровительного туризма [Электронный ресурс: <http://aotrf.ru> (дата обращения: 06.05.2017)]
5. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 07.05.2017)]
6. Официальный сайт Ростуризма [Электронный ресурс: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 07.05.2017)]

Иванова Ю.О.,
преподаватель
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: cardamina@gmail.com

Образовательный туризм как перспективное направление развития туризма регионов

Аннотация: В данной статье представлены результаты научного исследования, проведённого автором с целью изучения образовательного туризма в качестве перспективного направления развития туризма регионов. Проанализированы виды образовательного туризма и сопоставлены рейтинги регионов по уровню образования, качеству жизни и туристской привлекательности.

Ключевые слова: туризм, регион, образование, рейтинг.

Ivanova Yu. O.,
lecturer
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: cardamina@gmail.com

Educational tourism as a perspective direction of tourism development in regions

Abstract: This article presents the results of a scientific study conducted by the author in order to study educational tourism as a promising area for the development of tourism in the regions. The types of educational tourism are analyzed and the ratings of the regions are compared by the level of education, the quality of life and tourist attractiveness.

Keywords: tourism, region, education, rating.

Суть образовательного туризма заключается в совмещении обучения с отдыхом, являясь важным компонентом социальной и культурной жизни общества. В современную концепцию образовательного туризма входят образовательные учреждения, секторы проживания, питания, досуг и транспорт. Образовательный туризм стал комплексным продуктом, состоящим из туристского и образовательного компонентов.

Стоит отметить, что большая часть современных образовательных туров осуществляется в рамках развития международного туризма. Студенческие обмены, конференции, летние школы и лагеря, языковые курсы представляют многообразие форм международного образовательного туризма. Элементы интернационализации высшего образования присутствовали уже в античных и средневековых университетах, но в современном значении можно говорить о возникновении данного явления только с 1960-х. Вначале интернационализация высшего образования не носила массового характера и была сосредоточена только в определённых странах и регионах (США и Западная Европа). В 1990-х годах ситуация значительно изменилась, так как на рынке появились такие страны как Австралия, Китай, Индия, Россия и бывшие социалистические страны, а также Африка и Латинская Америка. Экономический эффект от международных студентов является колоссальным. Австралия, Великобритания и США ежегодно принимают 36% всех международных студентов, уезжающих учиться по обмену. В США студенты из других стран ежегодно приносят до 18 миллиардов американских долларов год. В Австралии международное образование является третьей по величине экспортной отраслью. Однако не только образование и информация интересуют современных образовательных туристов. Интерес к путешествиям существовал всегда, а в условиях глобализации и отмены многих границ, тенденции к открытости и толерантности, простоты бронирования объектов для проживания, увеличения скорости перемещения путешествия становятся неким маркером социального статуса.

Наибольшее распространение получили следующие виды образовательного туризма:

- учебные поездки для изучения иностранных языков, общих и специальных предметов;
- ознакомительные поездки, научные и бизнес-стажировки;
- конгрессы, конференции, семинары, творческие мастерские и мастер-классы;
- экскурсионные и ознакомительные поездки по городам, регионам и странам.

В сознании большинства россиян существует стереотип об образовательном туризме как о поездках за рубеж, которые доступны только очень обеспеченным людям. Однако в нашей стране есть необходимая база для развития внутреннего образовательного туризма, являющегося перспективным направлением развития туризма регионов.

Для развития детского (школьного) образовательного туризма в России замечательная основа была заложена в период СССР, когда актив-

но создавались детские пионерские лагеря, с их идеей всестороннего развития личности ребёнка. Современный детский образовательный туризм связан с закреплением знаний, полученных на занятиях в средней школе, и освоением новых дополнительных материалов, расширяющих кругозор ребёнка. Формами детского образовательного туризма могут быть изучение исторического и культурного наследия, посещение этнодеревень, реконструкций исторических событий, эколого-биологические программы, геологические походы, изучение естественных наук и иностранных языков в летних школах, профориентационные познавательные программы. Важным условием является совмещение рекреационных и образовательных задач. В связи с увеличением темпа жизни и спросом на получение как можно большего количества навыков в короткие сроки, популярны стали комбинированные предложения, позволяющие во время каникул приобрести языковые навыки и получить уроки верховой езды, балльных танцев, игры в гольф, теннис и т.д. При этом во многих регионах существуют летние лагеря и школы, где языки преподаются носителями, проводить мастер-классы приезжают иностранные студенты и специалисты, что позволяет семьям практически с любым уровнем достатка приобщать своих детей к международной образовательной среде. Многие языковые лагеря сочетают обучение с культурно-экскурсионной программой, с посещением пляжей, аквапарков и другими развлекательными составляющими.

Юношеский образовательный туризм во многом похож на детский, однако с той разницей, что увеличивается доля лингвистических и профориентационных программ, программ по развитию инновационной и креативной активности, по изучению основ предпринимательской деятельности. В России известна, например, международная летняя школа Алтайского государственного университета. Проект, разработанный инициативной группой географов, археологов, искусствоведов, реализуется с 2002 года на территории туристско-рекреационной зоны «Бирюзовая Катунь». Школа состоит из теоретического курса и практики. В ходе теоретического курса участники получают общие знания об истории и археологии Алтайского края, а также о некоторых методах проведения археологических исследований. Обучение проводится в форме лекций, практических занятий и экскурсий на английском языке. Практика проходит на местах археологических раскопок, где туристы участвуют в археологических раскопках и знакомятся с историческими особенностями региона.

В настоящее время России действуют 222 организации, специализирующихся на детско-юношеском туризме. В конце августа 2014 года Правительство одобрило концепцию развития дополнительного образования

детей, согласно которой к 2020 году необходимо задействовать в таких программах до 75% от общего числа детей в возрасте от 5 до 17 лет. Детско-юношеский образовательный туризм имеет не только очевидные экономические преимущества: путешествуют школьники или студенты, как правило, организованными группами, поездки повторяются из года в год, что облегчает бизнес-планирование. Ещё более он важен с социальной точки зрения. Туризм предоставляет возможность глубже узнать и познакомиться с историческим и природным наследием страны. Путешествия имеют важное значение в обеспечении многостороннего развития юной личности. Походы, поездки, экскурсии – это виды социализации личности, которые могут дать подрастающему поколению возможность для адаптации к современным условиям жизни, повышения своего интеллектуального уровня, развития наблюдательности, коммуникабельности, самодисциплины.

Набирают популярность специализированные программы дополнительного образования для взрослых и для пожилых людей, как основные, так и интегрированные с рекреационными. К ним относятся летние бизнес школы, выездные семинары, интеллектуальные корпоративы и мероприятия по сплочению коллектива, краткосрочные языковые курсы. Возрастает спрос и на семейные летние лагеря, где все члены семьи могут не только отдохнуть и побыть вместе, но и приобрести разнообразные полезные знания и навыки. Среди пенсионеров сейчас особенно популярны курсы компьютерной грамотности, и многие санатории и пансионаты предоставляют пожилым людям возможность совмещать отдых, лечение и обучение.

Какие же регионы России уже сейчас являются признанными центрами образовательного туризма, а какие обладают большим потенциалом? Для ответа на данный вопрос были проанализированы и сопоставлены несколько рейтингов регионов за 2015 год [3, 4, 5]. Среди них образовательный рейтинг (обеспеченность образовательными услугами и научная результативность), рейтинг привлекательности для туристов и общий рейтинг качества жизни, рассматривающий такие аспекты как безопасность; экологические и климатические условия; обеспеченность объектами социальной инфраструктуры; уровень экономического развития; освоенность территории и развитие транспортной инфраструктуры (таб.).

