

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
РОССИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОНД  
Ульяновский государственный университет  
Институт экономики и бизнеса

Труды Шестой Всероссийской научной конференции  
с международным участием  
«РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА:  
СУЩНОСТЬ, ЭЛЕМЕНТЫ, ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ, НОВЫЕ  
ВЫЗОВЫ»  
(секционные заседания, часть1)

Издано при финансовой поддержке РГНФ  
Проект №16-12-73501

Ульяновск 2016

УДК.338:001 (Р 33)  
ББК 65. 049 (2 Рос)

---

Р 63

Редакционная коллегия:

Д.т.н., проф. Белый Е.М., д.э.н., проф. Иванова Т.Ю., к.э.н., доц. Рожкова Е.В.

Р63 Шестая Всероссийская научная конференция с международным участием «Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования, новые вызовы»: материалы секционных заседаний. Часть 1. - 76 с.

*В сборнике представлены материалы секционных заседаний Шестой Всероссийской научной конференции с международным участием «Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования, новые вызовы», в которой отражены результаты исследований концептуальных и прикладных аспектов формирования региональных инновационных систем. В первую часть сборника вошли материалы секций «Инновационный потенциал региона: точки роста», «Региональный инновационный вуз: стратегические пути развития», «Карьерная готовность и профессиональная мобильность молодежи как фактор формирования региональных инновационных систем».*

© Ульяновский государственный университет, 2016

© Институт экономики и бизнеса, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

### *Секция «Инновационный потенциал региона: точки роста»*

1. Анисимова К.А. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ВЫЗОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ .....	5
2. Батраков А.О., Жданов И.А., Пустынникова Е.В. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ .....	7
3. Брумштейн Ю.М., Горбачева А.Н., Куаншкалиев Т.Х., Захарян М.Ю., Баганина А.А., Ахмедова Р.Р., Пугина Н.Н. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ВОЗМОЖНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ .....	8
4. Дуванова Е.А. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ АТРИБУТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	11
5. Ефимова И. МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ С МЕСТНЫМИ БЮДЖЕТАМИ НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ .....	14
6. Иванчук А.В. ОБЗОР ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	16
7. Кобзарь В.Н. КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....	19
8. Колодий И.О., Рожкова Е.А. МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА .....	21
9. Куликова Е.В., Зыкова К.С. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ ПЕРСОНАЛА: ТОЧКА РОСТА ИННОВАЦИОННОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА .....	24
10. Литвиненко Л.Л. ЛИДЕРСКИЙ ПОХОД К УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	26
11. Мухаметзянов Р.М. УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ В СФЕРЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК КАК ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ .....	28
12. Рожкова Е.А., Колодий И.О. ВЕДЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РОСТА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА .....	31
13. Романова А. В., Тараканова Ю.С. ИНВЕСТИЦИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ИННОВАЦИЯ БАНКОСТРАХОВАНИЯ .....	32
14. Романова И.Б., Бугрова Е.В., Каравашкина Е.Д. К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	35
15. Рязанова Г.Н. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ .....	37
16. Саввина А. Б., Кублин И.М. ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА .....	39
17. Сазанова А. А. АУТСОРСИНГ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ .....	43

### *Секция «Региональный инновационный вуз: стратегические пути развития»*

1. Гильмитдинов Ш. Г. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗА .....	46
2. Мамонтова Е.В. ГРУППА РИСКА КАРЬЕРНОЙ ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ .....	48
3. Мангушов Д.М. МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ .....	50
4. Хайруллина А.Д., Мингазова А.И., Хайруллина Я.Ф. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УНИВЕРСИТЕТА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ .....	52

5. **Шаповалов В.Н., Александрина М.С., Хаертдинова Р.Р.** ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ВУЗА .....55

*Секция «Карьерная готовность и профессиональная мобильность молодежи как фактор формирования региональных инновационных систем»*

1. <b>Генералова Д.Д.</b> ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА У СТУДЕНТОВ СОВРЕМЕННЫХ ВУЗОВ .....	57
2. <b>Захарова Ю.Н., Кнапп В.В.</b> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА .....	58
3. <b>Куракин А.М.</b> ВИДЫ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ...	61
4. <b>Морозова М.В.</b> ПРОБЛЕМА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ .....	64
5. <b>Мурзайкина А.А., Пустынникова Е.В.</b> ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	66
6. <b>Передерий В.В., Басараба И.О.</b> СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ .....	69
7. <b>Уткин И.С.</b> СИНЕРГИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ .	70
8. <b>Чаплыгина М.И.</b> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	72

*Секция «Инновационный потенциал региона: точка роста»*  
**ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ВЫЗОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ  
ЭКОНОМИКИ**

*К.А. Анисимова, аспирант*  
*Ульяновский государственный университет*

Научно-технологический прогресс, смена технологических укладов и развитие экономики знаний изменили роль человеческих ресурсов в производственном процессе. Человек стал рассматриваться не просто как носитель трудовых функций, а как обладатель неотделимого от него капитала, необходимого в процессе осуществления профессиональной деятельности. Так, актуальность приобретает вопрос понимания сущности человеческого капитала в условиях современных рыночных отношений.

Проблемы развития теории и практики человеческого капитала в середине XX века привлекали внимание ряда ученых. Понятие «человеческий капитал» впервые появилось в работах Т. Шульца, за разработки в этой области в 1979 году ученый был удостоен Нобелевской премии. Т. Шульц обосновал то, что человеческий капитал – фундамент индустриального и постиндустриального общества.

В тоже время Г. С. Беккер первым из ученых занялся разработкой проблем человеческого капитала на микроуровне. Разработки ученого затрагивают такие актуальные вопросы, как амортизация человеческого капитала, эффективность общих и специальных инвестиций в человеческий капитал, воздействие инвестиций в человеческий капитал на уровень доходов. Ученый отмечает плюсы инвестиций в улучшение физического и эмоционального состояния сотрудников предприятий. Кроме того, Г. Беккер проводит прямую зависимость между уровнем образования и размером заработка специалиста.

Наряду с человеческим капиталом, П. Бурдые выделил также культурный и социальный капитал. И социальный, и культурный капитал также являются неотделимой частью сотрудников организации, как и человеческий капитал, полностью принадлежащий его обладателю. Необходимость выделения новых форм капитала обусловлена развитием общественных и производственных отношений. С усложнением и автоматизацией рабочих операций роль человеческих ресурсов в производственных процессах несколько изменилась. В этом ключе физическая сила перестала играть определяющую роль в определении конкурентоспособности работника на рынке труда. На первый план выходят образование, культура, социальные аспекты.

С развитием и переходом общества к экономике знаний, а также с развитием IT-технологий и мирового рынка товаров и услуг, требования к сотрудникам и их роль на предприятиях также претерпевают изменения. Прежде всего, изменения условий протекания бизнес-процессов выразились в следующем:

- Глобализация (рост объемов мировой торговли товарами и услугами; 2005 год - оборот мировой торговли 13 трлн. долл., в 2015 – 24 трлн. долл.);
- Цифровая революция (увеличение вычислительной мощности; в 2005 год – 67 терафлопс, к 2025 году планируется 10 млн. терафлопс);
- Развитие предпринимательства (в 2013 году 453 млн. человек по всему миру занимаются различными видами предпринимательской деятельностью) [1].

Это внесло коррективы в понимание роли и сущности человеческого капитала. Процесс глобализации предъявляет новые требования не только к моделям организации бизнес-процессов, но и обуславливает необходимость кросс-культурного взаимодействия, что требует качественно новых компетенций сотрудников. Цифровая революция обуславливает необходимость генерировать все большее количество информации и увеличивать скорость принятия решений. С развитием предпринимательства и повышением уровня конкуренции появляется необходимость в управлении талантами.

Вместе с тем, потребности рынка в человеческих ресурсах, с одной стороны, сократились, что было вызвано автоматизацией, компьютеризацией ряда операций, а, с другой стороны, потребности рынка качественно расширились. Это касается и профессиональных компетенций, которыми должен обладать сотрудник и которые он получает в процессе формального и неформального процесса образования внутри и за пределами компании, так и поведенческих, и общекультурных компетенций. Это отчасти обусловлено тем, что в бизнес-процессах возросло значение корпоративной культуры, что также отразилось на роли человеческого капитала. Теперь сотрудники стали рассматриваться, как носители корпоративной культуры и ценностей организации, а не как обладатели ряда компетенций, необходимых для выполнения определенных функций.

Так, к требованиям к уровню профессиональных компетенций сотрудника добавляются, поведенческие и общекультурные компетенции, лояльность к культуре и ценностям компании. Теперь человеческий капитал компании рассматривается, как фактор его конкурентоспособности, как основа устойчивости и инновационного потенциала компании. Человеческий капитал современного предприятия – многогранное образование, требующее особого подхода в управлении.

Список литературы:

1. Доклад о человеческом развитии 2015. Труд во имя человеческого развития // United Nations Development Programme. Электронный ресурс. [Режим доступа]: <http://hdr.undp.org/en>
2. Рожкова Е.В., Дементьев Д.С. Процессный подход к управлению мотивацией в организации: динамика современности // Экономика и управление: анализ тенденций и перспективы развития. 2015. №23. – с.109-113

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

*А.О. Батраков, магистрант, И.А. Жданов, магистрант,  
Е.В. Пустынникова, д.э.н., профессор  
Ульяновский государственный университет*

В последние годы наблюдается рост кластерных форм интеграции, при которых организационные и функциональные структуры не изменяются, но усиливается процесс совместного взаимодействия, что порождает благоприятные условия для развития корпоративных структур и экономики территорий их базирования [4].

Стратегия применительно экономики Ульяновской области предусматривает развертывание следующих, имеющих предпосылки развития кластеров в регионе, таких как: авиастроительный, автомобилестроительный, атомный, транспортно-логистический, строительный с подсистемами цементного и стекольного производства, а так же агроиндустриальный. По каждому из перечисленных направлений определены международные и российские тенденции развития обозначенных отраслей, круг конкурентов и потенциал развития региона с учетом инновационной активности и НТП [3].

Инвестиционная привлекательность Ульяновской области предопределена, прежде всего, Постановлением правительства региона от 13 июля 2015 г. N 16/319-П о «Стратегия социально-экономического развития Ульяновской области на период до 2030 года», где отражены основные трендовые направления развития для региональной промышленности. Основные направления стратегии в области развития региональной промышленности предусматривает активизацию политики в области инновационной и инвестиционной привлекательности, путем создания кластеров в научно-технологической и производственной сферах, выявления трендовых «стартапов» в технопарках и конечно же выработки механизмов по поддержке и методов стимулирования инновационных процессов в экономике Ульяновской области [1].

Ориентиром выбора потенциальных кластеров развития региона стали следующие аспекты: [3]:

✓ во-первых, это – «эффект базы», который позволит существенно увеличить ВРП и позитивно отразится на уровне занятости;

✓ во-вторых, усиление конкурентоспособности, в результате расширения географического позиционирования продукции кластера на всех уровнях рынках сбыта, а именно, региональном, государства и непременно на мировом.

Одним из главных проектов по развитию Ульяновской области стало создание Портовой особой экономической зоны. История проекта началась в 2011 году, когда инвестор – известный политический деятель Мухарбек Аушев – получил от американской компании AAR предложение создать комплекс по

техобслуживанию и ремонту воздушных судов. Изначально было решено, что проект будет размещён в Ульяновской Портовой экономической зоне. Такие преимущества, как свободный международный аэропорт, ряд налоговых и таможенных льгот компаниям-резидентам, возможность получения практически бесплатно земельного участка для строительства делали площадку ПОЭЗ идеальной для реализации столь амбициозного проекта. Внешнеэкономическая обстановка внесла свои коррективы – компания AAR отказалась от дальнейшего участия ввиду санкций со стороны США. На сегодняшний день проект осуществляется целиком за счёт средств российских инвесторов[5].

На основании нижеизложенного очевидно, что тенденция кластерной интеграции способствует созданию среды распространения активного развития очагов экономического роста, получению синергетического эффекта в результате сотрудничества отдельных предприятий по цепям взаимодействий. Подобные тенденции преобразования среды взаимодействия должны использоваться как ресурс развития корпоративных структур и экономики регионов [4].

Список литературы:

1. Постановление Правительства Ульяновской области "Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Ульяновской области до 2030 года" от 13.07.2015 N 16/319-П (ред. от 31.03.2016) // "Ульяновская правда", N 96(23.737), 15.07.2015.
2. Батраков А.О., Кловацкий А.Ю. Стратегические задачи инвестиционной привлекательности Ульяновской области. В сборнике: Актуальные научные исследования в условиях вызовов XXI века: материалы Международной научно-практической конференции НИЦ «Поволжская научная корпорация». – Самара: ООО «Офорт», 2016. – С. 144-145
3. Прохорова Л.М., Байгулов Р.М. Инновационная активность и НТП в Ульяновской области. В сборнике: Молодежь и наука XXI века материалы Международной научно-практической конференции. – 2006. – С. 242-247.
4. Пустынникова Е.В. Процессы эффективного управления корпоративными структурами экономического кластера /Автореферат/. - Самара, 2012г. С.4
5. Media73: В Ульяновской области открылось первое предприятие Портовой особой экономической зоны [Электронный ресурс] .—<http://media73.ru/2016/80780-v-ulyanovskoj-oblasti-otkrylos-pervoe-predpriyatie-portovoj-osoboj-ekonomicheskoy-zony>, свободный.— Загл. с экрана.

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ВОЗМОЖНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

*Ю.М. Брумитейн, к.т.н., доцент, студенты: А.Н.Горбачева, Т.Х. Куанишкалиев, М.Ю.Захарян, А.А. Баганина, Р.Р.Ахмедова, Н.Н. Пугина  
Астраханский государственный университет*

Расширение использования информационно-телекоммуникационных технологий (ИТКТ) в России делает актуальным анализ направлений их развития и применения. Далее мы рассмотрим основные из них. (1) Разработка новых и совершенствование существующих аппаратных средств. (2)



Разработка/модификация программного обеспечения (ПО), улучшение его, функциональности, интеллектуальности, «интуитивности». (3) Развитие каналов передачи данных, в т.ч. оптоволоконных. (4) Расширение использования информации в Интернете: рост количества сайтов, в т.ч. региональных; увеличение объемов информации на них; улучшения ее доступности и востребованности, в т.ч. за счет совершенствования поисковых систем, использования средств автоматического перевода страниц на русский язык; создание и развитие хранилищ информации; развитие различных социальных сетей. (5) Интенсификация использования Интернет-ресурсов на мобильных устройствах (МУ) за счет развития технологий и конкуренции между поставщиками услуг – в т.ч. увеличения скорости и надежности связи; снижения стоимости беспроводного доступа (БД); создания и расширения зон БД, в т.ч. бесплатного; совершенствования блоков БД в МУ; применения ПО для автоматической адаптации изображений к размерам дисплеев МУ и др. (6) Повышение комплексности предлагаемых услуг связи. Для проводных сетей – комбинирование доступа к Интернету с услугами IP-телефонии, кабельного телевидения и пр. Для беспроводных – сочетания голосовой связи, отправки SMS и MMS сообщений, доступа к Интернету, дополнительных услуг. (7) Общее повышение ИТКТ-компетентности (ИТКТК) населения страны и регионов, в т.ч. за счет начала использования ПЭВМ и Интернета в раннем возрасте. (8) Увеличение доли ИТКТ-специалистов (ИТКТС) в общей массе работающего населения, в т.ч. за счет деятельности сервисных и софтверных фирм. (9) Углубление профессиональной дифференциации ИТКТС. (10) Рост затрат на подготовку высококвалифицированных ИТКТС и конкуренции организаций за них. (10) Рост долей расходов организаций и населения на приобретение и эксплуатацию ИТКТ-оборудования, включая компьютеры, их периферию, смартфоны, планшеты, телевизоры и пр. Для ПО в России ситуация сложнее – из-за использования нелицензионного ПО. (11) Диверсификация угроз информационной безопасности для юридических и физических лиц (ЮиФЛ) по мере расширения использования ИТКТ в различных целях. (12) Увеличение в общем массиве научных публикаций, аналитических обзоров, новостных сообщений и т.д. доли материалов по ИТКТ-тематике. (13) Расширение использования Интернета для приобретения различных товаров и услуг.