Безусловными лидерами образовательного туризма являются Москва и Санкт-Петербург, но стоит отметить, что такие большие города среди всего прочего не обладают возможностями для полноценной рекреации, и в этом смысле республика Татарстан является более привлекательным регионом для совмещения обучения, отдыха, путешествий, экскурсий, знакомства с новыми культурами и природными объектами.

Сравнение рейтингов регионов России за 2015 год

	Образовательный рейтинг	Рейтинг качества жизни	Рейтинг привлекательности для туристов
1	<i>Москва</i>	<i>Москва</i>	Краснодарский край
2	<i>Санкт-Петербург</i>	<i>Санкт-Петербург</i>	<i>Санкт-Петербург</i>
3	Томская область	Московская область	<i>Москва</i>
4	Тюменская область	<i>Республика Татарстан</i>	Республика Крым
5	Саратовская область	Краснодарский край	Московская область
6	Орловская область	Белгородская область	Калининградская область
7	Воронежская область	Ханты-Мансийский АО	Республика Карелия
8	<i>Республика Татарстан</i>	Воронежская область	Ярославская область
9	Курская область	Липецкая область	Нижегородская область
10	Белгородская область	Свердловская область	Алтайский край
11	Новосибирская область	Тюменская область	Ленинградская область
12	Ивановская область	Нижегородская область	Ставропольский край
13	Омская область	Самарская область	<i>Республика Татарстан</i>
14	Тамбовская область	Ленинградская область	Приморский край
15	Ростовская область	Челябинская область	Калужская область

Потенциально интересными регионами для развития образовательного туризма являются Тюменская, Белгородская и Воронежская области. У данных регионов есть вся необходимая образовательная и социальная база, однако им необходимо лучше развивать свой туристский сектор, для чего есть все условия: транспортная доступность, климат и природа, богатое историческое наследие.

Краснодарский край, Московская, Ленинградская и Нижегородская области также могут стать привлекательными для образовательного туризма. Необходимо приложить усилия к повышению качества предоставления образовательных услуг, к открытию новых культурно-досуговых центров, к строительству детских садов, школ, выводу университетских кампусов за черту города. Тогда Московская и Ленинградская области будут очень интересны жителям Москвы и Санкт-Петербурга – кто-то отправит своего ребёнка в загородную школу-пансионат, или в лагерь всего в часе езды от дома, или сам на выходных захочет посетить мастер-класс в этнодеревне или день открытых дверей на производстве.

Таким образом, образовательный туризм может совмещаться с рекреационными или лечебно-профилактическими видами туризма и носить круглогодичный характер. Ресурсы детских лагерей, санаториев, домов отдыха, детских школ искусств, школ, колледжей, вузов могут использоваться для развития образовательного туризма. Данный вид туризма также должен способствовать развитию трудовой занятости, повышению эффективности использования рекреационных и образовательных ресурсов, расширению спектра платных образовательных услуг и оптимизации использования учебного оборудования.

Литература:

1. Иванова Ю.О. Влияние программ международного обмена студентами на формирование и развитие имиджа университета / Ю.О. Иванова // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2016. – Том 198. – С. 469–473.
2. Стыцюк Р.Ю. Маркетинговый подход к формированию конкурентных преимуществ территории // Современные технологии управления – 2014, сборник материалов международной научной конференции 14–15 июля, под ред. проф. А.Я. Кибанова – Киров: 2014 г. 267–279 с.
3. Стыцюк Р.Ю. Перспективы развития маркетинга культурной регенерации территории (статья рецензируемая) // Научные труды Вольного экономического общества, М.: 2014г., Т. 188. 57–62 с.
4. Официальный сайт BaseTop [Электронный ресурс: <http://basetop.ru/turisticheskiy-reyting-regionov-rossii/> (дата обращения: 14.04.2017)].
5. Официальный сайт RiaRating [Электронный ресурс: http://ria-rating.ru/regions_rankings/20160225/630011011.html (дата обращения: 01.05.2017)].
6. Официальный сайт KapitalRus [Электронный ресурс: <http://kapital-rus.ru/articles/article/174270> (дата обращения: 02.05.2017)].

СЕКЦИЯ «КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА»

Ответственный редактор

П.С. Щербаченко, к.э.н., доцент Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Поборцева Н.А.,

студент

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: natpobortseva@gmail.com

Романова Ю.В.,

студент

*Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: romanova.juliya1@gmail.com

Научный руководитель:

Харчилава Х.П.,

*доцент, к.э.н. Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации*

г. Москва, Россия

e-mail: hpharchilava@fa.ru

Проблемы корпоративного управления в группе компаний

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы, посвященной изучению проблем корпоративного управления в группе компаний. В статье рассмотрены основные проблемы, возникающие в современных холдинговых компаниях и предложены некоторые механизмы корпоративного управления, способствующие решению данных проблем.

Ключевые слова: корпоративное управление, группы компаний, холдинг, дочерняя компания, совет директоров, зависимые стороны.

Pobortceva N.A.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: natpobortseva@gmail.com

Romanova Y.V.,

student

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: romanova.juliya1@gmail.com

Scientific adviser:

Harchilava H.P.,

Ph.D

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: hpharchilava@fa.ru

The problems of corporate management in group of companies

Abstract: The article presents the main results of the research work devoted to the study of corporate governance problems in a group of companies. The article considers the main problems arising in modern holding companies and suggests some mechanisms of corporate governance that may solve these problems.

Keywords: corporate governance, group of companies, holding, subsidiary, board of directors, stakeholders.

В настоящее время для удовлетворения потребностей бизнеса все чаще создаются группы компаний. Решения об организации общества в таком виде имеют свои отличительные черты в области корпоративного управления.

Сегодня очень много внимания уделяют отношениям между компаниями – членами групп, где возникают следующие наиболее актуальные проблемы, привлекающие внимание менеджеров и совета директоров:

Первая проблема – это недостаточная прозрачность экономических взаимосвязей внутри группы и контроля одних компаний над другими.

Иногда мы видим, что структура собственности строится с целью выявления затруднений в отношениях контроля между дочерними и зависимыми обществами.

В таких ситуациях становится очень сложным оценить добросовестность осуществления сделок, выявить интерес менеджеров, а также имеет ли место трансфертное ценообразование или другие подобные нарушения.

Второй проблемой выделяют возможность доминирующего общества контролировать решения, принимаемые зависимыми или дочерними компаниями, вопреки своим интересам.

Основное общество имеет возможность влиять на процесс принятия решений дочерним обществом различными способами, например:

- Общество может оказывать прямое влияние на результаты голосования по вопросам, решение которых относится к компетенции общего собрания акционеров дочерней организации;
- Основное общество может выдвигать своих представителей в члены Совета директоров дочернего общества и их избрание;
- Основное общество также может выдвигать своих представителей в состав исполнительных органов дочернего общества и их избрание [1, стр. 8].

Довольно часто встречается ситуация, когда члены коллегиального исполнительного органа или генеральный директор основного общества являются членами совета директоров или исполнительного органа дочерней организации, предварительно получив согласие Совета директоров основного общества.

Согласно российскому законодательству основное общество имеет право давать обязательные указания для дочернего общества. [2, статья 6]. Данное право возможно только, если оно предусмотрено в договоре, заключенном между двумя обществами, или в уставе дочернего общества.

Также для более эффективной деятельности холдинговых компаний необходимо защищать права миноритарных акционеров зависимых или дочерних обществ от злоупотреблений контрольными полномочиями со стороны основного общества.

В случае несостоятельности (банкротства) дочернего общества по вине основного хозяйственного товарищества или общества последнее несет субсидиарную ответственность по его долгам.

Участники (акционеры) дочернего общества вправе потребовать возмещения основным хозяйственным товариществом или обществом убытков, причиненных его действиями или бездействием дочернему обществу [3, статья 1064].

Еще одним вопросом, встающим перед управленцами в подобного рода организациях, является вопрос гарантии прав кредиторов. Необходимо защищать права кредиторов зависимого или дочернего общества от мошенничества и возможных последствий недостаточной капитализации контролируемого общества.

Кредиторы также могут попасть в уязвимое положение с точки зрения возможности получения причитающихся им выплат.

Некоторые кредиторы дочернего общества пользуются общей защитой, предусмотренной российским законодательством в отношении кредиторов коммерческих организаций.

Кроме того, для защиты прав кредиторов дочерней организации предусмотрены дополнительные гарантии. Дочернее общество не отвечает по обязательствам основного общества.

Выделяют различные способы защиты кредиторов дочернего общества, к ним относят:

компенсацию кредиторам дочернего общества годового дефицита, образовавшийся в дочернем обществе в отношении выплат по кредитам с помощью принятия контролирующим обществом обязательства;

- распространение на материнское общество ответственности за долги дочернего общества при определенных обстоятельствах (такой механизм распространен в Испании, Нидерландах и Франции).

В условиях современной экономики наблюдается высокая конкуренция между подобными структурами. Поэтому для осуществления наиболее эффективной и успешной деятельности корпоративному управлению необходимо уделять особую бдительность перечисленным выше проблемам и своевременно применять должные меры по их регулированию [4, стр. 50].

Как правило, сегодня компании создаются в достаточно запутанных организационных формах. Но стоит отметить, что сложные предпринимательские структуры, схемы перекрестного владения акциями, многоуровневые (пирамидальные) и другие организационные схемы могут быть созданы для экономического процветания и достижения компаний абсолютно законных целей.

Однако в таких ситуациях акционерам и потенциальным инвесторам сложно увидеть реальную картину функционирования обще-

ства, и совету директоров следует уделять огромное внимание и проявлять бдительность, поскольку на практике создание подобных структур неоднократно применялось для нарушения прав акционеров.

Таким образом, для обеспечения эффективной деятельности компании без вреда для ее дочерних организаций и зависимых сторон, очень важно изучать специфику корпоративного управления и уделять внимание правовым аспектам ведения бизнеса в группе компаний.

Литература:

1. Пособие по корпоративному управлению: В 6 т. / Автор Имя. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. Т. 5: Часть V. Некоторые специальные вопросы. – 2004 г. – с. 8–12
2. Федеральный закон «Об акционерных обществах» (АО) (208-ФЗ) 2017.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года №51-ФЗ.
4. Учебное пособие «Корпоративное управление» для подготовки бакалавров и магистров направления «Менеджмент». ИЭиУ УдГУ, Ижевск, 2012. – 50–55 с.

СЕКЦИЯ «ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ»

Ответственный редактор

Е.В. Васильева, д.э.н., профессор кафедры «Бизнес – информатика» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Мирзоян М.В.,
аспирант
Финансовый Университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: mvmirzoyan@fa.ru

Применение онтологического подхода в управлении компетенциями госслужащих

Аннотация: В статье рассмотрен компетентностный подход и важность его применения как инструмента управления персоналом в государственной структуре. Его применение за рубежом и в России. Также использование онтологического подхода и как он может связать задачу оценки компетенций непосредственно с потребностями в них при выполнении конкретного проекта, функции, задачи.

Ключевые слова: компетенции, компетентностный подход, онтологический подход

Mirzoyan M.V.,
PhD
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: mvmirzoyan@fa.ru

Application of the ontological approach in the management of the competencies of the civil servants

Annotation: This article considers the competency-based approach and the importance of its application as a tool for the staff management in the state structure. Its application abroad and in Russia. Also the use of the ontological approach and how it relates the task of directly evaluating the competencies to the needs in them during the implementation of a particular project, function, task.

Keywords: competence, competence approach, ontological approach

Применение компетенций в управлении кадровым потенциалом организации на сегодняшний день является одним из перспективных

методов. Компетенции и онтологический подход в управлении компетенциями государственных организаций во всем мире применяется достаточно давно. В России же применение компетентностного подхода стало популярным совершенно недавно. Задача повышения квалификационно-компетентностного уровня работников государственной службы является одной из важнейших составляющих стратегии развития кадрового потенциала организации и организации в целом. Следовательно, для эффективного управления кадрами организации необходимо правильно наладить процессы рекрутмента и отбора, обучения и развития персонала и т.д.

Компетентностный подход

Компетенции являются ключевым понятием современных систем управления персоналом. Компетентностный подход является основой кадровой политики в системе государственной гражданской службы ведущих стран, а также позволяет оценить социально-экономическую эффективность системы государственного и муниципального управления.

В настоящее время понятие «компетенции» перешагнуло через границы компаний и даже отдельных отраслей. В развитых странах создаются национальные концепции моделей компетенций, с помощью которых стало возможно управлять кадровым потенциалом стран и даже регионов. Во многих странах мира применение моделей компетенций в госуправлении не является новым инструментом, а в России начало применяется недавно и приобретает в современных условиях особую актуальность.

В общественном сознании сформировано понимание необходимости изменения деятельности госаппарата и повышения его эффективности и качества работы. В настоящее время предпринимаются серьезные шаги в области реформирования государственной и муниципальной службы: принимаются законы, другие нормативные акты, а также реализуются меры по разделению полномочий, ведется подготовка и переподготовка управленческих кадров, государственных и муниципальных служащих.

Компетентность представляет собой показатели, отражающие профессиональные знания, способности, навыки, необходимые государственному служащему для эффективного выполнения своих служебных обязанностей.

К профессиональным компетенциям относятся знания, умения, навыки, личностные качества, необходимые для осуществления профессиональной деятельности в конкретной области.

Таким образом, одним из фундаментальных принципов организации и функционирования государственной службы является принцип профессионализма и компетентности.

На сегодняшний день в РФ разработан федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) высшего образования (ВО) по направлению «Государственное и муниципальное направление» для степени бакалавра.

В данном стандарте все компетенции подразделяются на три больших блока: общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные [4]. Независимо от того, что перечень общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций отражен в рамках ФГОСов высшего образования, часто выделяются более конкретные и четкие требования работодателей для определенного вида профессиональной деятельности или замещения вакантной должности. В этой связи в конкретных органах государственного управления могут разрабатываться свои модели профессиональных компетенций.

Компетентностная модель дает возможность объединить методы оценки профессиональных компетенций в единый тщательно проработанный подход.

В процессе подбора персонала модель профессиональных компетенций выступает в качестве критерия отбора сотрудников, что позволяет значительно экономить время и средства, затрачиваемые на подбор персонала.

При реализации обучения персонала модель профессиональных компетенций помогает отобрать необходимые программы обучения, а также формы и методы обучения. На основе имеющейся модели легко и просто сформировать запрос к обучению.

В процессе аттестации сотрудников модель компетенций помогает проводить их оценку на основе имеющихся критериев.