В силу этих факторов в России растет доля валового внутреннего продукта, прямо или косвенно затрачиваемого на развитие/использование ИТКТ. В большинстве регионов России растут и аналогичные доли валовых региональных продуктов. В целом эти затраты рентабельны, т.к. они обеспечивают повышение производительности труда ЮиФЛ; предоставляют новые возможности для развития организаций и направлений деятельности для физических лиц; улучшают качество жизни населения – в т.ч. за счет расширения возможностей доступа к информационным, телекоммуникационным, рекреационным, финансовым и иным видам ресурсов; обеспечивают поддержку работы органов управления, необходимый уровень обороноспособности страны.

Укажем основные направления влияния развития/использования ИТКТ на возможности инновационного развития регионов России. (1) Повышение ИТКТК населения/специалистов создает предпосылки для расширения использования ИТКТ для улучшения управления регионами; производства товаров и оказания услуг; внедрения инноваций, основанных на использовании ИТКТ. (2) Увеличение «оснащенности» ЮиФЛ в регионах компьютерным оборудованием и телекоммуникационными средствами позволяет быстро внедрять новое и/или модернизировать (модифицировать) имеющееся ПО; поддерживать с использованием этих средств процессы приема/передачи информации, ее массового распространения. (3) Расширение объемов доступных в Интернете сведений о регионах, их районах, отдельных организациях потенциально улучшает «видимость» этих объектов в информационном пространстве; может способствовать привлечению инвестиций в регионы – т.ч. для разработки и использования наукоемких технологий (при наличии квалифицированного персонала); способствует установлению внутрирегиональных деловых, культурных, научных, образовательных и иных связей. Однако, следует отметить высокую информационную конкуренцию (внутри- и межрегиональную) в Интернет-пространстве между организациями, «продвигающими» свои товары и/или услуги. (4) Расширение использования ИТКТ способствует повышению качества деятельности органов власти в регионах, улучшению их связей с населением – в т.ч. доступности и оперативности реакций на обращения граждан за счет использования Интернет-приемных, электронной почты. (5) Применение ИТКТ в рамках организации и проведения выборов в органы законодательной власти обеспечивает улучшение «прозрачности» процедуры выборов, снижает возможности использования «грязных» технологий в процессе выдачи и подсчета бюллетеней. Частные задачи этого направления: централизованное ведение баз данных избирателей и подготовка списков для избирательных участков; внедрение в деятельность участковых избирательных комиссий КОИБов (устройств, для компьютеризованной обработки избирательных бюллетеней); использование ГАС «Выборы» для информационного сопровождения процессов подготовки и проведения выборов и пр. Как следствие снижается количество публикуемых материалов о «злоупотреблениях» при проведении выборов, которые могут негативно влиять на имидж регионов, подрывать доверие к легитимности избранных органов законодательной власти, снижать инвестиционную привлекательность регионов и пр. (6) Телекоммуникационные возможности ИТКТ (средства сотовой связи, электронная почта, глобальные сети (включая Интернет и межбанковскую сеть SWIFT) обеспечивают поддержку необходимых информационных взаимосвязей (внутри- и межрегиональных) между ЮиФЛ; устойчивость социально-экономических процессов в регионах; эффективность ведения бизнес-деятельности. (7) Применение банкоматов, средств электронных платежей (включая терминальные комплексы, считыватели банковских карточек, ПО для Интернет-банкинга) обеспечивает ускорение денежного оборота и уменьшение массы наличных денег, находящихся на руках у

населения регионов; для многих организаций – снижает нагрузку, связанную с получением и выдачей наличных денег. (8) Для образовательных учреждений (ОУ) развитие ИТКТ позволяет улучшить качество образования за счет внедрения новых технологий обучения; расширения и углубления использования ПО, информационных и учебных материалов (включая мультимедийные); повышения объективности и качества тестирования знаний обучающихся [2]; участия (в т.ч. дистанционного) студентов в олимпиадах, конкурсах и пр.; использования информации о востребованности специалистов разных профилей [1] для адаптации деятельности ОУ к потребностям рынка труда. Это, в свою очередь, способствует повышению «конкурентоспособности» отдельных ОУ и регионов в целом.

Итак, **выводы**. 1. Развитие ИТКТ в регионах России происходит по многим взаимосвязанным направлениям, причем на уровне страны и регионов оно управляется лишь частично. 2. Использование ИТКТ расширяет возможности инновационного развития регионов (особенно располагающих квалифицированными специалистами), привлечения в них необходимых инвестиций.

Список литературы:

1. Ватулева В.П., Брумштейн Ю.М. Региональная сфера образования и направления информационного обеспечения ее деятельности /Экономические кластеры как основа инновационного развития территории: Труды Всероссийской школы молодых ученых.- Ульяновск: УлГУ, 2010, с.126-127
2. Брумштейн Ю.М., Хлопкова Н.В., Аксенова Ю.Ю., Неживая Ю.Н. Анализ направлений и возможностей использования компьютерных технологий для различных видов тестирования. /Теоретические и прикладные вопросы современных информационных технологий: материалы XI Всероссийской научно-технической конференции – Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2012 – С.74-7

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ АТРИБУТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Е.А. Дуванова, к.э.н., доцент*

*Ульяновский государственный университет*

Концепция устойчивого развития в настоящее время приобрела пространственный масштаб, сделав акцент не только на национальный, но и региональный, муниципальный уровень. Это связано с объективной необходимостью и не совсем глубокой проработанностью данного вопроса с теоретической и методической сторон на данный момент.

Актуальность проблематики устойчивого развития предприятий обостряется в переходные периоды развития экономики. Именно кризисные ситуации подрывают устойчивость системы и проверяют организации на прочность- начиная с «верхов», с мировой экономики в целом, и заканчивая уровнем предприятий. Региональная система переживает в эти пиковые моменты не лучшие времена, на первый план выходят национальные интересы,

приоритеты государства, что приводит к сокращению региональных бюджетов и, соответственно, проверкой организаций на «прочность».

Категорию «устойчивость» в научной литературе рассматривают с разных сторон. С одной стороны, ученые объясняют данное явление с позиции статики и говорят, что устойчивой система является тогда, если она в состоянии возвращаться в исходное положение, к заданным параметрам и показателям. Вторая группа авторов считает, что помимо качества, способствующего выживанию и функционированию хозяйственной системы, она еще и обеспечивает ее развитие, конкурентоспособность, имеет преимущества в привлечении инвестиций, получении кредитов, формировании квалифицированных кадров, выборе контрагентов и тп. Чем выше устойчивость, тем выше независимость предприятий, формирующих региональную производственную систему, от колебаний конъюнктуры и, следовательно, тем ниже, в общем случае вероятность банкротства [3].

А как добиться конкурентоспособности продукции, стать независимыми, устойчивыми организациями? Мы считаем, что только изменяясь, отвечая своевременно и грамотно на вызовы внешней среды, а также самим задавая вектор развития, организация может быть устойчивой. Главным помощником в этом для предприятия являются научно-исследовательские разработки, новые методы работы, квалифицированный персонал, то, что является новым и передовым, в какой-то степени может и «революционным» для конкурентов. Поэтому взаимосвязь между устойчивым развитием региона и его инновационным потенциалом очевидна.

На процесс устойчивого развития региона, несомненно, воздействуют и внешние и внутренние факторы. Одной из составляющих успеха региона является развитие инновационной инфраструктуры, в частности, повышение эффективности функционирования бизнес-инкубаторов, наукоградов, обеспечение реализации инновационного потенциала региона и др. В рамках нашего исследования проанализируем взаимосвязь инновационного потенциала и устойчивого развития.

Что же такое «инновационный потенциал»? Данное понятие получило свое развитие с начала 80-х годов XXвека. В широком смысле потенциал ассоциируется с совокупностью имеющихся средств, возможностей, резервов. Категория «инновационный потенциал» не имеет четкой формулировки и литературе встречаются различные точки зрения.

Монастырский Е.А. рассматривает понятие инновационный потенциал как способность системы организовать и осуществлять процессы, направленные на достижение результатов, наиболее полно соответствующих изменениям требований рынка [4]. Данная точка зрения еще раз подтверждает нашу гипотезу о взаимосвязи устойчивости как свойства изменчивости системы и инновационного потенциала.

Теоретические подходы сущности данного определения можно классифицировать по различным признакам.

Первый подход, которого придерживаются многие авторы, называется системный. Под ним принято понимать взаимосвязанную систему трудовых,

информационных, материально-технических и организационно-управленческих ресурсов, комплексное использование которых обеспечивает эффективное инновационное развитие хозяйствующих субъектов. Многие исследователи (Абраметшин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А.) обобщают инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации и представляют его как совокупность различных видов ресурсов, включая финансовые, материальные, научно-технические, интеллектуальные и другие, используемые для осуществления инновационной деятельности. На микроуровне (Лисин А., Фридлянов Б., Гунин В., Баранчев В., Устинов В., Ляпина С.) инновационный потенциал представляет совокупность научно-технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социальных и иных возможностей обеспечить восприятие и реализацию новшеств [2].

Второй подход к определению инновационного потенциала, заключается в выявлении скрытых возможностей региона для их реализации в перспективе, получил название ресурсный. Обобщая точки зрения авторов (Богдан Н.И., Фатхуллина Л.З., Шабалтина Л.В и др), данный подход характеризует выявление скрытых возможностей и воплощение в жизнь инновационных процессов в будущем. Недостатком его является отсутствие анализа текущей ситуации для выявления предпосылок и факторов развития инновационного потенциала.

Следующая группа авторов рассматривает инновационный потенциал с двух сторон: инновационного процесса и результатов этого процесса. При этом под инновационным процессом понимается деятельность субъектов региона в области планирования, разработки, апробации и внедрения инноваций, а под результатом- эффективность инновационной деятельности субъектов в регионе. Эту точку зрения принято называть результативным подходом, в котором прослеживается взаимосвязь двух предыдущих подходов.

И, последний, четвертый подход, который носит обобщающий, комплексный характер. В данном случае инновационный потенциал рассматривается в качестве меры способности и готовности региональной инновационной системы обеспечивать непрерывный инновационный процесс.

На наш взгляд, последний подход более полно раскрывает сущность категории, хотя все подходы являются взаимодополняющими. Поэтому, на наш взгляд, инновационный потенциал необходимо рассматривать в комплексе, также как и устойчивость организации с позиции разных сфер ее деятельности.

Список литературы:

1. Гунин Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями.- М., 1999-328с.-С.78
2. Лисин Б.К., Фридлянов В.Н. Инновационный потенциал как фактор развития //Инновации.-2002.-№7.- с.25-51.
3. Макушева Ю.А., Полякова Г.П., Черней О.Т. Влияние инновационного потенциала региона на устойчивое развитие предприятий и организаций// Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского: Экономические науки. 2012. №2(2)- С. 177-180.
4. Монастырный Е.А.Термины и определения в инновационной сфере// Инновации.-2008-№2.

## **МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ С МЕСТНЫМИ БЮДЖЕТАМИ НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ**

*И.Ефимова, магистрант*

*Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

На организацию межбюджетных отношений в Оренбургской области оказывает влияние ее административно-территориальное устройство, которое не сводится к простому географическому делению территории. В его основу положены экономический, национальный и исторический принципы, необходимые для рациональной организации жизни людей, производства и управления. Комплексное применение этих принципов с учетом сложившихся традиций и иных факторов позволяет осуществлять рациональное выделение административно-территориальных единиц.

Административно-территориальное устройство Оренбургской области включает в себя города, районы, рабочие поселки, сельские поселения, закрытые административно-территориальные образования. Характерными признаками этих административно-территориальных единиц являются четко очерченные границы, компактность проживания, непрерывность и экономическая целостность территорий, право населения формировать органы управления. В силу этого права определенная территория обретает черты, присущие социально - политической организации, получает статус административно - территориальной единицы, границы которой не обязательно совпадают с границами муниципального образования. В связи с этим у субъектов РФ и Оренбургской области, в частности, возникает проблема формирования муниципальных образований, территориальная определенность которых является их важнейшим признаком.

В Оренбургской области прошло две реформы местного самоуправления, что не противоречило действующему законодательству, допускающему формирование муниципальных образований на уровне поселения или группы поселений, состав которых может быть сколь угодно широк.

Структура доходов консолидированного бюджета Оренбургской области существенно отличается от общероссийской динамики бюджетов субъектов РФ, прежде всего, за счет значительно меньшей и снижающейся доли безвозмездных перечислений от бюджетов других уровней Оренбургская область после пересмотра в 2001 г. методики предоставления трансфертов не получает дотаций на выравнивание уровня бюджетной обеспеченности, сохраняя свой статус региона-донора. В таблице 1 представлена динамика доходов и расходов бюджета Оренбургской области.

Из таблицы 1 видно, что доля расходов муниципальных бюджетов в расходах консолидированного бюджета сокращается: если в 2012 г. она составляла 16,1%, то в 2016 – 15,9%. Доходные части бюджетов имеют тенденцию к увеличению; расходы – аналогично - только более значительными темпами. В доходах консолидированного бюджета доля местных бюджетов в течение рассматриваемого периода ежегодно изменялась. В целом

прослеживается нарастающая динамика, но при сокращении самостоятельности местных бюджетов и увеличении доли безвозмездных перечислений из бюджета области.

Таблица 1.