Критерии, созданные на основе модели профессиональных компетенций, не меняются на всех этапах работы с персоналом: и отбора, и обучения, и аттестации, – прозрачны и понятны как сотруднику, так и руководителю. [1]

Управление компетенция государственных служащих на основе онтологического подхода

Многие исследователи сегодня занимаются проблемой разработки подхода к построению модели компетенции на основе онтологий [3,4]. Применение онтологий позволит связать задачу оценки компетенций непосредственно с потребностями в них при выполнении конкретного проекта, функции, задачи. На этапе построения запроса мене-

джером, с помощью онтологии выполняется преобразование запроса в набор терминов и понятий, соединенных логическими связками, такими как: синоним, ономим, род-вид, часть-целое, ассоциация, средство для, причина, следствие.

Например, если в онтологии по структурам данных отражены отношения «род-вид» между понятиями «Договора для проведения проверок» (род), «Экспертиза документов» (вид), «Обследование объекта» (вид), «Анализ первичной информации» (вид) и отношения «синоним» между понятиями «Отдел кадров» (синоним) и «HR» (синоним), то запрос «Какие существуют договора для проведения проверок в организации?» будет преобразован в форму: «Экспертиза документов» и «Обследование объекта» и «Анализ первичной информации», а запрос «Отдел кадров» в форму «Отдел кадров» и «HR».

Однако, этот метод требует полного и в тоже время простого, понятного описания компетенций в зависимости от рабочей ситуации, бизнес-процесса, выполняемой функции служащим, а также стратегией развития всей организации. В модели компетенции служащего, задействованного на выполнение определенного проекта по исполнению государственной функции для информационно-коммуникативной компетенции, будут выделены навыки и знания по категориям должностей, групп и категорий должностей государственных гражданских служащих, а также в зависимости от конкретной выполняемой в данный момент времени задачи.

Компетентностный подход позволяет проводить оценку персонала через сравнение результативности, качества и сложности осуществленного труда с эталонными характеристиками в отношении данной должности. Таким образом, набор компетенций позволит достаточно точно описать трудовое поведение, которое требуется для успешного выполнения работы в данной должности или по группе сходных должностей. Этот набор и отражается в модели компетенций. В тоже время стоит помнить, что для формирования резерва, как правило, недостаточно отобрать способных к продвижению сотрудников – важно правильно подготовить их к должности и организовать продвижение.

Литература:

1. Турняк, К.В. Модели профессиональных компетенций работников государственного и муниципального управления в условиях нового государственного менеджмента: отечественный и зару-

бежный опыт [Текст]/ К.В. Тур-няк, М.А. Шакина / ARS ADMINISTRANDI. – 2012. – № 4.

2. Уиддет С., Холлифорд С. Руководство по компетенциям // М.: Нипро, 2003
3. Ризванов Д.А., Сенькина Г.В. Онтологический подход к поддержке принятия решений по управлению компетенциями организации // Вестник РГРТУ. Рязань, – 2009. – № 4 (30). – С.79–84.
4. Козлов А.Н., Козлова О.В. Оценка качества образования с использованием нейронных сетей // Известия Самарского научного центра Российской академии наук (том 14). – 2012. – №4(5). – 1454-1456.
5. Аллин О.Н., Сальникова Н.И. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала. – М.: Генезис, 2005. – 248 с.

Радостева М.В.,

магистр

*Финансовый Университет при Правительстве РФ
г. Москва, Россия*

e-mail: radosteva.maria@list.ru

Применение нейронных сетей: построение модели для оценки рыночного риска

Аннотация: Актуальность данной темы высока по той простой причине, что многие математические модели, существующие на данный момент для оценки рыночного риска, содержат множество ограничений для их эффективного применения (например, модель САРМ). Однако эти ограничения зачастую невыполнимы, что приводит к ухудшению точности прогноза. Чтобы этого избежать, необходимы более точные модели. Модели, основанные на нейронных сетях, могут показать более точный результат ввиду своего основного свойства – нелинейности.

Ключевые слова: риск, нейросети, моделирование.

Radosteva M.V.,

master

*Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia*

e-mail: radosteva.maria@list.ru

Application of neural networks: building a model for market risk assessment

Abstract: This topic is of high relevance due to the simple reason that many of the mathematical models currently available for the market risk assessment contain many limitations for their effective application (for example, the CAPM model). However, these limitations are often not feasible, which leads to a deterioration in the accuracy of the forecast. To avoid this, more accurate models are needed. Models based on neural networks can show more accurate results due to their basic property – nonlinearity.

Keywords: risk, neural networks, modeling.

Риск (общий риск) ценной бумаги есть неопределенность ее дохода в конце периода инвестирования. Систематический, или рыночный риск – та часть общего риска, которая зависит от факторов, общих для всего рынка ценных бумаг. Остальная часть риска ценной бумаги приходится на несистематический, или собственный риск и он возникает из того факта, что компания – эмитент сталкивается с особыми, характерными только для нее рисками.

Рыночный риск влияет, главным образом, на торговый (или рыночный) портфель. По сути, рыночный риск – это риск уменьшения чистой приведенной стоимости портфеля в течение периода, необходимого для его ликвидации. Существуют три этапа управления риском:

- 1) идентификация риска,
- 2) оценка риска,
- 3) управление риском – разработка мер по управлению риском.

Рыночный риск ценной бумаги компании может зависеть от многих факторов: курсов валют, процентных ставок, изменения рыночного индекса, цен на нефть и других показателей. Их количество определяется, главным образом, тем рынком, на котором компания находится, в частности, для каждой страны факторы могут сильно варьироваться.

1. Оценка рыночного риска стандартными методами

Одним из популярных методов оценки рыночного риска является расчет и анализ показателя систематического рыночного риска – β -коэффициента, оценивающего чувствительность риска акции по отношению к риску всего рынка в целом:

$$\beta_i = \frac{\text{Cov}(r_i, r_m)}{\text{Var}(r_m)},$$

где β_i – коэффициент i -ого актива, $\text{Cov}(r_i, r_m)$ – ковариация случайных величин доходности i -ого актива и рынка (или рыночного β), $\text{Var}(r_m)$ – дисперсия доходности рынка.

Этот метод основан на модели оценки капитальных активов У. Шарпа (Capital Asset Pricing Model – CAPM) и применяется для оценки риска акций, котирующихся на фондовых биржах.

Одним из косвенных показателей риска служит величина премии за риск – разность доходности данного актива r_i , которому присущ риск и доходностью безрисковых вложений r_f , в качестве которого на практике часто принимают уровень доходности по казначейским обязательствам:

$$r_i - r_f$$

Модель CAPM предполагает, что премия за систематический риск данной ценной бумаги пропорционален премии за риск по рыночному портфелю (индексу) с коэффициентом пропорциональности β_i :

$$r_i - r_f = \beta_i(r_m - r_f).$$

В реальности премии за риск могут отклоняться. Величина этих отклонений может быть охарактеризована как несистематический (специфический) риск активов, который описывается α – коэффициентом:

$$\alpha_i = r_i - r_f - \beta_i(r_m - r_f).$$

Для оценки рыночных рисков в качестве меры риска в настоящее время используется методология Value-at-Risk (VaR). VaR портфеля для заданного доверительного уровня вероятности p и заданного периода t определяется как такой уровень V , который обеспечивает покрытие возможных потерь x держателя портфеля за время t с вероятностью p , то есть

$$P(x \leq V) = p.$$

Для определения нужного уровня VaR необходимо узнать ряд базовых значений, от которых зависит этот уровень. Первым этапом является определение вероятностного распределения рыночных факторов, которые напрямую влияют на изменения цен активов, входящих в портфель. Часто делают предположение, что лог доходности таких активов распределены по нормальному закону распределения с нулевым математическим ожиданием и в таком случае остается определить только значение стандартного отклонения (волатильности). Однако на реальном рынке это предположение часто не выполняется, так как зачастую рынок ведет себя по-разному. Следующим этапом при определении VaR является выбор уровня значимости – той вероятности, с которой наши потери не должны превышать этот уровень VaR.