Динамика доходов и расходов бюджета Оренбургской области

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014г.	2015г.	2016 г.
<b>Консолидированный бюджет</b>					
Доходы	59444286	58825749	65944542	67354063	74182874
Расходы	69169540	76634129	79863573	84954471	96594048
<b>Областной бюджет</b>					
Доходы	46547445	45132065	53693270	61289682	59221690
Расходы	58062119	64178243	68052901	72683922	81215874
<b>Муниципальные бюджеты</b>					
Доходы	12896841	13693684	12251272	6064381	14961184
Расходы	11107421	12455886	11810672	12270549	15378174
Доля расходов муниципальных бюджетов в расходах консолидированного бюджета, %	16,1	16,3	14,8	14,4	15,9

Структура доходов консолидированного бюджета Оренбургской области представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Структура доходов консолидированного бюджета Оренбургской области, %

Группы доходов	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	Изменение 2016г. к 2012г.
Налоговые доходы, в т.ч.	82,7	84,4	81,4	81,2	80,3	-2,4
Налог на прибыль	31,6	27,4	30,7	29,8	29,6	-2
НДФЛ	23,3	25,5	23,2	24	24,8	1,5
Акцизы	5,7	6,2	4,8	4,9	5,2	-0,5
Налог на имущество	9,4	11,4	10,4	12,3	11,6	2,2
Платежи за пользование природными ресурсами	1,5	1,0	0,6	0,8	0,7	-0,8
Неналоговые доходы	1,7	2,4	2,2	2	3,2	1,5
Безвозмездные поступления	17,3	15,6	18,6	16,8	16,5	-0,8
Всего доходов	100	100	100	100	100	-

В налоговых доходах местных бюджетов наиболее заметна тенденция снижения роли местных налогов и сборов, доля которых в налоговых доходах уже в 2014 году оказалась менее 1 % и становится все более символической (таблица 2). Но одновременно увеличивается роль регулирующих налогов, среди которых наиболее существенны поступления от налога на доходы физических лиц, платежей за пользование природными ресурсами и налога на прибыль. В налоговых доходах местных бюджетов Оренбургской области присутствует характерная особенность, несвойственная среднероссийским показателям – значительная и растущая.

Структура доходов бюджета Оренбургской области в 2012-2016 гг. приведена в таблице 3.

Таблица 3.

## Объем и структура доходов бюджета Оренбургской области в 2012-2016 гг.

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.
Доходы всего	66265606	64335671	75284 33	71624585,6	75630540,2
Собственные доходы	54768632	54304428	61255031	60733204	66282961
В т.ч.					
- налоговые	45293659	45832937	49861595	49315362	53225218
- неналоговые	931067	1303306	1347611	1214664	2121055
- безвозмездные поступления	9474973	8471491	11393436	10203178	10936689
Доля собственных доходов, %	82,7	84,4	81,4	84,8	87,6
Трансферты из федерального бюджета	11496974	10031243	14029802	10891381,6	9347579,2
Доля трансфертов, %	17,3	15,6	18,6	15,2	12,4

Таким образом, общий объем трансфертов из федерального бюджета в период с 2012 по 2014 гг. рос и достиг в 2014 г. почти 14 млрд. руб.; далее происходит сокращение трансфертов до 9 млрд.руб. в 2016 г. В тоже время доля трансфертов в общих доходах областного бюджета имеет непостоянную динамику: в 2014 г. занимает 18,6%, а в 2016 – 12,4%. На 2016 г. доходная часть областного бюджета Оренбургской области рассчитана в сумме 66 млрд.282 млн. руб., или с ростом к ожидаемой оценке 2017 года на 5,6%. В 2016 и 2017 гг. темпы роста доходов составят 105,6% и 106,2% соответственно. В структуре доходной части областного бюджета на 2016 год собственные доходы планируются в сумме 66 млрд.282 млн. руб., или 87,6% от общей суммы доходов, безвозмездные поступления 9 млрд. 347 млн. руб., или 12,4%. В структуре доходной части областного бюджета на 2017 год собственные доходы (налоговые и неналоговые поступления) планируются в сумме 69 млрд. 971 млн. руб., или 87,1% от общей суммы доходов, безвозмездные поступления 10 млрд.334 млн. руб., или 12,9%.

Данную тенденцию следует оценить положительно, т.к. зависимость от федерального бюджета сокращается.

## ОБЗОР ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*А.В.Иванчук, студент*

*Ульяновский Государственный Университет*

Для того чтобы правильно оценить инновационный потенциал Ульяновской области и выделить опорные точки, на развитие которых необходимо обратить пристальное внимание – точки роста экономики региона -



стоит рассмотреть сферы производств, наиболее востребованные в нашем государстве.

Исторически сложилось, что самой обширной и производительной отраслью региона являлось машиностроение. На его долю приходится около 56% от общего объема промышленного производства. Среди отраслей машиностроения в области выделяются автомобилестроение, авиастроение, станкостроение и приборостроение. В частности, стоит отметить, что с Ульяновский автозавод благодаря запуску стимулирующих спрос программ смог выйти на нормальную загрузку и с 1 октября 2016 года перейдет на пятидневную рабочую неделю – сообщил гендиректор предприятия Вадим Швецов. В ближайшее время завод реализует первую сотню машин по программе «УАЗ в каждый сельский дом», в планах также запуск новой линейки автомобилей семейства «Патриот». Сообщается, что за 8 месяцев 2016 года предприятие реализовало продукцию на 17 млрд рублей. Почти 30 % продукции завода идет на экспорт.

Один из крупнейших в Европе авиационных заводов — «Авиастар-СП» - находится в Ульяновской области. Данный завод специализируется на производстве транспортных самолетов Ил-76МД-90А, пассажирских и грузовых самолетов семейства Ту-204, сервисном обслуживании и глубокой модернизации уникальных тяжелых транспортных самолетов Ан-124 «Руслан». Предприятие активно развивается и осуществляет межрегиональную деятельность – 26 сентября 2016 года пресс-служба завода сообщила, что Ульяновский "Авиастар" отправил в Воронеж панели фюзеляжа для нового военного самолета Ил-112В. Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК) использует Воронежский авиазавод как основного поставщика легких военно-транспортных самолетов Ил-112В. Ульяновский завод "Авиастар" также принимает участие в кооперации по созданию Ил-112В и выпускает панели фюзеляжа, люки и двери для этого воздушного судна.

В Ульяновской области производят также станки, оборудование для химической промышленности и сельского хозяйства, авиационные и медицинские приборы, товары народного потребления. 13 сентября 2016 года ВРИО главы региона Сергей Морозов провел рабочую встречу по вопросу двустороннего взаимовыгодного сотрудничества Ульяновской области с Германией. В ходе встречи известный международный эксперт в области экономики и инвестиций, госсекретарь Министерства экономики, строительства и туризма земли Мекленбург-Передняя Померания доктор Штефан Рудольф очень высоко оценил инвестиционный климат Ульяновской области, отметив ряд немецких компаний, добившихся успеха при сотрудничестве с регионом. Постройка и деятельность многофункционального торгового комплекса «МЕТРО», завод «CERESIT» компании «Хенкель Баутехник», завод по производству автокомплекующих «Таката Рус», а также диализный центр нового поколения «Фрезениус Медикл Кеа», размещение производства из пластика «Джокей пластик» и станкостроительного завода компании «DMG Mori» – плоды сотрудничества Германии и Ульяновска.

Активное производство строительных материалов в Ульяновской области получило развитие благодаря наличию региональных, собственных ресурсов. Вследствие этого, в настоящее время производством строительных материалов в Ульяновской области занимается 34 крупных и средних организаций, на которых трудится более 13 тысяч человек. Среди крупнейших предприятий стоит выделить ЗАО «Ульяновскцемент», который имеет производственные мощности для выпуска портланд-цемента марки «400» в количестве 2400 тыс. тонн. Также было введено в эксплуатацию Широковское-II месторождение мела с огромными запасами (20,8 млн тонн). В перспективе освоение крупнейшего в Поволжье месторождения мела «Солдатская Ташла» с промышленными запасами высококачественного сырья 273,5 млн тонн. Используя ресурсы Инзенского месторождения, ООО «Диатомит-Инвест» выпускает различные теплоизоляционные материалы. На предприятиях промышленности строительных материалов выпускается цемент, силикатный и керамический кирпич, железобетонные изделия, минераловатный утеплитель, а также мягкие и кровельные материалы, шумо-теплоизоляционные материалы из пенополистирола, сухие и жидкие строительные смеси. С начала 2016 года предприятиями строительной индустрии в Ульяновской области произведено продукции более чем на 5 миллиардов 105 миллионов рублей. Жилищное строительство в регионе развивается масштабно, поэтому спрос на стройматериалы постоянно растёт.

В период кризиса, продовольственных санкций получила большой стимул к развитию и пищевая промышленность Ульяновской области. Еще в апреле 2016 года на расширенном заседании коллегии Минсельхоза региона были названы две крупные проблемы в отрасли животноводства и птицеводства: крайне тяжелая ситуация на птицефабриках и недостаточный объем производства молока. В течение 2016 года был принят ряд мер по их решению: перепрофилирование животноводческих комплексов, строительство новых животноводческих комплексов и технологическая модернизация и реконструкция животноводческих предприятий агрофирмы «Тетюшское» Ульяновского, СПК имени Гая Сенгилеевского и «Красная Звезда» Радищевского районов. В результате принятых мер ситуация медленно, но верно улучшается.

Таким образом, можно сделать определенные выводы: в целом Ульяновская область имеет большой потенциал для экономического развития. Приоритетными направлениями являются развитие межрегионального и международного сотрудничества. Характерной особенностью большинства регионов России и страны в целом является отклонение структуры процесса «исследование–производство» от сложившейся в развитых странах в сторону существенного уменьшения результативности инжиниринга и производства новой техники. В то же время большинство регионов России используют для модернизации и поддержания конкурентоспособности своих предприятий импортное оборудование. Необходимо изучать, распространять и адаптировать опыт инновационно развитых регионов России. Для эффективного мониторинга и управления инновационным развитием регионов необходима

комплексная система статистически наблюдаемых показателей, которые бы описывали изменения структуры и эффективности функционирования инновационного комплекса.

Список литературы:

1. «УАЗ вернется к пятидневной рабочей неделе с 1 октября»/ Открытая электронная библиотека «Улпресса» от 26.09.2016 - <http://ulpressa.ru/2016/09/26/uaz-vernetsya-k-pyatidnevnoy-rabochey-nedele-s-1-oktyabrya/>
2. «Ульяновский "Авиастар" отправил в Воронеж панели фюзеляжа для Ил-112В»/ Сетевое издание «РИА Новости» от 26.09.2016 - <https://ria.ru/arms/20160926/1477841374.html>
3. «Ульяновск - Германия: 10 лет экономического сотрудничества»/ «Ульяновская правда» от 22.09.2016 - <http://ulpravda.ru/news/news-28694>
4. «Рост производства пищевой промышленности Ульяновской области составил почти 145%»/ «Медиа 73» от 26.04.2016 - <http://media73.ru/2016/81443-rost-proizvodstva-pishhevoj-promyshlennosti-ulyanovskoj-oblasti-sostavil-pochti-145>

## **КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

***В.Н. Кобзарь, магистрант***

*Ульяновский государственный университет*

В условиях динамичных перемен в макроэкономическом пространстве существует острая необходимость в новых действенных инструментах, обеспечивающих повышение эффективности организаций – активных участников этого пространства. Решение данной проблемы далеко не всегда возможно в рамках традиционного подхода к управлению предприятием [3]. Большинство компаний уже давно осознали необходимость развития корпоративной культуры. Для решения этой задачи организации активно используют корпоративные мероприятия. Корпоративные мероприятия – это один из инструментов выстраивания эффективных неформальных коммуникации между сотрудниками компании, хороший способ распространения корпоративных ценностей компании на внутреннем уровне. На внешнем уровне корпоративные мероприятия служат эффективной интеграции компаний в специфическую региональную среду.

Корпоративные мероприятия зачастую приравнивают к корпоративным праздникам, так как в нашей стране праздники остаются самой распространенной формой корпоративного мероприятия. Мы же считаем, что понятие корпоративный праздник входит в понятие корпоративное мероприятие, т.е. является более узким. В содержание корпоративного мероприятия, помимо праздников входят такие события как тренинги и обучающие программы, направленные в первую очередь на повышение квалификации персонала, а также совещания и планерки, так как они, как и все корпоративные мероприятия, несут в себе часть корпоративной культуры, отражают традиции, сложившиеся в организации. Бодажкова отмечает, что в современной маркетинговой деятельности предприятий довольно широко

используются отдельные инструменты событийного маркетинга или порой целые маркетинговые программы, в которых роль ведущего коммуникативного инструмента отводится именно созданию специальных событий и организации специальных мероприятий [1].

Классификации корпоративных мероприятий представлены в таблице 1:

Таблица 1.

### Классификации корпоративных мероприятий

Признак классификации	Виды корпоративных мероприятий
В зависимости от цели:	- деловые (собрания коллектива, встречи, митинги); - популярные (благотворительные и рекламные акции); - развивающие (тренинги, семинары, конференции); - командообразующие (курсы, испытания, туристические походы); - спортивные (соревнования, турниры, забеги); - развлекательные (праздники и вечеринки, внутрифирменные лотереи и розыгрыши, клубы по интересам, выезды на природу); - торжественные (юбилеи, вручение наград и т.д.)
В зависимости от частоты проведения:	- Разовые. - Периодические.
В зависимости от состава участников:	- внутренние (закрытые) – мероприятия, в которых участвуют только сотрудники компании; - открытые мероприятия – с участием приглашенных лиц (деловых партнеров, представителей власти, средств массовой информации и т.д.); - массовые мероприятия – с доступом к участию всех желающих.
В зависимости от места проведения:	- на собственной территории (конференц-зал, банкетный зал, кабинет); - на выезде (гостиница, дом культуры, теплоход, дом отдыха, загородный клуб).

Основными признаками корпоративного мероприятия являются:

- наличие общей цели;
- совместное осознанное участие сотрудников компании;
- определенное место и время проведения [4].

Важно отметить, что для создания системы корпоративных мероприятий необходимо рассмотреть, каким образом организуются и проводятся звенья этой системы.

Автор выделяет три основных этапа проведения корпоративного мероприятия:

1. Планирование. Планирование - это определение целей и задач на определенную перспективу, анализ способов их реализации и ресурсного обеспечения. Таким образом, планирование сводится к определению следующих основных параметров:

- Целей и задач.
- Повода.
- Аудитории, для которой мероприятие будет проводиться.
- Вида корпоративного мероприятия и ответственных лиц.

- Бюджета. Бюджет на проведение корпоративных мероприятий может формироваться по остаточному принципу, а может выделяться целенаправленно.

2. Организация.

3. Анализ результатов. Для подведения итогов необходимо выполнить следующие действия:

- Составить по проведенному мероприятию финансовые отчеты, которые приняты в компании.

- Собрать у участников отзывы о мероприятии. Разместить новость о мероприятии, фото и отзывы на корпоративном портале, или другим способом рассказать всем сотрудникам о прошедшем празднике.

- Провести анализ проведенного мероприятия и работу над ошибками.

В качестве положительных эффектов от проведения корпоративных мероприятий можно выделить рост уровня корпоративной культуры и практических навыков сотрудников организации и их социокультурных компетенций.

Культура является подвижным феноменом, т.е. складывается и изменяется исторически за счет коллективного взаимодействия субъектов либо за счет целенаправленного управления ею [2]. Позитивные корпоративные культуры облегчают коммуникацию и процесс принятия решений, упрощают сотрудничество на основе доверия. Наиболее важным фактором позитивной корпоративной культуры является её неформальное воздействие на молодых работников, опосредованное развитие их личных и профессиональных качеств через работающие правила и нормы, носителем которых является персонал.

Список литературы

1. Бодажкова Н.А. Event – менеджмент – новый этап в развитии организации мероприятий. / Н.А. Бодажкова // *Gaudeamus Igitur*. – 2015. – № 4. – С. 29-31.
2. Иванова Т.Ю., Куклев С.Е. Содержательный анализ организационной культуры предприятий Ульяновской области как фактора инновационного развития региона. / Т.Ю. Иванова, С.Е. Куклев // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2015. - № 7. – С. 2-15.
3. Куклев С.Е. Теоретические основы процессно-ориентированного управления промышленным предприятием. / С.Е. Куклев // *Вестник Казанского аграрного университета*. – 2012. - № 1 (23). – С. 27-30.
4. Лебедева О.А. Корпоративные праздники: какими они бывают / О.А. Лебедева // *Кадровик. Кадровый менеджмент*. – 2012. – №5. – С. 21-22.

## **МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

***И.О. Колодий, Е.А. Рожкова, студенты  
Ульяновский государственный университет***

Современный массовый туризм справедливо называют феноменом XX века, а XXI век, по оценкам специалистов, станет веком туризма. Сегодня туризм - это мощная мировая индустрия, образующая до 10% мирового валового продукта, важнейшая экспортная индустрия, сфера крупных

инвестиций, привлекающая миллионы работников самых разных профессий и квалификаций [1].

Согласно Федеральному закону “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” туризм - это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания. Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, заинтересовано в развитии внутреннего и въездного туризма.

Выделяют три основных формы лечебно-оздоровительного туризма:

1) лечение или медицинский туризм (medical tourism) - поездки в конкретные клиники или к конкретным специалистам для получения специализированного лечения или того качества лечения, которое недоступно на территории проживания туриста;

2) оздоровление (fitness & wellness или spa & wellness) - поездки на специализированные объекты, такие, как грязе- или водолечебница, клиника по снижению веса, косметологическая клиника, здравница по поддержанию физической формы и красоты;

3) реабилитация и восстановление (rehabilitation & recuperation) - поездки в регионы или на объекты, предлагающие особый уход, или которые находятся в районах, считающихся особо благоприятными для здоровья или выздоровления.

Туризм всегда можно рассматривать в связи с какой-либо потребностью человека, но всегда связанного с экономической составляющей и получением прибыли как субъектами государственного, так и частного бизнеса.

Темпы роста медицинского туризма в настоящее время считаются одними из наиболее высоких, по сравнению с другими туристскими сегментами. Более 50 стран заявляют развитие медицинского туризма на уровне государственной политики [2]. В этом секторе в полной мере задействован весь инструментарий глобального маркетинга. Медицинский туризм породил новую концепцию современного здравоохранения. Не имея возможности решить медицинскую проблему в месте своего проживания, пациент выбирает страну, врача и клинику, где ему могут предложить самое современное и своевременное обследование, лечение. В условиях глобальной экономической конкуренции феномен медицинского туризма заставляет медицину развиваться более быстрыми темпами.

В широком смысле медицинский туризм можно определить как сферу медицинской индустрии и гостеприимства, связанную в единую систему рынков с развитой инфраструктурой, включающей не только медучреждения, но и самые разные отрасли бизнеса – страхование, банковскую деятельность, юридическую помощь, транспорт, связь.

Выделяют четыре основных побудительных мотива медицинского туризма: 1) низкая стоимость; 2) современные медицинские технологии; 3) высококвалифицированная медицинская помощь; 4) временной фактор (при долгом ожидании медицинского лечения).

В последнее время становится очевидным то, что медицинский туризм в России набирает все больше и больше оборотов. И значительное количество медицинских туров люди совершают в пределах страны. Эта тенденция привлекла внимание туристических компаний и некоторые из них уже начали активно вносить свою лепту в туризм и лечение в России - они предлагают свои клиентам "туры выходного дня" - вывозят их в соседние города для посещения региональных стоматологических клиник, где стоимость услуг по лечению зубов значительно ниже столичных цен. Едут и из других стран, даже из Западной Европы, но за самыми эксклюзивными методами лечения. Так, постоянный поток иностранных пациентов имеет Российский научный центр "Восстановительная травматология и ортопедия" им. академика Илизарова. Здесь умеют лечить не только сложные переломы и травмы, но и увеличивают рост и длину конечностей - таких методик на Западе просто нет. Есть иностранные пациенты в российских ожоговых центрах, где также имеются авторские методики лечения.

В 2015 году Ульяновская область заняла 6 место в ПФО и 40 место в национальном туристическом рейтинге регионов [3]. Оценивая хороший потенциал и отличные возможности развития медицинского туризма в Ульяновской области, следует признать, что современное состояние этого вида туризма находится на низком уровне.

Улучшить положение позволит открытие Федерального высокотехнологичного центра медицинской радиологии (ФВЦМР) в городе Димитровграде. ФВЦМР строится как уникальное медицинское учреждение, которое сможет объединить все существующие диагностические и лечебные методы медицинской радиологии и ядерной медицины, а также позволит создавать, апробировать и внедрять новые.

Оказание полного объема высокотехнологичной радиологической, диагностической и лечебной помощи населению на уровне современных достижений мировой науки и практики, совершенствование и внедрение новых радиационных технологий диагностики и лечения наиболее значимых заболеваний, подготовка высококвалифицированных кадров по медицинской радиологии – все это будет способствовать развитию медицинского туризма на территории Ульяновской области.

#### **Структура и пропускная способность ФВЦМР ФМБА России:**

- Поликлиника – 124800 посещений в год.
- Отделение радионуклидной терапии – 2250 человек в год.
- Протонный центр – 1200 человек в год.
- Отделение радионуклидной диагностики – 10000 человек в год.
- Стационар на 312 коек – 20000 человек в год.

Медицинский центр в Ульяновской области станет самым крупным в Европе. Его уникальность не будет потеряна в ближайшие 50 лет, даже если в стране появится еще десять подобных учреждений.

Развитие медицинского туризма в Ульяновской области приведет к увеличению финансовых доходов регионального бюджета; повышению занятости и качества жизни населения; переориентации части потребительского спроса россиян на внутренний туризм; привлечению иностранных туристов; улучшению демографической ситуации в стране, созданию местной инфраструктуры, обновлению всей системы здравоохранения.

Список литературы:

1. Основы туризма: учебник/коллектив авторов; под ред. Е.Л.Писаревского - М. : Федеральное агентство по туризму, 2014.— 384 с
2. Марченко О.Г. Мировой медицинский туризм смещается в страны АТР. Аналитический обзор // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11205>. Дата обращения 28.09.2016
3. Национальный туристический рейтинг N1 // Режим доступа: <http://russia-rating.ru/info/9857.html>. Дата обращения 29.09.2016

## **ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ ПЕРСОНАЛА: ТОЧКА РОСТА ИННОВАЦИОННОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

***Е.В. Куликова, к.э.н., доцент, К.С. Зыкова, магистрант***  
*Ульяновский государственный университет*

Современные тенденции развития техники и технологий производства и управления, поиск путей повышения производительности труда персонала и повышения эффективности деятельности организации. В целом формируют условия и требуют применения новых подходов к организации труда персонала через применение совокупности доступных инновационных разработок в указанных сферах. Инновационный потенциал организации, как основа инновационного потенциала региона, формируется из вкрапления в той или иной степени различных инновационных разработок в различные направления её деятельности. Внимание к современным инновационным тенденциям и активное применение доступных инновационных разработок позволяет предприятиям различных сфер деятельности повышать свой экономический потенциал, а также в совокупности повышать инновационный и экономический потенциал региона в целом.

Персонал организации – это ресурс, от качества «применения» которого непосредственно зависит расширение внедрения и использования результатов инновационных разработок в деятельности организации. У каждого работника должно быть организовано рабочее место так, чтобы ему было комфортно не только использовать внедренные новшества на его рабочем месте, но, и чтобы он сам мог способствовать повышению инновационного и экономического потенциала организации качеством своего труда и профессиональным отношением к делу. [3]



Рабочее место является основным, первичным структурным элементом любого предприятия или организации. Из результатов труда на каждом рабочем месте складываются общие результаты деятельности, а от эффективности функционирования и согласованности действий всей совокупности рабочих мест зависят финансовое состояние, экономическое и социальное развитие предприятия. Поэтому степень использования потенциала рабочих мест и постоянная работа по их совершенствованию являются одним из важнейших внутренних факторов интенсивного роста организации.

Существует несколько подходов к определению рабочего места.

Н. Подымалов считает, что рабочее место - это элементарная структурная часть производственного пространства, в которой субъект труда взаимосвязан с размещенными средствами и предметом труда для осуществления единичных процессов труда в соответствии с целевой функцией получения результатов труда [2].

В Трудовом кодексе Российской Федерации приводится следующее определение: Рабочее место — это место, где работник должен находиться или куда ему необходимо прибыть в связи с его работой и которое прямо или косвенно находится под контролем работодателя [4].

Рабочее место представляет собой закрепленную за отдельным рабочим или группой рабочих часть производственной площади, оснащенную необходимыми технологическим, вспомогательным, подъёмно-транспортным оборудованием, технологической и организационной оснасткой, предназначенными для выполнения определенной части производственного процесса [1].

Исходя из принципов научной организации труда, к рабочим местам предъявляются высокие требования, а именно: высокий уровень технического оснащения; соответствие оборудования, инвентаря, мебели требованиям эргономики; обеспечение безопасности труда; оснащение рабочего места оборудованием, инструментами, оснасткой, товарами, упаковочными материалами; бесперебойное пополнение запасов товаров, упаковочных материалов, своевременный ремонт оборудования и инвентаря.

Главной целью организации рабочего места является обеспечение высококачественного и эффективного выполнения работы в установленные сроки на основе полного использования оборудования, рабочего времени, применения рациональных приемов и методов труда, создания комфортных условий труда, обеспечивающих длительное сохранение работоспособности работников. Для достижения этой цели к рабочему месту предъявляются технические, организационные, экономические и эргономические требования.

Несмотря на определенную обособленность, каждое рабочее место тесно связано с другими рабочими местами, с предшествующими и последующими звеньями производственного процесса и образуют систему рабочих мест. Взаимосвязь и взаимозависимость всех рабочих мест требует четкой, совершенной организации и обслуживания каждого из них, так как от этого зависят общий ритм и результаты работы не только на данном рабочем месте, но и соответствующего структурного подразделения и даже всего предприятия в

целом. Именно поэтому внедрение доступных инновационных разработок в деятельность предприятия, его структурных подразделений и конкретных рабочих мест должно проходить относительно сбалансированно. В противном случае общий инновационный и экономический потенциал производственного процесса не будет достигать желаемых результатов в силу наличия «слабых мест» в применении доступных инновационных разработок.

Организация рабочего места осуществляется не только с помощью специальных мероприятий организующего внешнего субъекта, то есть в рамках управления рабочим местом, но и в результате воздействия элементов рабочего места друг на друга, особенно со стороны субъекта труда, работника и влияния на них окружающей среды.

Управление рабочим местом, помимо функции организации, осуществляется и с помощью других управленческих функций, таких как проектирование, планирование, оценка, развитие.

Значение организации рабочих мест в том, что она содействует сокращению затрат рабочего времени, улучшению качества работы и продукции, снижению расходов сырья, материалов, энергии и в целом себестоимости продукции, а, следовательно, повышению прибыльности и конкурентоспособности предприятия. Именно последнее становится следующим шагом для расширения внедрения инновационных разработок в деятельность компании в силу наличия возможностей и понимания отдачи от них в общем результате деятельности организации и региона в целом.

Список литературы:

1. Курочкин В.Н. Организация, нормирование и оплата труда.- М.: Берлин: Директ-Медиа, 2014. – С. 64.
2. Рабочее место, как основа профессиональной ориентации работников // Экономика и учет труда. - 2013. - № 10. – С.123.
3. Рожкова Е.А., Куликова Е.В., Белокопытова Н.Г. Повышение качества рабочей силы как условие экономического роста. // Экономика и предпринимательство. - 2015. - № 8-1. – С. 84-86.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. -2001. -31 декабря; официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.-2015.-30 декабря

## **ЛИДЕРСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Л.Л. Литвиненко, к.т.н., доцент*

*Национальный авиационный университет, г. Киев, Украина*

Развитие предприятий в условиях повышенного риска и неопределенности определяют необходимость внедрения современных подходов к управлению, более адекватных особенностям функционирования субъектов хозяйственной деятельности на международном рынке. Наиболее актуальным направлением является использование лидерского подхода к управлению развития предприятия.

В результате анализа особенностей реализации лидерского подхода к управлению развитием предприятия, автором определены его основные характеристики, как представлено на рис. 1.

<b>Лидерский подход к управлению развитием предприятия</b>	Поддержка реализации видения, миссии и стратегических целей предприятия
	Обеспечение ориентированности на удовлетворение потребностей клиентов
	Лидерство на всех уровнях управления, внедрение талант-менеджмента
	Оптимизация использования ресурсного потенциала предприятия, постоянное совершенствование
	Решение проблем в режиме «реального времени» путем использования стратегий адаптации и эффективного риск-менеджмента
	Способствование развитию организационной культуры и реализации принципов корпоративной социальной ответственности

Рис. 1. Основные характеристики лидерского подхода к управлению развитием предприятия\*

\* *Разработано автором*

Ключевая особенность данного подхода – ориентированность на долгосрочный результат, поддержка эффективной командной работы и сотрудничества, направленного на решение проблем развития предприятия или его выживания на рынке.

Использование стратегического лидерства обеспечивает не только стабильность в деятельности предприятия в текущий момент, но и создает путь достижения долгосрочных перспектив [1; 2]. То есть, с помощью сегодняшних изменений параметров функционирования, предприятие создает свое будущее, активизируются существующие резервы.

Стратегическое лидерство должно способствовать созданию благоприятной среды для принятия управленческих решений (эффективный выбор из существующих стратегических альтернатив развития предприятия), а также непосредственно их реализации (осуществление стратегических действий). При этом, формируется абсолютно новая культура развития лидерства на всех уровнях управления предприятия, которая базируется на компетенциях.

Научно обосновано, что предприятия, использующие лидерский подход к управлению развитием, усвершенствуя свою деятельность, становятся особенным объектом интереса национальных и иностранных партнеров, что может привести к созданию мощных форм сотрудничества. Это, в свою очередь, обеспечивает взаимовыгодный обмен технологиями, материальными ресурсами, информацией, опытом, позволяет повысить конкурентоспособность предприятия и создать абсолютно новую ценность для потребителя, в некоторых случаях даже уникальную продукцию.

Основными результатами внедрения лидерского подхода к управлению развитием предприятия определены:

- прозрачность и понятность ценностных ориентаций предприятия руководителям, персоналу, потребителям и партнерам, что соответствует современным принципам корпоративной социальной ответственности;
- повышение эффективности взаимоотношений в сфере производственного, торгового и научного сотрудничества с другими предприятиями;
- повышение продуктивности труда и рентабельности предприятия за счет координации деятельности и выбора оптимальных методов достижения целей;
- увеличение доли на рынке, поскольку реализация данного подхода может позволить повысить лидерский потенциал предприятия (бизнес-превосходство);
- достижение высокого уровня лояльности у потребителей.