2. Оценка рыночного риска с помощью нейронных сетей

Модель оценки рыночного риска с помощью нейронной сети в текущей работе строилась на основе методологии VaR. Ее основное отличие от классической VaR в том, что нейросетевая модель позволяет не делать каких-либо предположений о законе распределения и выявлять зависимости, опираясь лишь на обучающую выборку.

Цель модели состоит в прогнозировании на текущий момент времени нижнего уровня доходности, который может быть пересечен графиком фактических доходностей не более чем в $100\alpha\%$ случаев. В

модели выдвигается предположение о том, что текущая доходность и волатильность зависит от лаговых значений доходностей и от лаговых значений волатильности (рис.). Результатом модели послужила кривая, ограничивающая график доходности снизу (черная кривая – фактическая доходность, а красная – кривая доходности по нейросетевой модели, которая не должна пересекаться более чем 5% случаев).

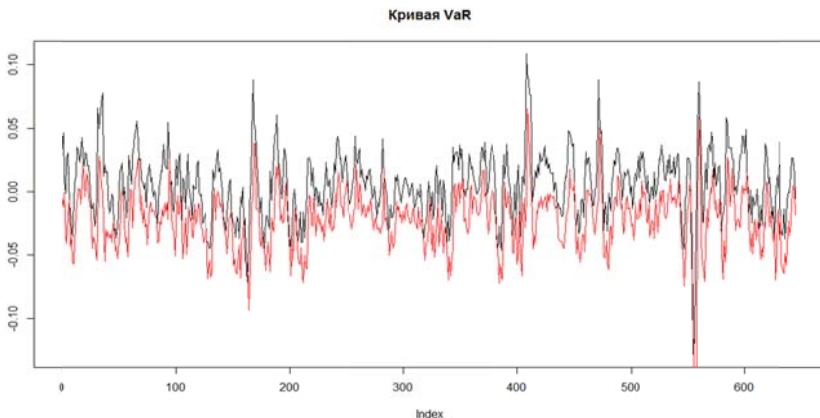


Рисунок – Кривая VaR

Проведенные тесты Купика, Лопеса и Бланка-Ила показали, что построенная модель работает относительно хорошо, однако не стоит заблуждаться по поводу того, что такая модель поможет решить все проблемы. В ходе нескольких реализаций программа выдает разные результаты, хоть и очень близкие к выбранному уровню значимости, однако носят случайный характер.

Литература:

1. Акинфиев В.К., Цвиркун А.Д. Выбор портфеля инвестиционных проектов компании со сложной структурой активов / В сборнике: Управление развитием крупномасштабных систем MLSD'2016 труды девятой международной конференции. 2016. С. 115–124.
2. Иванюк В.А., Цвиркун А.Д., Попов В.Ю. Классические подходы к анализу и прогнозированию риска / В книге: Управление развитием крупномасштабных систем MLSD'2016 Материалы Девятой международной конференции: в 2-х томах. Под общей редакцией С.Н. Васильева, А.Д. Цвиркуна. 2016. С. 286–288.

3. Иванюк В.А., Андропов К.Н., Егорова Н.Е. Классические и современные подходы к оценке и прогнозированию рисков активов / *Фундаментальные исследования*. 2016. № 3–2. С. 380–384.
4. Иванюк В.А., Андропов К.Н., Цвиркун А.Д. Методология совокупного прогнозирования активов и их рисков / *Фундаментальные исследования*. 2014. № 12–5. С. 1028–1031.
5. Салин В. Н., Медведев В. Г. Понятие рисков и управления ими; методология оценки // *Вестник Финансового университета*. 2004. №3.

Сирбиладзе К.К.,
магистр, 1 курс, БИ1-1м
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Россия
e-mail: ketisirbiladze@mail.ru

Использование информационных технологий в бизнесе (на примере event-агентства Menzelli Group)

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы по использованию информационных технологий в бизнесе, где в качестве примера фигурирует event-агентство Menzelli Group. Проведен анализ по направлению исследования, приведено обоснование выбора темы. Выявлена взаимосвязь выбранного вида бизнеса с информационными технологиями, предварительно рассказано о различных теоретических и практических аспектах маркетингового продвижения фирмы. В заключение будут отмечены как основные аспекты исследования, так и то, как приведенные тезисы могут быть применены и другими компаниями.

Ключевые слова: event-агентство, бизнес, информационные технологии, социализация.

Sirbiladze K.K.,
*student of master's program in BI,
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russia
e-mail: ketisirbiladze@mail.ru*

UST of information technologies in the menzelli group

Abstract: In this article, the author considers the literature about using information technologies in the Menzelli Group, an event-agency, appears as an example. The author analyses the newest literature and all the available resources according to the research direction and explains the reasons for the choice of a project theme. Remarkably, the author not only establishes the links between chosen business type and information technologies but also observes various theoretical and practical aspects of business marketing promotion. In conclusion, the author will indicate everything what have been learned and how considered company and others can use forquoted theses.

Keywords: event-agency, business, information technologies, socialization.

В настоящее время многие предприниматели воспринимают IT-сферу как вынужденную меру, которая формально должна присутствовать в бизнесе, и такое мнение распространяется в немалом количестве предприятий. Но в нынешнее время грамотные специалисты осознают важность применения информационных технологий в бизнесе, а также считают их достаточно актуальным средством повышения его эффективности. Бизнес рассматривает информационные технологии в качестве источника повышения своей производительности и улучшения конкурентоспособности. Эффективность всех бизнес-процессов повышается за счет автоматизации, обеспечиваемой IT-услугами. Опрос, проведенный Forrester Research, который охватил почти три тысячи руководителей крупных компаний, подтвердил, что IT является одним из основных элементов бизнес-модели, способствующим снижению издержек бизнеса и ускорению бизнес-инноваций [4, p. 2–20].

Мое исследование базируется на использовании информационных технологий в бизнесе, в частности, в event-агентстве «Menzelli Group». Event-агентство – рентабельный вид бизнеса, который не требует перво-

начальных больших вложений. Если бизнес будет организован грамотно, с профессиональной командой, то такое агентство будет приносить прибыль, которая уже через несколько месяцев покроет первоначальные вложения.

Если говорить о самой компании «Menzelli group», то название произошло от мегрельского языка (с мегр. *menzelli* – любимый гость). Наша компания «Menzelli group» – это беспрецедентное event-агентство, которое занимается организацией и оформлением всевозможных мероприятий под ключ (корпоративы, дни рождения, свадьбы, детские торжества, вечеринки и т.д.).

На мой взгляд, проведение исследования интересно по многим причинам. Обоснование выбора здесь не вызывает сомнений, поскольку производится анализ реальной компании, приводятся реализованные бизнес-идеи и маркетинговые стратегии. Главное для любого, на мой личный взгляд, исследования – практическая польза. Одна из главных целей моего исследования – это не только помощь своей компании в продвижении, внедрении в нее IT-сервисов. Важно сделать проделанную работу и опыт полезными для других, а также помочь другим избежать ошибок при открытии собственного бизнеса и внедрении информационных технологий.