Сделано вывод, что лидерский подход к управлению позволяет обеспечить достижение долгосрочных целей развития предприятия через реализацию стратегических изменений, необходимых для более эффективного осуществления хозяйственной деятельности в условиях неопределенности и динамичности факторов внешней среды, при сохранении достаточной меры гибкости и маневренности.

Список литературы:

1. Hodlin S. The Road to Business Excellence: The Integrated Quality System Way [Электронный ресурс] / S. Hodlin. – Режим доступа: <https://ru.scribd.com/document/249401090/ALHodlinS>
2. Rowe W.G. Strategic Leadership: Short-Term Stability and Long-Term Viability [Electronic resource]/ W.G. Rowe, M.H. Nejad. – Mode of access: <http://iveybusinessjournal.com/publication/strategic-leadership-short-term-stability-and-long-term-viability/>

## **УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ В СФЕРЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК КАК ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ**

*Мухаметзянов Р.М., студент  
Ульяновский государственный университет*

Воздушный транспорт (авиаперевозки) – это неотъемлемая часть общей системы мировой экономики, которая на сегодняшний день является ее наиболее динамично и успешно развивающейся отраслью. Во многом это связано с тем, что индустрия авиационных существенным образом связана с развитием мировой торговли.

Влияние репутационного риска на развитие, функционирование и конкурентоспособность отечественных авиаперевозчиков постоянно возрастает и усиливается в результате постоянного усиления и ужесточения конкурентной борьбы между авиакомпаниями, а также существования довольно скептического и негативного отношения общественности к отечественной гражданской авиации. Следовательно, без четкого понимания сущности и особенностей репутационного риска, а также без продуманного и адекватно

организованного стратегического управления данным классом рисков предприятие авиационной отрасли обречено на банкротство.

В связи с выше изложенным, актуальность проблемы с научной и практической точки зрения обусловлена объективной потребностью в исследовании сущности и особенностей репутационного риска как одного из ключевых факторов конкурентоспособности, а также разработке теоретических и методических основ управления данным риском в пределах всего предприятия.

В современных жестких рыночных условиях предприятия находятся в прямой зависимости от общества, а точнее от степени доверия и лояльности к ним со стороны различных групп общественности (стейкхолдеров, целевой аудитории) – это субъекты восприятия предприятия, с которыми оно соприкасается в процессе осуществления своей деятельности и, которые оказывают существенное влияние на достижение предприятием своих целей и на его работу в целом. В отношениях с некоторыми заинтересованными группами для предприятия важны краткосрочные взаимодействия, а с другими — продолжительные.

Наиболее важными группами стейкхолдеров являются те группы, чей вклад (работа, капитал, ресурсы, покупательная способность, распространение информации о предприятии и т. п.) является основой успеха или краха предприятия – это: персонал (включая руководство предприятия), потребители, акционеры и инвесторы, бизнес – партнеры, конкуренты, СМИ, органы власти (чиновники и законодатели), представители экспертного (аналитического) сообщества, общественные организации [3]. В связи с этим, большое внимание стало уделяться имиджу и репутации, так как сегодня именно положительный имидж и хорошая репутация становятся определяющими в рыночной среде, обеспечивая предприятию высокий общественный рейтинг и финансовый успех [2].

Сильное влияние данных факторов на предприятия отрасли авиаперевозок связано с тем, что авиауслуги не имеют физической формы и, следовательно, не видны потребителю непосредственно. Об их качестве клиент в большей степени судит по тому впечатлению, которое предприятие у него вызывает; на основе образа, который создается вокруг предприятия. Следовательно, чтобы иметь успех на рынке и быть конкурентоспособной авиакомпания должна иметь узнаваемый и хорошо воспринимаемый имидж, репутацию надежного перевозчика и достойного партнера в глазах общественности, которые должны помочь победить конкурентов авиакомпании и быть настолько убедительными, чтобы у пассажира не возникало сомнения, пользоваться ли услугой данной компании или нет [1].

Несмотря на то, что авиационный транспорт является, безусловно, стратегической индустрией для России, тем не менее, его предприятия имеют явные проблемы с собственным позиционированием. Это подтверждают результаты анализа аналитических материалов ГосНИИГА и делового авиационного портала АТО.ru, которые свидетельствует, что в настоящее время среди общественных масс широко распространены достаточно негативные

устойчивые предубеждения, носящие системный характер и формирующие неверное представление о состоянии и тенденциях развития АВПК России в целом и отрасли коммерческих пассажирских авиаперевозок в частности.

Общественность очень недовольна работой отечественных авиакомпаний, а именно их сервисом и комфортом, предоставляемым потребителям. Это связано с тем, что качество услуг российских авиаперевозок страдает за счет мелких деталей: незначительных неисправностей кресел, аудиосистем, недостаточного профессионализма бортпроводников, ограниченности меню и бара. И как бы наши авиаперевозчики ни старались за границей их продажи низки, за исключением стран вроде США или Германии, где велики русские диаспоры [1].

Следовательно, можно утверждать, что в настоящее время не учитывать данный вид риска просто опасно, и менеджменту предприятий необходимо профессионально и грамотно осуществлять управление репутационным риском. В связи с этим, существует объективная необходимость в изучении существующих методов и подходов по его управлению.

Проведенный анализ особенностей и текущего состояния современного АВПК РФ показал, что предприятия его трех важнейших отраслей взаимосвязаны между собой, а результативность их деятельности и перспективы развития всего АВПК РФ в сфере коммерческих пассажирских авиаперевозок напрямую зависят от их совместной отраслевой политики, проводимой отечественными авиаперевозчиками, так как, если не будет спроса на авиаперевозки или некому будет летать, то все проекты в области коммерческой гражданской авиации (особенно развитие и модернизация авиастроения, инфраструктурные проекты), в том числе и государственные, будут никому не нужны и окажутся просто пустой тратой денег и времени. Однако сегодня в приоритетах государственной политики в области развития АВПК в основу положены интересы авиастроителей, а не перевозчиков и пассажира, а сам авиационный транспорт рассматривается по остаточному принципу к остальным видам транспорта.

Анализ существующих подходов и методов управления рисками в целом и репутационным риском в частности показал, что они малоэффективны, незначительны или вовсе невозможны для данного риска в силу его специфики и слабой изученности. Напрямую общеизвестные методы и подходы могут применяться для совершенствования деятельности предприятия в целом, а также для улучшения его отдельных бизнес – процессов и реализации различных операций. Однако, чтобы процесс управления репутационным риском был эффективен и давал серьезный положительный результат необходимо, строить деятельность предприятия в области управления данным риском на основе постоянного и креативного использования различных инструментов, методов и приемов высокоразвитого целенаправленного маркетинга, а также его гармоничного сочетания с адекватным менеджментом предприятия.

Список литературы:

1. Бадалова А.Г., Коробко М.О. Концептуальная модель управления репутационным риском промышленного предприятия // Вестник МГТУ «Станкин». – 2013. – № 4 (27). – С. 115-118.
2. Коробко М. О. Анализ и систематизация основных методов и подходов к управлению репутационными рисками предприятий // Управление риском. 2014. – № 1. – С. 2-5.
3. Куклев С.Е., Гильмитдинов Ш.Г., Качагина О.В. Управление социальной деятельностью организаций в рамках процессно-ориентированного управления // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 6. – С. 614–621.

## **ВЕДЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РОСТА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА**

*Е.А.Рожкова, И.О. Колодий, студенты  
Ульяновский государственный университет*

Как известно, состояние экономики определяется набором показателей, и целью любого государства является их улучшение. Проанализировав многие из них, можно заметить, что большую роль играет качество рабочей силы, повышать которое можно при помощи инвестиций в человеческий капитал граждан. Это особенно важно для инновационного развития как всей страны, так и отдельных регионов, так как трудовой потенциал граждан напрямую влияет на объемы производства, качество продукции и экономику вообще.

Человеческий капитал можно определить как определенные знания, умения, приобретенные человеком в ходе развития и увеличивающие его трудоспособность. Условно его можно разделить на две составляющие: здоровье и образование. Безусловно, состояние здоровья является тем фактором, который каждый человек может не только самостоятельно отслеживать, но и контролировать. Способом формирования, поддержания и совершенствования здоровья и работоспособности человека является ведение здорового образа жизни.

Культура здорового образа жизни, по мнению С.А. Крылатова [1, с.28], – это способ жизнедеятельности, система социальных механизмов, формирующих мотивацию личности к сохранению и укреплению здоровья, зависящая от типа господствующей культуры, природного и социального окружения, а также модели социальной политики государства и традиций. Из данного определения следует, что на образ жизни любого человека влияет множество факторов как внутренних, так и внешних. Рассмотрим, какой образ жизни в основном ведет население России через призму двух факторов: физической активности и здорового питания.

Как показали исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения [2], доля россиян, с той или иной периодичностью занимающихся спортом, существенно выросла (с 52% в 2014 г. до 61% в 2015 г.), достигнув максимума за девять лет (44% в 2006 г.). Регулярно тренируются 16% опрошенных, еще 24% делают физические упражнения время от времени и 21% - довольно редко. Молодежь (87% от 18 до 24 лет), обучавшиеся в ВУЗах (71%), а также опрошенные с высоким достатком (72%) более активны, чем

люди пенсионного возраста (42%), малообразованные (44%) и малообеспеченные (54%).

Правильно питаться старается каждый второй опрошенный (51%), треть респондентов (36%) употребляет в пищу полезные продукты. Прежде всего это жители Москвы и Санкт-Петербурга (51%), люди с высоким достатком (46%), высшим образованием (42%), а также активные пользователи сети Интернет (41%). Каждый седьмой (15%) соблюдает диету, которую они либо выбрали самостоятельно (10%), либо в соответствии с рекомендациями врача (5%). Те же, чей рацион никак не ограничен, объясняют это по-разному: 27% говорят, что не жалуются на здоровье, и поэтому едят все, что хотят, тогда как 20% заявили, что материальное положение не позволяет им особо задумываться при выборе продуктов питания.

На основе вышеприведенных данных можно сделать вывод, что население Российской Федерации за последние годы стало больше заботиться о своем здоровье. Несомненно, такая тенденция является благоприятной и для населения, и для государства, ведь здоровая и трудоспособная нация может стимулировать экономический рост. Однако результаты такого интереса к здоровому образу жизни проявятся лишь в долгосрочной перспективе, ведь, как известно, инвестиции в человеческий капитал проявляются не сразу же, а через десятки лет.

Список литературы:

1. Крылатов С.А. Культура здорового образа жизни // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2013. №4 (51);
2. Скажем спорту «да»?!. Пресс-выпуск №2837 // Всероссийский центр изучения общественного мнения, 19.05.2015: электрон. ресурс. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115256> (дата обращения: 28.09.2016).

## **ИНВЕСТИЦИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ИННОВАЦИЯ БАНКОСТРАХОВАНИЯ**

*А. В. Романова, к.э.н., доцент, Ю.С.Тараканова, магистрант  
Ульяновский государственный университет*

Для банков рынок банкострахования остаётся привлекательным. Несмотря на тот факт, что доля посредников в структуре расходов страховщиков не изменилась, значение посредников увеличилось. При этом участие кредитных организаций на страховом рынке остаётся дорогим и значимым: банки занимают третье место после страховых организаций и страховых брокеров по доле совокупной величины вознаграждения (см. рис. 1.).

Традиционным драйвером страхового рынка является страхование жизни, премии по которому по данным ЦБ РФ достигли во втором квартале 2015 года 16,4% [1]. Оживление рынка кредитования привело к некоторому повышению доли кредитного страхования в сегменте страхования жизни – на страхование заемщиков во втором квартале 2016 года приходится 17,1% собранных премий против 15,4% [2] кварталом ранее. Опорой рынка, является некредитное страхование клиентов банков, увеличившись на 42,5% [3].





Источник: Банк России

Рис. 1. Структура распределения вознаграждения посредникам.

В пользу перспективы в отношении некредитного банковского страхования говорит и сокращение разрыва между сферой кредитного и некредитного страхования до 10% в 2015 году. За счет сокращения портфелей кредитных страховщиков крупных игроков на рынке стало меньше, а концентрация – выше. Во втором квартале 2016 года тенденция сохранилась: уменьшается количество страховщиков при повышении концентрации рынка (премии для топ-20 за второй квартал 2016 года составляют по данным регулятора почти 80%). Наибольшая доля взносов (46%), полученных через банки, приходится на трех страховщиков: ООО СК «Сбербанк страхование жизни», ООО СК «ВТБ Страхование» и Страховая группа «Альфастррахование», доля которых за 2015 год составила 71%.

Некредитное банкострахование в 2015 году продолжило рост, который составил 24,7 млрд. руб., объем сектора - 82,7 млрд руб. Основным источником роста является инвестиционное страхование. Уверенный расширения присутствия банков на рынке ценных бумаг (таблица 1), а также тот факт, что общее число клиентов банков-профессиональных участников за первые три месяца 2016 года увеличилось на 40%, количество активных клиентов – на 67%, подтверждает выводы.

Так, по данным Банка России, на программы с участием страхователя в инвестиционном доходе страховой организации приходится 75,9% [4] взносов по страхованию жизни за II квартал 2016 года (53,2% кварталом ранее). По сравнению с показателями рентабельности по иным видам страхования (3,5%), скользящий годовой коэффициент рентабельности инвестиций по страхованию жизни во втором квартале 2016 года находится на достаточно высоком уровне и составляет 8,7%. Таким образом, для вкладчика инвестиционное страхование жизни становится весьма привлекательным инструментом размещения средств на фоне снижающихся ставок по депозитам, вызванных, в том числе, недавним снижением ключевой ставки до 10% (рынок депозитов ещё не в полной мере отреагировал на подобное изменение).

Таблица 1 [5].

Структура вложений кредитных организаций в ценные бумаги <sup>1</sup>

	1.01.15		1.01.16		1.04.16		1.07.16		1.08.16	
	млрд. руб.	в % к итогу	млрд. руб.	в % к итогу	млрд. руб.	в % к итогу	млрд. руб.	в % к итогу	млрд. руб.	в % к итогу
<b>Объем вложений - всего</b>	<b>9 506,1</b>	<b>100,0</b>	<b>11 573,4</b>	<b>100,0</b>	<b>11 663,9</b>	<b>100,0</b>	<b>11 457,2</b>	<b>100,0</b>	<b>11 580,0</b>	<b>100,0</b>
- в рублях	6 721,7	70,7	7 317,8	63,2	7 551,8	64,7	7 455,6	65,1	7 528,9	65,0
- в иностранной валюте	2 784,4	29,3	4 255,7	36,8	4 112,1	35,3	4 001,6	34,9	4 051,1	35,0
Из них:										
Ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	1 700,5	17,9	1 691,8	14,6	1 678,7	14,4	1 796,8	15,7	1 736,0	15,0
- в рублях	1 089,0	11,5	1 003,1	8,7	1 003,9	8,6	1 095,2	9,6	1 099,6	9,5
- в иностранной валюте	611,5	6,4	688,8	6,0	674,8	5,8	701,5	6,1	636,5	5,5
Ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи	4 210,4	44,3	5 024,4	43,4	5 156,6	44,2	5 195,3	45,3	5 352,6	46,2
- в рублях	2 751,2	28,9	2 851,0	24,6	3 013,2	25,8	3 069,7	26,8	3 128,7	27,0
- в иностранной валюте	1 459,2	15,4	2 173,4	18,8	2 143,4	18,4	2 125,7	18,6	2 223,9	19,2
Ценные бумаги, удерживаемые до погашения	2 224,1	23,4	3 188,9	27,6	3 037,9	26,0	2 919,9	25,5	2 924,4	25,3
- в рублях	1 512,5	15,9	1 797,2	15,5	1 745,9	15,0	1 747,4	15,3	1 740,0	15,0
- в иностранной валюте	711,6	7,5	1 391,7	12,0	1 292,0	11,1	1 172,6	10,2	1 184,4	10,2
Портфель участия в дочерних и зависимых акционерных обществах	1 365,9	14,4	1 662,2	14,4	1 782,1	15,3	1 536,3	13,4	1 553,0	13,4
- в рублях	1 365,2	14,4	1 661,5	14,4	1 781,4	15,3	1 535,6	13,4	1 552,3	13,4
- в иностранной валюте	0,7	0,0	0,7	0,0	0,7	0,0	0,7	0,0	0,7	0,0

В рамках программ инвестиционного страхования жизни взнос клиента по программе страхования делится на две части: первая размещается в высокодоходные инвестиционные инструменты (базовые активы) и позволяет клиенту получить потенциально неограниченный инвестиционный доход за счет роста стоимости базового актива; вторая часть размещается в безрисковые инвестиционные инструменты, что позволяет защитить вложенные средства на случай негативного сценария на фондовом рынке.

Инвестиционная часть управляется в соответствии с выбранной стратегией инвестирования. Так, Сбергательный банк РФ предлагает следующие направления инвестирования средств [6]: в акции компаний индекса РТС, основного индикатора Российской экономики; в акции первого эшелона компаний США; глобальный фонд облигаций, составленный из четырех облигационных фондов крупнейших американских и британских инвестиционных домов; в золото; в акции компаний сектора новых технологий (телекоммуникации, интернет и т.д.); в акции ПАО Сбербанк; в комбинированную сырьевую корзину, составленную из: продуктов агросектора, промышленных металлов, топлива и благородных металлов; в недвижимость

Страховые компании и банки (как мы выяснили ранее, именно им страховщики обязаны ростом продаж) сегодня по сути продают инвестиционное страхование жизни клиентам как своего рода структурный продукт со 100-процентным возвратом капитала, рассчитанный на широкий круг частных клиентов. Возврат 100% средств обеспечен гарантийным фондом (страховой частью). Здесь, как правило, используются банковские депозиты. Гарантированная доходность по этим продуктам не высока — в районе 2% либо отсутствует вовсе.

Этим страховые полисы напоминают структурные ноты — продукты с полной или частичной защитой капитала, доступные состоятельным клиентам подразделений private banking. Действительно, клиентам с небольшим объемом накоплений (до 1400 тыс. руб., гарантированных выплатами АСВ) такой продукт может быть неинтересен. Однако, профит инвестиционного страхования для клиентов банков будет способствовать популяризации представленного направления, так как выплаты по страхованию жизни не облагаются налогом на доходы, по взносам можно получить налоговый вычет — 13% (на сумму до 120 тыс. руб.). Итак, клиенты, покупающие такие продукты, получают ряд преимуществ: гарантированный возврат капитала, возможная высокая доходность по инвестициям (выше депозитных ставок), налоговые льготы. Безусловно, риски присутствуют (вложения не включены в систему страхования вкладов, досрочное расторжение договора не допускается, долгосрочность проекта), но взаимный, как минимум тройственный, интерес банков, страховщиков и вкладчиков позволяют прогнозировать расширение такого нового для российских банков сектора как инвестиционное страхование жизни.

## **К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*И.Б. Романова, д.э.н., профессор,  
Е.В. Бугрова, Е.Д. Караваикина, студенты  
Ульяновский Государственный Университет*

Ульяновская область по праву считается одним из наиболее прогрессивно развивающихся регионов, входящих в Приволжский федеральный округ в составе Российской Федерации. В настоящее время Ульяновская область является крупным центром машиностроения и местом пересечения логистических маршрутов федерального и международного уровня. Основная цель развития системы инноваций Ульяновской области представляет собой создание развитой инфраструктуры в инновационной сфере деятельности региона.

Ульяновская область обладает высоким инновационным потенциалом благодаря уже имеющейся и эффективно действующей научно-технической базе региона. Также большим плюсом является наличие на его территории исторически сформировавшихся промышленных предприятий, занимающих устойчивые позиции.

Благотворное влияние на развитие инновационного потенциала региона оказывает успешно реализуемая политика Правительства области в сфере развития высоких технологий и сфер промышленности.

Касаемо перспектив экономического развития региона следует отметить, что с наибольшей вероятностью основной упор будет сделан на отрасли, сформированные и хорошо показавшие себя еще в советское время, а также на активно создаваемые в последние годы новые производства.

К первым можно отнести авиа- и автомобилестроение, а также производство автокомпонентов, станкостроение, ядерные технологии.

В последние же годы активно привлекались инвестиции в сферы инвестиционных и нанотехнологий.

Иными словами, можно сказать, что ведётся работа по формированию новой диверсифицированной экономики, работающей на инновационной технологической базе. На начальных этапах в основе процесса лежали производственные ресурсы, заложенные еще в советский период.

На сегодняшний день в Ульяновской области созданы не только территории устойчивого экономического роста, но и точки инновационного развития, которые работают на всю экономику региона.

В этом есть свои плюсы как для предприятий, так и для потребителей. Для производителей – это отличная возможность поднятия своей конкурентоспособности за счёт введения высоких технологий, а также повышение уровня заработной платы своих сотрудников.

Плюсом для потребителей является наличие на региональном рынке большого выбора новых продуктов с лучшими потребительскими свойствами.

В наибольшей степени ульяновские инновационные компании продвинулись в медицинской сфере, а именно ранней диагностике и лечении, пищевой промышленности, повысив уровень безопасности и определения качества продукта. Большие успехи делаются в строительной индустрии, дорожном строительстве.

Хотелось бы отметить основные точки роста, которые в будущем станут направляющими развития сферы инноваций Ульяновской области.

Несомненно, особое внимание следует уделить Наноцентру, офисные площадки которого на сегодняшний день загружены на все 100%, а лаборатории на 95%. Уже идёт речь о его расширении его территорий и сфер деятельности.

Особенно востребованы разработки Наноцентра в авиа- и автомобилестроении, строительстве, сфере товаров народного потребления. По инициативе Наноцентра в Ульяновской области был создан Инжиниринговый центр, основной задачей которого является разработка и внедрение в производство композитных материалов, которые незаменимы в авиастроении и автомобилестроении. Данный центр позиционируется, как универсальный и уже привлёк к себе внимание руководства страны.

Также следует отметить региональные авиационные и ядерно-инновационные кластеры. Вокруг данных объединений образуются технопарки, инжиниринговые центры, создавая тем самым развитую инновационную инфраструктуру.

Не так давно в г. Димитровграде была запущена лаборатория многоуровневого моделирования материалов и процессов.

При Ульяновском государственном педагогическом университете начал работать Научно-исследовательский центр проблем биоэкологии и биотехнологии, который тесно связан с ядерно-инновационным кластером нашего региона.

С появлением данного центра появилась возможность проводить новейшие фундаментальные и прикладные исследования.

Основная роль прикладных исследований отведена медицинской сфере, и работа Центра уже сейчас достаточно востребована в системе здравоохранения.

В Ульяновской области идёт активное привлечение к инновационной деятельности детей и молодёжи, для этого в 2014 году был открыт Центр молодёжного творчества. Он рассчитан на разные возрастные группы. Открытие данного Центра – большой шаг к формированию нового технологически мыслящего поколения, а значит большой шаг в будущее Ульяновской области.

Также сегодня в приоритете развитие инфраструктурных проектов, таких, как промышленная зона «Заволжье». К созданию индустриальных парков привлекаются не только федеральные, областные, но и частные инвестиции.

Сначала данный подход был опробован на крупных проектах, а сейчас внедряется и в муниципальных образованиях за пределами Ульяновска.

В заключении хотелось бы отметить, стратегия инновационной политики в регионе, направленная на развитие научных исследований, увеличений объёмов производства и реализации наукоёмкой продукции, а также решений социальных проблем при помощи новейших технологий, даёт свои положительные результаты и ведёт Ульяновскую область по пути устойчивого экономического развития.

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ**

*Г.Н. Рязанова, ассистент*

*Государственный университет управления*

Одним из ключевых факторов, влияющих на развитие региона, является обеспеченность энергией промышленности и быта Федерального субъекта. На сегодняшний день, в России наблюдаются серьезные проблемы в отрасли энергетики - стремительное устаревание производственных мощностей при отсутствии масштабных инвестиций. Несмотря на статус России как энергетической сверхдержавы, некоторые регионы нашей страны испытывают энергетический голод. Высокие цены на энергоресурсы, опасность нестабильного обеспечения энергией, в некоторых случаях отсутствие централизованного электроснабжения снижают темпы развития региона. Поэтому на сегодняшний день вопрос энергетического обеспечения является чрезвычайно актуальным. Для региона очень важно создать энергетическую систему, работающую без сбоев, с минимальными затратами и с выработкой энергии, удовлетворяющей потребности предприятий и обеспечивающей достойный уровень жизни населения. Помимо большого количества традиционных энергетических ресурсов, Россия обладает огромным объемом возобновляемых источников энергии (ВИЭ), которые могут частично или

полностью заместить традиционные энергоресурсы в отдаленных регионах и регионах, не имеющих достаточные электроэнергетические мощности.

С каждым годом все больше стран в мире используют альтернативную энергетику, расширяя рынок альтернативной генерации и промышленное производство ВИЭ-генераторов. Даже резкое снижение цен на нефть не изменили общую положительную динамику, хотя, снизили ее темпы: инвестиции в ВИЭ в Европе увеличились менее, чем на 1%, до \$ 57,5 млрд. долл. Однако Китай на 39% превысил сумму инвестиций до 83,3 млрд. долл. К 2014 году, когда США только - 38,3 млрд. долл. (снижение 7%) Превысила собственные показатели 2013 г. и Япония - до 35,7 млрд долл. (10%) Значительно выросли инвестиции в альтернативную энергетику в развивающихся странах - на 36% до 131, 3 млрд. долл.: Бразилия (\$ 7,6 млрд), Индия (\$ 7,4 млрд), Южная Африке (\$ 5,5 млрд), более 1 млрд. долл. - Индонезия, Чили, Мексика, Кения, Турция. [1]

Россия обладает 45% мировых запасов природного газа, 13% - нефти, 23% - угля, 14% - урана. Очевидно, что такие показатели по традиционным энергетическим ресурсам обеспечивают энергетическую безопасность России. Однако, в определенных случаях, альтернативная энергетика может дать возможность регионам выйти на новый виток развития, решить их энергетические, экологические и социальные проблемы. 2\3 территории уникальной страны с уникальными природными ресурсами находятся в зоне вечной мерзлоты, плотность населения которой очень низка, но, в целом, оно составляет 22-25 млн. человек. Обладая 12,8% территории Земли, в России проживает только 2,8% мирового населения. Это осложняет как добычу энергоресурсов, так и решение вопроса энергообеспечения населения и предприятий труднодоступных районов страны, где невозможно централизованное снабжение потребителей электрической энергией. Большая часть территории Севера и Арктической зоны Российской Федерации находится в зоне децентрализованного электроснабжения, угроза энергетической безопасности в этих регионах стоит особенно остро, для таких специфических случаев необходима оптимизация топливно-энергетического баланса, обеспечение независимости энергообеспечения. Потенциала для единых энергосистем в трудноотдаленных районах нет и нет возможности объединить энергообъекты в сети. Основные пути решения этой проблемы – строительство локальных атомных станций и освоение и развитие новых энергоисточников - использование альтернативных источников энергии.

В России огромный потенциал у биоэнергетики, поскольку важно, что добыча биоресурсов не связана с большими затратами, которые находятся непосредственно рядом с предприятиями региона: органические и бытовые отходы, осадки сточных вод, древесные отходы, отходы пищевой промышленности и др. В Северо-Западном регионе хорошо развита целлюлозно-бумажная промышленность, что можно использовать для энергообеспечения региона, используя опыт Финляндии, которая 20% энергии получает из древесных отходов.

Однако, наиболее целесообразно использовать ВИЭ-генерацию в регионах, где развит аграрный сектор: агропромышленные предприятия являются производителями возобновляемого энергетического ресурса, который можно использовать на энергообеспечение региона. Сейчас сельскохозяйственные отходы перерабатываются только на 28%, причем с использованием устаревших технологий, что в три раза меньше, чем в странах ЕС. Однако, сегодня есть очень эффективные ВИЭ-технологии метангенерации, перспективы которых очень высоки, поскольку их применение позволяет получать тепловую и электрическую энергию и органические удобрения, а, значит, решать проблему плодородия почвы и получать экологически чистую продукцию растениеводства. За счет внедрения этих технологий, можно в два с лишним раза увеличить долю сельского хозяйства в российской экономике и прокормить не только Россию, но и еще 1,5 миллиарда человек. [2, с.6].

Для экономики регионов внедрение технологий альтернативной энергетики окажут весомое влияние:

- на снижение себестоимости продукции предприятий регионов;
- на создание механизма естественного повышения плодородия почв региона и увеличение урожайности сельскохозяйственных культур;
- на решение проблем экологической безопасности регионов;
- на полное энергетическое обеспечение регионов.

Безусловно, альтернативная генерация в России не станет системообразующей, однако, в определенных случаях, ее использование является эффективным и целесообразным механизмом для повышения экономического потенциала регионов России.

Список литературы:

1. United Nations Environment Program (Nairobi) 31 march 2015 Africa: Renewables Re-Energized - Green Energy Investments Worldwide Surge 17 Percent to U.S.\$270 Billion in 2014 <http://allafrica.com/stories/201504011586.html>
2. Трофимов Н.А. Проблемы использования биоэнергетических технологий. Наука за рубежом. Ежемесячное обозрение. Институт проблем развития науки РАН. Май 2013 №22, 19 с.
3. Рязанова Г.Н. Институциональные аспекты альтернативного энергообеспечения предприятий в народном хозяйстве: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 080005: защищена 12.02.2016: утв. 23.06.2016: М., 2016. - 175 с.

## **ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

***А. Б. Саввина, студент, И.М. Кублин, д.э.н., профессор***

*Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

В настоящее время большинство развитых в области экономики и промышленности стран связывают достижение стабильности и эффективности своих внутринациональных экономических показателей с переходом на инновационный путь развития. Основными факторами экономического роста региона и целой страны становятся внедрения в производственный процесс

инновационных технологий, новых продуктов и т.п. Государственная стратегия инновационного развития даже в период нестабильных экономических условий позволяет с меньшими издержками преодолеть последствия дестабилизационных процессов в экономике.