Процессы создания и продвижения Menzelli Group и эффективное планирование мероприятия

В процессе создания любого вида бизнеса необходимо не только провести анализ рынка, но и главным образом понять, какие конкурентные преимущества имеются у компании, и что можно ожидать от нее в перспективе. Общеизвестно, что конкурентов у компании очень много – ведь сфера очень актуальна в любое, даже кризисное время. Для того, чтобы выделиться среди конкурентов, мы придумали свою «изюминку», то есть, мы открыли свое дело, применив стратегию нишевого маркетинга. Нишевой маркетинг – это маркетинг в узком рыночном сегменте, где компания работает с прибылью, не конкурируя при этом с другими участниками рынка. [2] То есть, это в большой степени облегчило приход нашей компании на рынок, так как в штабе Menzelli Group работают преимущественно грузинские исполнители и ансамбли, и такое агентство единственное во всей России.

Также полезно изучить разработки теоретических основ и практических рекомендаций в event-индустрии на сегодняшний день занимаются многие отечественные и зарубежные исследователи. Среди ведущих зарубежных специалистов следует выделить тех, которые освещают общие теоретические аспекты event-менеджмента и других ключевых понятий, связанных с ними.

Джо Джефф Голдблатт – специалист с мировым именем, и наиболее цитируемый автор в event-индустрии. Он разработал схему жизненного цикла мероприятий и считает, что специалисту event-менеджмента необходимы организаторские способности, лидерские качества и умение принимать взвешенные решения. Будущее индустрии, по его словам, лежит в межкультурном обмене опытом и традициями [7].

Стоит отметить и Ульриха Хальцбаура – немецкого специалиста в области событийных коммуникаций. В своей книге автор выделяет, что само понятие «ивент» означает трансформацию обычного мероприятия посредством различных факторов в мероприятие уникальное и необычное. [6].

Марк Сондер – автор книги «Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы», который в своей работе представляет множество интересных примеров из жизни известных людей и компаний с мировым именем. Труд М. Сондера знакомит с практическим опытом организации мероприятий и предоставляет возможность заимствовать интересные идеи. Однако, стоит отметить, что в книге собрано большинство практических рекомендаций, которые включают в себя нюансы и подробности американского рынка, а его реальности далеки от российского [8]

Как информационные технологии связаны с нашим бизнесом?

Основными средствами взаимосвязи ИТ с event-агентством Menzelli Group являются: разработка сайта и приложения, продвижение с помощью интернет-рекламы, в частности, социальных сетей. Для активного продвижения компании первоначально были созданы страницы нашего агентства в социальных сетях. Сейчас идет активная разработка официального сайта компании, планируется создание полезного и удобного мобильного приложения.

Сегодня интернет является информационной средой, которая постоянно развивается. Главный тренд в функционировании Сети в настоящее время – ее социализация. Объем аудитории социальных сетей постоянно растет и уже давно превысил миллиард пользователей. Ник Ньюман, научный сотрудник Reuters Institute в своей статье отмечает важность качества контента для продвижения в социальных сетях. Он исследовал газету The Telegraph и показал, что издание имеет большой и разнообразный материал, но в социальные сети попадает не все из опубликованного. Только самое важное, что может быть интересно аудитории социальной сети, привести к высоким показателям

вовлеченности и вызвать ответный отклик, размещается на данных площадках. Также в его работе проведено исследование газеты The New York Times. Главный метод продвижения сообществ газеты – репосты материалов пользователями на свои страницы. Таким образом, аудитория, которая соприкоснется с постами издания, существенно возрастает за счет друзей пользователей. При этом Ник Ньюман отмечает, что страницы The New York Times в социальных сетях являются активной дискуссионной площадкой. Газета видит перспективы продвижения в инициировании обсуждений и поощрении творческого потенциала активной аудитории [11].

Спроецировав исследование, проведенное Ньюманом, на наш бизнес, и объединив практические знания, полученные с помощью собственного опыта, можно сделать несколько выводов. Практическое исследование Ника Ньюмана по поводу актуальности социальной сети Facebook, самой большой социальной сети в мире, подтверждается нашим опытом. Публикации страницы event-агентства «Menzelli Group» в Facebook, в отличие от подобной страницы в ведущей российской социальной сети «ВКонтакте», распространяются гораздо легче и охватывают большее количество пользователей с помощью репостов, отметок «Мне нравится», а также отметок пользователей на публикации. Исходя из этого, можно сказать, что за счет социальных сетей, в особенности Facebook, компании не только могут увеличивать посещаемость собственных сайтов, но и использовать данные площадки для формирования сообществ лояльной аудитории и продвижения своего бренда. Это говорит о том, что современные компании начинают видеть в социальных сетях средство, которое поможет в продвижении их деятельности и сохранении значимости своего бренда.

Что касается Web-сайта event-агентства Menzelli Group, то сейчас он находится в активной разработке. Создание сайта необходимо для нашей компании, поскольку он будет продвигать услуги агентства, предоставлять информацию и отчеты о его деятельности, привлекать новых партнеров и т.д.

Было изучено множество литературных источников о разработке и создании сайтов, в том числе и зарубежных. Например, Кристина Халворсон в своей книге ставит ясность контента и простоту его понимания на первый план. Она отмечает важность создания среды для лаконичного донесения информации и эффективной обратной связи. Также у нее очень много практики, которая помогает с кардинальным изменением сайта [5].

Бен Фрэйн подробно рассказывает об адаптивном веб-дизайне, который должен учитывать особенности пользовательского взаимодействия и позволит наилучшим образом отобразить содержимое сайтов на экранах устройств, используемых для просмотра [3].

Стефен Андерсон рассказывает о новых подходах к разработке веб-сайтов и взаимодействию с пользователями, основанные на различных способах заманивания и использования психологических приманок, так как понимание человеческого поведения – важный ключ к созданию качественных программных продуктов [1].

После достижения наших целей по продвижению бренда компании планируется создание приложения (на базе двух самых актуальных мобильных платформ: Android и iOS). Сейчас нам активно помогает российское приложение для создания событий и приглашений ShowApp, которое очень подходит для масштабных и афишируемых событий. Но мы хотели бы облегчить процесс поиска оптимальных вариантов для проведения и частных мероприятий для наших клиентов, а также дать возможность самостоятельно оставлять заявки с помощью выбранных ими критериев для соответствующего мероприятия. Мы начали изучать литературу по созданию и разработке приложений, с помощью которой было выделено несколько предварительных этапов разработки. Необходимые знания об для программирования под iOS мы получили из книги Джона Конвэя, которая вполне тянет на звание «полное руководство по разработке для iOS» [10, р. 24–50]. А работа Wei-Meng Lee в доступной форме раскрывает основополагающую базу и теорию создания приложений для Андроид. Материал подан в виде примеров с подробными разъяснениями, подходит как начинающим, так и опытным разработчикам [9]. К сожалению, книги несколько устаревшие, но это нисколько не умаляет их достоинств.

В заключение хотелось бы отметить, что все изученные литературные источники были полезны, и, несмотря на различия в некоторых подходах, результаты научных исследований дополняют друг друга и могут быть использованы в дальнейшем при более глобальном изучении связи информационных технологий с бизнесом, в моем случае, event-индустрией. Для развития компании Menzelli Group необходимо не только продвигать ее в популярных социальных сетях, но и создать окончательный официальный веб-сайт, разработать приложение, поскольку нам нужно обеспечить ее преимущественные конкурентные позиции на рынке. Практическая польза работы также была достигнута, потому что тезисы, приведенные в ней, могут служить неплохими советами для тех, кто занимается бизнесом или собирается его создать.