Инновационные проекты при высоких предпринимательских рисках требуют большого объема инвестиций, поэтому инновационное обновление и модернизация не могут осуществляться без государственной поддержки. В рамках бюджетного финансирования науки государство контролирует решение проблем, которое недоступно рыночной экономике. Приоритетно финансируя фундаментальную науку, без результатов которой нельзя провести технологическое обновление, и, следовательно, государством задаются темпы экономического роста.

Инновационная активность промышленных структур любого региона требует проведения специального аналитического исследования, которое предполагает анализ показателей инновационной деятельности[3], а также формирование структур управления указанной деятельности в более длительном периоде на мезоуровне. Рассмотрим состояние инновационной активности в Саратовском регионе.

Саратовская область входит в состав Приволжского Федерального округа. Объем отгруженных инновационных товаров, работ, услуг собственного производства в 2014 году составил 8484,8 млн. руб. или 2,5% от общего объема отгруженной продукции, что на 35,62 % ниже по сравнению с 2013 годом (к сожалению, более свежие данные Федеральной службы государственной статистики отсутствуют).[1]

Необходимо отметить, что за анализируемый период времени их число сократилось на 18 %, что неблагоприятно сказывается на развитии инновационной деятельности в регионе.

Наиболее важными для экономического развития являются технологические инновации, которые представляют собой конечный результат инновационной деятельности, выраженный усовершенствованным или новым продуктом, который пользуется спросом на рынке. В Саратовской области затраты на технологические инновации в 2014 году уменьшились по сравнению с 2013 годом на 28,83 %, а по сравнению с 2012 – на 45,65 %. Можно сделать вывод, что столь сильная тенденция снижения затрат на технологические инновации негативно оказывает влияние на инновационное развитие всего региона.

Что касается разработанных передовых производственных технологий, то в 2012 году по Саратовской области их было внедрено 21, в 2013 году – 22, а в 2014 году – 20. В 2014 году Саратовская область находилась на 19 месте по количеству разработанных и внедренных передовых производственных технологий среди субъектов Российской Федерации. Численность персонала, занятого научными разработками и исследованиями, за анализируемый период в Саратовской области снизилась на 11%. Но удельный вес персонала с ученой степенью составляет почти 26 % и по этому показателю регион входит в первую десятку среди субъектов Российской Федерации.





Рисунок 1. Затраты на технологические инновации Саратовской области в 2012-2014 годах

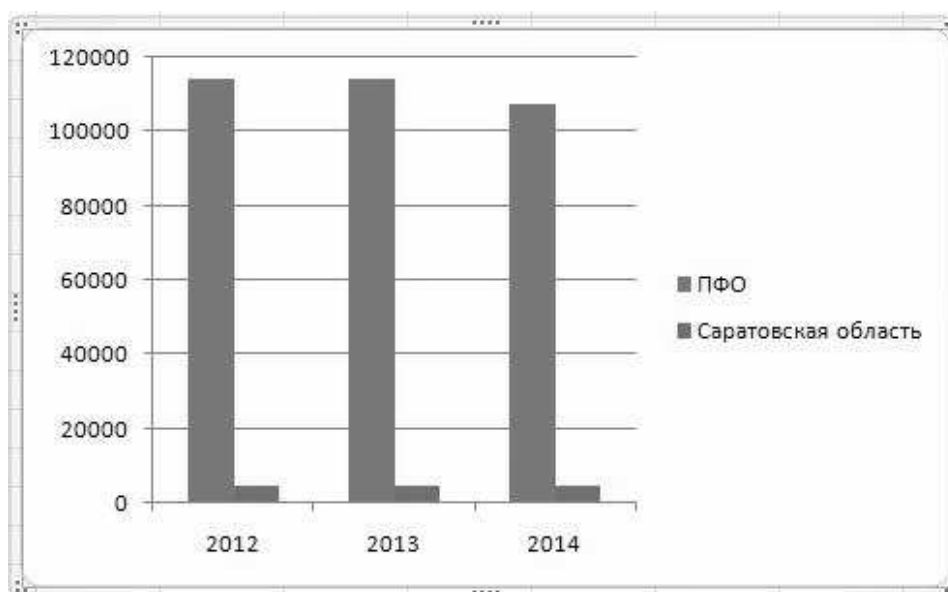


Рисунок 2. Численность персонала, занятого исследованиями и разработками по Саратовской области, 2012-2014 годы

Федеральная служба государственной статистики определяет основные проблемы развития инновационной деятельности Саратовской области, которые можно разделить на три группы: экономические, производственные, организационные.[2] На основании экспертных оценок, ранжировав их по степени значимости, среди экономических факторов, характерных для Саратовской области, выделяют следующие:

- недостаток у предприятий собственных денежных средств;
- недостаточное финансирование инновационной деятельности со стороны федеральных и региональных органов власти;
- высокая стоимость нововведений и высокий риск.

Среди производственных факторов:

- недостаток квалифицированных кадров, в том числе и в области инновационных технологий;
- низкий инновационный потенциал;
- недостаток информации о потребностях рынка и отсутствие обратной связи с потребителями в отношении новой продукции.

Среди организационных факторов:

- существование в инновационном цикле разрыва (фундаментальные исследования – НИОКР – выпуск конкурентоспособной продукции, которая востребована на рынке);
- отсутствие автономных организаций, которые осуществляют весь инновационный цикл.

Отрицательная тенденция отдельных показателей инновационной активности сказалась и на месте Саратовской области в «Рейтинге инновационной активности регионов», опубликованном Национальной ассоциацией инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ) за 2015 год. Несмотря на то, что Саратовская область находилась на 22 месте в списке «высокой инновационной активности» (в списке «очень высокой инновационной активности» оказались г. Москва и Республика Татарстан), по сравнению с результатами 2013 г. регион потерял сразу 5 позиций.[4]

В инновационную инфраструктуру региона входят такие организации, как «Бизнес-инкубатор Саратовской области», научно-исследовательский Региональный ресурсный центр «Инноватика», Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере, а также совет по науке и инновациям. Задача последней структуры – выстроить четкое взаимодействие науки, производства и органов власти, что в конечном итоге будет содействовать экономическому развитию региона.

Промышленный комплекс Саратовской области – один из ведущих в экономике Поволжского Федерального Округа и представлен различными отраслями, в том числе металлургией, машиностроением, химическим производством, стекольной промышленностью. Превалирование в структуре промышленного производства высокотехнологичных видов, а именно: производство электрооборудования, оптического и электронного оборудования во многом определит увеличение объемов производства инновационной продукции в регионе.

В этой связи развитие имеющегося промышленного потенциала региона с использованием конкурентных преимуществ являются одной из главных целей Правительства Саратовской области в перспективе.

Список литературы:

1. Саратовская область в цифрах – 2015: Краткий статистический сборник/ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. Саратов, 2016 – 263 с.
2. Федеральная служба государственной статистики: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
3. Кублин И.М., Аракелова И.В. Маркетинг лояльности – инновационная концепция современного маркетинга// Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2014.№3(03).С.42-47.
4. <http://www.nair-it.ru/>

## **АУТСОРСИНГ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ**

*А. А. Сазанова, магистрант*

*Государственный университет управления*

Отличительной особенностью современной хозяйственной практики является активное распространение проектной деятельности. Отличительной характеристикой проекта является его ограниченность во времени и пространстве [1, с. 20], нацеленность на конкретный формально выраженный результат. Проектная подсистема стала важной составляющей экономической системы в целом, поскольку ее продуктом является «преобразование самой экономической системы» [1, с. 21]. Таким образом, проектная деятельность в большинстве случаев связана с инновациями, которые, в свою очередь, сопровождаются рисками. Это означает, что все стороны, участвующие в реализации проекта заинтересованы в снижении рисков проектной деятельности.

Проекты присутствуют во всех сферах деятельности производственной и непроизводственной деятельности, как коммерческой, так и в сфере социального предпринимательства [3], поэтому совершенствование теории и практики управления проектами, подготовка высококлассных специалистов в этой сфере [5] актуальны для успешного развития экономики страны в целом. С точки зрения теории и практики стратегического менеджмента [4] компании могут реализовывать проекты различными способами: самостоятельно, опираясь на собственные материальные, человеческие, когнитивные ресурсы, или осуществлять их на основе аутсорсинга. В первом случае компания должна иметь в своей структуре команду, сосредоточенную на проекте и наделенную всеми необходимыми ресурсами, что может потребовать отвлечения человеческих, материальных, финансовых и других ресурсов от текущей деятельности, а также увеличить риски. Во втором случае, компания несет определенные финансовые расходы, но снижает риски, связанные с отвлечением ресурсов от текущей деятельности и с реализацией самого проекта. Последнее достигается за счет привлечения команды профессионалов, обладающих необходимым методологическим, теоретическим и практическим арсеналом. Исследование практики аутсорсинга проектов [2] показывает, что в нем заинтересованы как крупные, так и средние российские и международные частные компании, а также органы государственной власти различных уровней.

Рынок проектных услуг в России активно развивается, что свидетельствует об интересе бизнеса к проектной деятельности, об относительно небольших входных барьерах на рынок проектных услуг, а также о том, что управление проектами – перспективная сфера для малого и среднего бизнеса.

В российской хозяйственной среде можно увидеть как уже зрелые, опытные компании, специализирующиеся на управлении проектами, например, «Проектная практика» (Москва, официальный сайт: <http://pmpractice.ru>), так и

молодые, динамично развивающиеся, например, «Монитор Директ» (Москва, официальный сайт: <http://www.monitordirect.ru>) и др. Данные компании имеют отделения / офисы и в регионах, что позволяет говорить о развитии деятельности проектных компаний в стране в целом. Сравнительный анализ деятельности российских проектных компаний, находящихся на разных стадиях жизненного цикла позволяет выявить развитие направлений их деятельности. На примере компании «Монитор Директ» мы видим, что молодые проектные компании, как правило, начинают свою деятельность с создания call-центра, что позволяет оказывать клиентам такие услуги как «Виртуальный офис», «Прием заказов», «Проведение социологических опросов» и др. Клиентами таких компаний являются банки, страховые компании, а также торговые и производственные компании, заинтересованные в продвижении на рынок нового товара. Отдельные проекты могут быть кратко- и среднесрочными, но повторяющимися и потому сотрудничество с конкретным клиентом – средне и долгосрочным. Компании в стадии зрелости, такие как «Проектная практика», предлагают клиентам более масштабные по охвату и глубине проекты, к которым относятся: управление инвестиционным портфелем, управление выделенным проектом, управление программами, консалтинговые услуги, управление проектным офисом. Зрелые проектные компании уделяют внимание развитию стратегического планирования и управления, используя как зарубежный, так и российский опыт. Солидная методологическая, теоретическая и практическая подготовка персонала подтверждается, как правило, международной сертификацией. Клиентами зрелых проектных компаний являются крупные производственные компании, банки, финансовые и страховые компании, органы государственной власти, министерства и ведомства. Независимо от этапа жизненного цикла проектные компании оказывают своим клиентам услуги в формате аутсорсинга, что требует от обеих сторон осознания преимуществ и недостатков данной формы ведения бизнеса. Основным аргументом для заказчика, на наш взгляд, является гарантированный результат, но на практике поставщик может отвечать только за своевременность и фактическое выполнение действий, определенных договором. Поставщик заинтересован так выполнить эти действия (подготовить отчет, разработать план реагирования на риски, сформировать календарный план работ, провести оценку и выбор подрядчика, провести совещание и т.д.), чтобы заказчик получил ожидаемый результат [2]. Достижение гарантированного результата достигается за счет привлечения опытных специалистов (подбор и найм осуществляет аутсорсер), экспертного потенциала самой компании-аутсорсера, гибкого ценообразования и дополнительных сервисов (например, обучения персонала и др.). Поскольку и заказчик, и поставщик услуги действуют в условиях информационной асимметрии, но заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве, между ними формируется «отношенческий» контракт, что увеличивает институциональный капитал [6] обеих сторон и снижает риски.

Таким образом, исследование российской практики управления проектами показало: 1) проектная деятельность неразрывно связана с

инновационной; 2) аутсорсинг позволяет снижать проектные риски; 3) аутсорсинг управления проектами активно распространяется в российской практике; 4) аутсорсинг – эффективный инструмент не только проектной, но инновационной деятельности российских компаний. Следовательно, развитие аутсорсинга управления проектами содействует инновационному отечественного бизнеса как на региональном, так и на федеральном уровне.

Список литературы:

1. Клейнер Г.Б. Эволюция ведущих парадигм современной экономической науки / Г.Б. Клейнер. // Институциональная экономика и современное управление [Текст]: монография / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера : Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2016. – 362 с. – С. 10-29. - ISBN: 978-5-215-02813-1.
2. Козодоев М. Аутсорсинг управления проектами: что должен знать заказчик и уметь поставщик / М. Козодоев. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pmpractice.ru/knowledgebase/publications/?id=1208&detail=Y> (дата обращения: 26.09.2016 г.).
3. Маркова М.В. Социальное предпринимательство: цели и ценности / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова. // Экономика и управление в машиностроении. – 2014. - № 4 (34). – С. 61-62.
4. Рожкова Е.В. Стратегический менеджмент: становление и развитие. / Е.В. Рожкова, А.А. Сазанова. // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. - № 5. – С. 201-203.
5. Сазанова С.Л. Бизнес-образование, институт предпринимательства и предпринимательская деятельность в современной России / М. В. Маркова, С. Л. Сазанова // Управление. - 2016. - №. 1 (11). - С. 79-83. DOI: 10.12737/18797.
6. Сазанова С.Л. Институциональный капитал предприятия / С.Л. Сазанова. // Системная экономика, экономическая кибернетика, мягкие изменения в экономических системах. Сборник трудов конференции. / Под ред. Г.Б. Клейнера и С.В. Прокопчиной. – М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2015. – 398 с. – С. 201-203.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗА**

*Ш. Г. Гильмитдинов, старший преподаватель*

*Ульяновский государственный университет*

Высшие учебные заведения уже сегодня могли бы стать центрами системной интеграции инновационной активности в России.

Инновационный потенциал ВУЗа, отражающий ресурсную и результативную составляющие деятельности высшего учебного заведения, является основой успешного сотрудничества с предприятиями реального и финансового секторов экономики, а так же эффективного участия в государственных и международных грантах.

Организационные инновации – новые организационные структуры и институциональные формы в области образования. В процессе формирования и развития инновационного потенциала, ВУЗ перестает быть только научно-образовательным центром. Он трансформируется в особый учебно-научно-инновационный комплекс, взаимодействующий с инновационной инфраструктурой в виде НИИ, опытно-конструкторских производств, конструкторских бюро, научных и научно-производственных центров, центров подготовки и переподготовки кадров, технопарков, инновационно-технологических центров, бизнес-инкубаторов, малых и средний инновационных и наукоемких предприятий и частных предпринимателей.