Литература:

1. Anderson, Stephen P. Seductive Interaction Design: Creating Playful, Fun, and Effective User Experiences (Voices That Matter) // Berkeley, CA: New Riders. – 2011.
2. Erin Parrish, (2010) Retailers' use of niche marketing in product development // Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal Volume 14/Number 4, Fall 2012 (546 – 561)
3. Frain, B.: Responsive Web Design with HTML5 and CSS3. Packt Publishing Ltd., Birmingham (2012)
4. Garbani, J.-P., Cecere, M. (2011) IT Infrastructure And Operations: The Next Five Years// Forrester Research, Inc. -2011. -May 3. – 20 p.
5. Halvorson, K.: Content Strategy for the Web. New Riders, Berkeley (2010)
6. Holzbaur, U., et al.: Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 2nd edn. Springer, Heidelberg (2003)
7. Joe Golblatt. Special Events, Fourth edition, 2012. 535 p.
8. Sonder, M. (2003) Event Entertainment and Production. New York: Wiley
9. Wei-Meng Lee. Beginning Android Application Development [Electronic resource] URL: <http://www.wrox.com/WileyCDA/WroxTitle/Beginning-Android-ApplicationDevelopment.productCd-1118017110.html> (last access date 19.02.2017)
10. Conway J. IOS Programming: The Big Nerd Ranch Guide, 3rd Edition, 2012 [Electronic resource] Development [Electronic resource] URL: <http://www.bignerdranch.com/we-write/ios-programming> (last access date 20.02.2017)
11. Newman N. The rise of social media and its impact on mainstream journalism, 2009 [Electronic resource] URL: <http://www.slideshare.net/victori98pt/the-rise-of-social-media-and-its-impact-on-mainstream-journalism> (last access date 25.02.2017)

Кургузова Т.В., Пылаева Е.В.,
студенты БИЗ
Финансовый Университет при Правительстве РФ
г. Москва, Россия
e-mail: kurguzova97.97@gmail.com,
katyapylaeva1612@gmail.com

Выбор методологии архитектуры предприятия для коммерческого банка

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы, цель которой заключается в представлении сравнительного анализа различных методологий архитектуры предприятия MEMO, DEMO, ArchiMate. Данные методологии были рассмотрены на примере коммерческого банка, предоставляющего различные банковские услуги как физическим, так и юридическим лицам. Мелкие отделения банка «Пойдём!» не справляются с требованиями ЦБ РФ, поэтому руководством было принято решение о реорганизации всего банка и установлении соответствующего программного обеспечения в целях управления стратегией банка и выравнивания бизнеса и ИТ. В результате сравнения различных подходов к построению архитектуры предприятия был сделан выбор наиболее подходящей методологии, которая бы удовлетворила потребности заинтересованных сторон различного уровня и смогла бы помочь банку выйти на более высокий уровень в процессе управления развитием.

Ключевые слова: Архитектура предприятия, методологии архитектуры предприятия, банковская деятельность, сравнительный анализ методологий

Kurguzova T.V., Pylayeva E.V.,

B13 students

*Financial University under the Government
of the Russian Federation*

Moscow, Russia

e-mail: kurguzova97.97@gmail.com,

katyapylaeva1612@gmail.com

The enterprise architecture methodology choice for the commercial bank

Abstract: The article deals with the main results of the research work, aimed at representing a comparative analysis of various enterprise architecture methodologies, such as MEMO, DEMO, ArchiMate. The commercial bank «Poydem!» has been investigated that provides various banking services and products to both individuals and legal entities. Small subsidiaries of the bank over the whole Russia do not cope with the requirements of the CB of the Russian Federation, therefore the bank top management made a decision to reorganize the entire bank structure and install the appropriate software for the bank strategy management and business and IT alignment. As a result of the comparison of different approaches to the enterprise architecture, the most appropriate methodology was chosen that would be able to satisfy the needs of different stakeholders and could help the bank to reach a higher level in the company strategy development process.

Keywords: enterprise architecture, enterprise architecture methodology, banking, comparative analysis of methodologies

Банковская деятельность в наши дни, безусловно, является одной из ведущих отраслей бизнеса, потому что каждый из нас непосредственно сталкивается с совершенно различными банковскими услугами, продуктами, сервисами и предложениями. В данной работе за компанию был взят коммерческий банк «Пойдём», который предоставляет услуги как физическим, так и юридическим лицам (в соотношении 71% и 29% соответственно), филиалы банка распределены по всей территории России, и именно поэтому мелкие отделения банка не справляются с жёсткими требованиями Центрального Банка РФ. Кроме того, общее количество клиентов, обращающихся в банк, составляет порядка 150 000 человек, при этом количество должников составляет 23%. Поэтому руководством банка было принято решение о реинжиниринге кредитного отдела с помощью внедрения специального программного

обеспечения по выдаче/невываде кредита, тем самым уменьшая количество задолженностей до 5%.

Целью данной работы является предоставление сравнительной матрицы использования методологий архитектуры предприятия MEMO, DEMO, ArchiMate для управления развитием банка, формирования, реализации стратегии и обретения конкурентного преимущества на рынке банковских услуг. И были поставлены такие задачи, как анализ потребностей заинтересованных сторон в моделировании архитектуры, построение моделей архитектуры, анализ выбранных методологий, оценка каждой методологии, выбор наиболее подходящей для банковской сферы. Это было сделано для того, чтобы все стейкхолдеры, заинтересованные в реорганизации банка, создали общую стратегию по его развитию и достигли эффективного выравнивания бизнеса и ИТ.

Потребности банка были проанализированы с помощью обобщённой модели. Этот подход включает в себя следующие шаги: оценка текущего состояния компании, формирование целевой модели бизнеса с планом действий по её достижению, и, наконец, переход от текущего к целевому состоянию. В результате анализа заинтересованных сторон и их потребностей был сформирован список артефактов, необходимых различным стейкхолдерам (высшему руководству, менеджерам, бизнес-аналитикам, сотрудникам компании, ИТ-специалистам, архитекторам предприятия) банка «Пойдём!» для управления трансформацией. Список артефактов состоит из карты процессов, карты стратегии, дерева целей, организационной структуры (преимущественно включая цели банка), мотивационная модель, матрицы взаимодействия бизнес-процессов, модели состояния бизнес-процессов и верхнеуровневой модели.

Первым для построения необходимых артефактов был выбран язык моделирования архитектуры предприятия ArchiMate с открытым исходным кодом. ArchiMate разрабатывается и поддерживается консорциумом The Open Group, и он полностью согласован с моделью архитектуры предприятия TOGAF (The Open Group Architecture Framework). Основная идея моделирования архитектуры с помощью ArchiMate заключается в построении архитектуры по слоям (бизнес-слой, в который входят действующие лица и различные типы бизнес-процессов, слой приложений с его сервисами информационных систем и самими ИС, и технологический слой, который включает технологические сервисы и технологическое оборудование) – верхнеуровневая модель. Важно отметить тот факт, что поддерживаемый консорциумом The Open Group ArchiMate имеет собственную методологию как последовательность разработки ADM (Architecture Development Method).

Кроме верхнеуровневой модели, с помощью ArchiMate можно создавать такие артефакты, как диаграмма перехода от текущего к целевому состоянию, мотивационная модель, модель приложения, модель бизнес-слоя, организационная структура и так далее.

Вторая выбранная методология Multi-Purpose Enterprise Modelling (далее MEMO) – совсем недавно разработанная, но основанная на многочисленных исследованиях в области моделирования предприятия (Enterprise Modeling), MEMO способна обеспечивать аналитика необходимыми артефактами различного уровня (стратегическое представление, в котором используется цепочка добавленной стоимости Портера, представление организационной структуры и представление информационных систем). Необходимо отметить тот факт, что каждый бизнес-процесс (на верхнем уровне или детализированный) сопровождается целью предприятия, взятой из дерева целей. Основатель MEMO – профессор по бизнес-информатике Ульрих Франк из немецкого университета Duisburg-Essen. Сами эти представления в дальнейшем детализируются по различным аспектам (по ресурсам, структуре, процессам и целям). С помощью методологии MEMO в программном продукте MEMO4ADO можно построить такие диаграммы, как организационная структура с целями организации, целевая диаграмма, карта бизнес-процессов, диаграмму ИТ-инфраструктуры, функциональную структуру компании и так далее. Стоит отметить, что данная методология позволяет посмотреть на компанию как с верхнего уровня, так и детализировать в дальнейшем, что всегда отражается со стороны целей самой организации.

Следующая методология описания архитектуры предприятия – Design and Engineering Methodology for Organizations (далее DEMO), разработанная профессором Яном Дитцем из технического университета Делфта (Нидерланды) – позволяет моделировать архитектуру предприятия как социальную систему. Главной идеей DEMO является то, что компания состоит из нескольких элементов (субъектов/ролей) и связей между ними, которыми выступают бизнес-процессы самой организации. Однако эта методология акцентирует своё внимание только на процессы верхнего уровня и не касается конкретных исполнителей или бизнес-процессов. Значительное отличие DEMO от других методологий заключается в том, что в основе её моделей – роль, а не функция. DEMO предоставляет возможность построить такие артефакты, как модель конструкции (цель которой заключается в том, чтобы показать основные процессы организации и задействованные в них роли), модель состояний (позволяет описать возможные состояния и изменения бизнес-объектов, бизнес-фактов и так далее), модель процессов (показывает роли и тран-

закции, разделённые на этапы) и модель действий (описывает правила, в соответствии с которыми следует выполнять транзакции).

Достигая выполнения задачи проведения сравнительного анализа выбранных методологий, стоит отметить, что сравнение проведено с помощью метода экспертных оценок. Каждая методология сравнивается не только по тем артефактам, которые были отмечены в начале исследования (карта процессов, карта стратегии, дерево целей, организационная структура, верхнеуровневая диаграмма, мотивационная модель, модель состояний бизнес-процессов), но и по таким показателям, как наглядность построения, возможность детализации бизнес-процессов, построение ИТ-инфраструктуры, комплексное моделирование предприятия, симуляция процессов, отражение разрывов между текущим и целевым состоянием, эффективность использования архитектуры (табл.).

Таблица

Сравнение методологий архитектуры предприятия

Критерии	Оценки		
	ArchiMate 2.1	МЕМО 0.9	ДЕМО
Наглядность	4	5	3
Отображение архитектуры верхнего уровня	5	4	3
Детализация процессов	4	5	0
Построение ИТ-инфраструктуры	5	4	0
Комплексное моделирование предприятия	4	5	3
Симуляция процессов	0	5	0
Отражение разрывов между текущим и целевым состоянием	5	4	0
Эффективность использования архитектуры	4	5	3
Методология как последовательность разработки	5	0	0
Карта процессов	4	5	3
Карта стратегии	4	5	3
Дерево целей	0	5	0
Организационная структура (с целями организации)	1	2	0
Мотивационная модель	3	5	4
Детализация бизнес-процессов	4	5	3
Модель состояний бизнес-процессов	0	4	5
ИТОГ	52	68	30

Сравнив все выбранные для исследования методологии, был сделан вывод о том, что именно методология MEMO набрала большее количество баллов по ряду причин (возможность посмотреть на предприятие комплексно, наличие целевых показателей как в организационной диаграмме, так и в мотивационной модели, возможность симуляции бизнес-процессов, подробная и наглядная детализация процессов и по ряду других не менее важных причин).

Таким образом, достигнув цели исследования, был представлен сравнительный анализ методологий архитектуры предприятия, который поможет банку «Пойдём!» использовать данный подход к моделированию корпоративной архитектуры в управлении развитием банка, а также поможет высшему руководству банка принять необходимые меры, чтобы использовать имеющуюся ИТ-инфраструктуру на полную мощность, проще говоря, выровнять бизнес и ИТ. Потому что в данном случае развитие банка «Пойдём!» заключается в формировании и реализации стратегии, а также в обретении конкурентного преимущества на рынке банковских услуг. Такие артефакты, как организационная структура на основе целей организации, построенная с помощью MEMO, предоставит менеджерам высшего звена возможность оценить вклад каждого сотрудника банка в его деятельности от высшего руководства и до определённого сотрудника. Каждый бизнес процесс будет соответствовать конкретной цели из построенной карты стратегий – то есть можно сделать вывод о том, что методология MEMO даёт более общий взгляд на весь банк в целом с совершенно разных ракурсов.

В заключении хотелось бы добавить, что каждая методология, представленная выше, рассматривает предприятие с совершенно разных ракурсов и имеет как преимущества, так и недостатки, то есть каждая из них имеет свои специфические возможности, которые помогут в построении архитектуры предприятия. Например, MEMO – акцент на построение архитектуры как единое целое, DEMO – взгляд на архитектуру со стороны отношений между ролями, ArchiMate – построение архитектуры с помощью моделирования слоёв разного уровня в соответствии с методологией ADM. Данное исследование позволило посмотреть на банковскую деятельность с совершенно разных сторон и выбрать наиболее подходящую для неё методологию проектирования архитектуры предприятия. Однако стоит отметить тот факт, что в настоящее время каждый вид деятельности специфичен, и поэтому организации используют определённые комбинации различных методологий, чтобы посмотреть на свою компанию с разных ракурсов и понять, как эффективнее управлять бизнесом в соответствии со своими

собственными целями, с требованиями заинтересованных сторон и с постоянно изменяющимися условиями внешней среды.

Литература:

1. Зараменских Е.П. Основы бизнес-информатики. М.: Юрайт, 2017. 407 с
2. Ulrich Frank Multi-Perspective Enterprise Modeling: Foundational Concepts, Prospects and Future Research Challenges, Software and Systems Modeling. 2013.
3. Ulrich Frank The MEMO Meta Modelling Language (MML) and Language Architecture, ICB-Research Report, Institut für Informatik und Wirtschaftsinformatik (ICB), Universität Duisburg-Essen, No. 24, 2008
4. Dietz Jan L.G. Enterprise Ontology Theory and Methodology [Отчет] Springer, 2006.
5. Dietz Jan L.G.. Современные методы стратегического планирования и управления – ключ к построению эффективной организации. Краткое введение в DEMO для управленцев (перевод на рус.). НИУ ВШЭ НФ. Факультет бизнес-информатики и прикладной математики. Нижний Новгород. 2011
6. Точилкина Т.Е. «Моделирование архитектуры предприятия с Archi», 2014
7. Archi – The Free ArchiMate Modelling Tool. Virsion 3.0. User Guide [Электронный ресурс] – Phillip Beauvoir, 2014.

СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

**ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ
НА ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

**Сборник научных статей
по результатам III Международного конгресса молодых ученых
по проблемам устойчивого развития**

В 10-ти томах

Том 9

Подписано в печать 27.09.2017.
Формат 60×90/16. Усл. печ. л. 22,0.
Тираж 1000 экз.

ООО «Русайнс».
117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.
Тел.: +7 (495) 741-46-28.
E-mail: autor@ru-science.com
<http://ru-science.com>