Основой формирования инновационного потенциала высшего учебного заведения является слаженное функционирование инновационной системы высшей школы, которая представляет собой организацию субъектов и объектов инновационной деятельности, взаимодействующих в процессе создания инноваций на единых организационных принципах, определяемых стратегией инновационного развития ВУЗа.

К субъектам инновационной деятельности высшей школы относятся структурные подразделения университетов, юридические лица (новые организационные формы инновационных процессов, организации различных организационно-правовых форм деятельности и формы собственности, органы государственной власти, органы местного самоуправления) и физические лица, занимающиеся инновационной деятельностью в процессе реализации стратегий инновационного развития высшей школы.

К объектам инновационной деятельности высшей школы относятся новые способы организации деятельности, новые технологии, новые продукты, интеллектуальная собственность, инновационные проекты и процессы, инновационные программы и проекты, по поводу которых возникают экономические и правовые отношения между субъектами инновационной деятельности высших учебных заведений.

Инновационный потенциал ВУЗа в первую очередь характеризуют компетентность участников научно-исследовательской деятельности:

- качественный состав профессорско-преподавательского состава (ППС);
- актуализация научной деятельности ППС (число публикаций и их цитируемость в ведущих журналах, отнесенные к единице приведенного штатного состава преподавателей и единице времени);
- эффективность работы аспирантуры (процент защитившихся в срок до трех лет после окончания аспирантуры);
- организационная активность в научно-исследовательской сфере (объем научных грантов, контрактов, договоров с внешними заказчиками на единицу приведенного штатного состава ППС и единицу времени);
- признанная результативность научно-исследовательской деятельности (число зарегистрированных открытий, патентов, сертифицированных разработок)
- отраслевая сертификация – на единицу приведенного штатного состава ППС и единицу времени).

Вторым важным фактором, определяющим инновационный потенциал вуза, является его инфраструктура в части, ориентированной на инновационную деятельность:

- наличие в структуре вуза отраслевых (базовых) кафедр, решающих задачи обеспечения кадрами отраслей (процент отраслевых кафедр в структуре вуза);
- специализированные подразделения вне стандартной образовательной структуры, решающие задачи доведения инновационных идей до промышленных разработок (конструкторские бюро, студенческие научные общества, инновационные технопарки, бизнес-инкубаторы и пр.);
- объем финансовых потоков за год, проходящих через данные подразделения по отношению к годовому бюджету вуза);
- эффективная информационная система (годовой трафик системы на одного человека, включая всех учащихся и сотрудников вуза).

Третьим фактором инновационного потенциала является стратегия развития вуза, его нацеленность на перспективные задачи. Оценочными параметрами этого важного компонента могут служить:

- структура подготовки, принятая в вузе (доля инновационных образовательных программ);
- структура венчурного инвестирования проектов вуза (доля средств, направляемых на перспективные разработки); – стратегические ориентиры, принятые коллективом вуза (оценка внутреннего климата вузовского коллектива).

Прямым измерением инновационного потенциала вуза должен быть совокупный финансовый показатель доходов выпускников вуза (за определенный срок, например, пять лет) и доходов вуза от его собственной научно-инновационной деятельности (за тот же срок), отнесенный к

совокупным инвестициям в образовательный процесс и организацию научно-инновационной деятельности (за тот же период). Однако подобные измерения требуют создания в вузе верифицируемой системы мониторинга успешности выпускников, позволяющей проводить эффективную ее оценку.

Так же существенной является проблема обеспечения ВУЗов инновационными ресурсами, к которым относятся:

- ППС (квалификация, профессиональная подготовка, обучаемость, инновационность), магистранты, аспиранты и докторанты, участвующие в инновационной деятельности;
- достигнутый уровень реализации различных инновационных программ;
- соответствие организационных структур и систем управления задачам развития инновационного процесса;
- кодифицированное знание, в части нематериальных активов представленное патентами, ноу-хау, прототипами, лицензиями, компьютерными программами и др.;
- научно-технический задел в виде незавершенных инновационных проектов;
- основные фонды, участвующие в инновационном процессе;
- финансовое обеспечение инновационной деятельности.

Данная проблема должна решаться с целью формирования благоприятных условий для осуществления университетом консалтинговой деятельности на коммерческих условиях. А это требует создания на базе ВУЗа научно-образовательного центра, в чьи задачи, помимо получения дохода и налаживания сотрудничества с коммерческими структурами различных секторов экономики, должно входить содействие интеграции научного и образовательного потенциала научных организаций.

## **ГРУППА РИСКА КАРЬЕРНОЙ ГОТОВНОСТИ СТУДЕНТА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

***Е.В. Мамонтова, магистрант***

*Ульяновский государственный университет*

Современная экономическая ситуация в России делает задачу освоения социально-экономического и культурного пространства, встающую перед каждым молодым человеком, особенно сложной: динамичное развитие рынка предъявляет все более высокие требования к выпускникам средних специальных и высших учебных заведений. В этой связи актуальной проблемой стоит трудоустройство молодого специалиста, ключевым фактором которого является его готовность к построению карьеры.

Под самой карьерной готовностью понимают установку решить жизненно важные задачи в рамках карьерного продвижения и карьерного роста. [3, с. 2]



Исходя из уровня развитости карьерной готовности среди выпускников, выделяют перспективных, чей уровень очень высок, благоприятных, у кого высокий уровень, малоперспективных со средним уровнем и группу риска, обладающую низким уровнем готовности к построению карьеры.

Выделяют следующие проблемы студентов, составляющих группу риска: [2, с. 94]

— Неосознанность карьерных ориентаций и стремление следовать принятым в данном профессиональном сообществе нормам.

— Меркантильное отношение к построению профессионального пути, то есть ориентация исключительно на улучшение материального благосостояния, а не на профессиональное развитие.

— Личные особенности, препятствующие карьерной успешности: повышенная энергетическая возбужденность, некоторая фрустрированность и напряженность, беспокойстве, раздражительность, неуверенность в себе, склонность к депрессиям.

— Недостаточное владение технологиями построения карьеры.

Сегодня все чаще поднимается вопрос о необходимости усиления практико-ориентированного компонента образовательных программ [1, с. 52] для решения вышеперечисленных проблем. На наш взгляд, для этого необходима разработка технологий повышения профессиональной рефлексии и профессиональных компетенций, а также ориентация на зарубежный опыт карьерного менеджмента, проводимого высшими учебными заведениями.

Таблица 1

Для наглядности путей решения каждой проблемы, сформируем таблицу.

<b>Наименование проблемы</b>	<b>Способ устранения проблемы</b>
Неосознанность карьерных ориентаций	1. Законодательный - повышение престижа высшего образования - повышение порога проходных баллов на конкретную специальность вуза как на бюджетную основу, так и на внебюджетную 2. Психологический - регулярная работа с ценностными ориентациями студентов с помощью психологических диагностик 3. Управленческий - создание или оптимизация работы центров карьеры на базе учебного заведения с целью более тесного сотрудничества со студентами - регулярное карьерное консультирование студентов (вопросы карьеры, профессии, составление резюме, подготовка к собеседованию) - развитие нетворкинга в рамках вуза - информационная поддержка (электронная рассылка вакансий, стажировок и мероприятий центра карьеры) - организация презентаций работодателей «Карьера в ...» - организация семинара навыков - создание или оптимизация канала «студент-вуз-работодатель»
Меркантильное отношение к	1. Психологический

построению карьеры	- работа с фоном мотивации студента при помощи психологических диагностик 2. Управленческий -организация семинара навыков
Личные особенности, препятствующие карьерной успешности	1. Управленческий - оптимизация досуга студентов (организация мероприятий яркой студенческой жизни, увеличение числа адаптивных спортивных мероприятий)
Недостаточное владение технологиями построения карьеры	1. Управленческий - регулярное карьерное консультирование студентов (вопросы построения карьеры, профессии, составление резюме, подготовка к собеседованию) - плановые обучающие семинары - технология «История успеха» [1, с. 51]

Список литературы:

1. Гнедова С. Б., Михайлова И.В., Седунова А.С. репрезентации карьерной готовности на этапе профессиональной подготовки // Теория и практика общественного развития. - 2014. - № 5. - С. 49-52.
2. Лисовская Н.Б., Смолина Т.Л., Трощинина Е.А. Особенности формирования карьерной готовности в зарубежной системе профессионального образования // Профессиональное образование в современном мире. - 2012. - № 3 (6). - С. 93–100.
3. Миронова-Тихомирова А.С. Психологическая структура карьерной готовности выпускника вуза: автореферат дисс. ... кандидата психологических наук / Антонина Сергеевна Миронова-Тихомирова; Хабаровск , 2006. - 24 с.

## **МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЕ УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ**

*Д.М. Мангушов, магистрант  
Ульяновский государственный университет*

Сегодня сфера образования рассматривается как сфера услуг, как рыночные отношения между вузом, студентами, бизнесом и государством. В последнее время учебные заведения самостоятельно стремятся занять свое место на рынке. Развивается конкуренция, рынок становится нестабильным.

Все эти факторы способствовали развитию маркетинга, открытию маркетингового отдела в учебных заведениях. Учебным заведениям, как и другим участникам рынка, необходимо разрабатывать эффективную маркетинговую стратегию. Причем ВУЗ предлагает образовательные услуги и кадровые, то есть, получается работа 2х рынков одновременно – рынка образовательных услуг и рынка труда. На российском рынке образования возникает потребность формирования новой маркетинговой стратегии.

Финансирование вузов существенно сократилось, и сегодня, учебное заведение больше не надеется на традиционное финансирование. Большая доля финансирования приходится на рынок. Усиливается конкуренция, борьба за платных студентов, внедряются программы по адаптации и трудоустройству выпускников. Необходим комплексный подход к управлению производством и сбытом продуктов образовательных учреждений, формированию имиджа

учебного заведения. [1] К разработке стратегии следует применять индивидуальный подход, учитывая специфику вуза, особенности рынка труда. Важно долговременное сотрудничество учебного заведения с другими субъектами рынка, выявление его конкурентных преимуществ и ориентация на потребителей. В современной экономической ситуации успех от реализации маркетинговой стратегии зависит от опыта руководства, быстроты и качества внедрения антикризисного плана.

Высшие учебные заведения функционируют в нестабильной внешней среде, поэтому маркетинговые стратегии должны учитывать действие ряда факторов. Выделяются следующие стратегии:

Стратегия экономии издержек направлена на существующие услуги и рынки, разрабатывается теми подразделениями вуза, чей рынок продолжает развиваться или еще не насыщен. Это стратегия “низкого риска”.

Стратегия развития рынка – стратегия высокого риска. Она эффективна, если вуз стремится расширить свою сферу действия путем проникновения на новые рынки со своими образовательными продуктами и услугами, которые существуют долгое время.

Стратегия разработки новых образовательных услуг, которая нацелена на разработку новаций для сложившихся и давно освоенных рынков. Для вуза она связана с высокой степенью риска.

Стратегия диверсификации. Она используется при необходимости уйти от устоявшегося набора образовательных продуктов; а также в том случае, если вуз хочет оживить свои рынки, находящиеся в состоянии застоя. Здесь возможна разработка, как новых услуг, так и формирование новых рынков. Эта маркетинговая стратегия является наиболее рискованной.

При правильном применении маркетинговой стратегии, на наш взгляд, работа внутри заведения строится так:

Ректор и другие представители высшего руководства тесно сотрудничают с линейными руководителями. Таким образом, выполняется основная функция заведения – предоставляется качественное образование.

Постоянно проводится анализ деятельности ВУЗа, выявляются его сильные и слабые стороны, возможны ресурсы развития учреждения.

Изучаются политические, экономические, социальные, демографические и культурные факторы и условия. То есть учитывается внешняя среда, анализируется целевая аудитория, выявляются пути ее поиска. Изучается международный опыт и опыт вузов-конкурентов. [2].

Список литературы

1. Ошин Е.С. Взаимодействие Вузов и предприятий в сфере научно-технического сотрудничества, обучения и повышения квалификации персонала. - [Электронный ресурс]. - URL: [http://www.krona.edu.ru/publication/img3/O\\_vsaimo.pdf](http://www.krona.edu.ru/publication/img3/O_vsaimo.pdf) (дата обращения 7.06.2015)
2. Рисин И.Е. Расширение форм сотрудничества ВУЗов и бизнеса как основа развития инновационного потенциала: опыт для России // Российско-Германский центр трансфера технологий – Официальный сайт. 29 апреля 2009 [Электронный ресурс] URL: <http://www.it-expo.org/de/2009-04-29-11-17-26-/3-2009-04-29-11-16-21/7-2009-04-29-12-09-58> (дата обращения: 24.06.16).

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УНИВЕРСИТЕТА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

*А.Д. Хайруллина, к.э.н., доцент,  
А.И. Мингазова, Я.Ф. Хайруллина, магистранты  
Казанский федеральный университет*

Современная экономика характеризуется возрастанием роли человеческого потенциала как неотъемлемого фактора конкурентоспособности современной инновационной экономики. Качество профессиональных кадров определяет качество жизни, социального развития и уровень экономического роста региона. Сегодня одним из наиболее распространенных методов непрерывного повышения качества всех организационных процессов, производства и сервиса является внедрение системы менеджмента качества (СМК), опирающейся на принципы всеобщего менеджмента качества (TQM). Проанализируем опыт формирования системы менеджмента качества в зарубежных вузах на примере университета Висконсина-Стаут.

Университет Висконсина-Стаут (UW-Stout), США. В 2001 году данный университет первым среди высших учебных заведений во всем мире был удостоен национальной премии им. Мальколма Болдриджа за успешное внедрение системы менеджмента качества в образовательный процесс. Начиная с 1992г. UW-Stout начал постепенно вводить в практическую деятельность университета элементы системы управления качеством. Внедрение СМК сопровождалось интенсивными тренингами, посвященными обучению персонала в сфере менеджмента качества, введением показателей производительности труда и пр. На втором этапе преподаватели и сотрудники университета начали применять в учебной и повседневной деятельности такие методы управления качеством, как командная работа, процессный подход, принятие решений на основе фактов. В 1998г. UW-Stout для улучшения показателей качества перешел на следующую ступень развития СМК, подав заявку на премию им. М.Болдриджа. Принцип постоянного улучшения, на который опирался UW-Stout, проиллюстрирован на рис.1 [1].

Согласно руководству данного университета, возможности для постоянного совершенствования идентифицируются с помощью трех основных методов:

- ✓ через стратегическое и ежегодное планирование;
- ✓ путем самооценки деятельности вуза методом Болдриджа [2] и организацией обратной связи с заинтересованными сторонами;
- ✓ через регулярные обзоры, проводимые образовательным комитетом (Educational Support Unit Review Committee (ESURC)).

Проанализируем деятельность университета Висконсина-Стаут на соответствие критериям премии им. М.Болдриджа [3]:

1. Руководство. Создание культуры качества в образовательном учреждении возложено на Консультативный Совет Ректора (UW-Stout's Chancellor's Advisory Council), который сформирован для управления

университетом и включает 19 представителей, избранных среди студентов, преподавателей, научных сотрудников, административного персонала и т.д.

2. Стратегия планирования качества. UW-Stout осуществляет ежегодный процесс комплексного планирования, ориентированный на выравнивание соотношения приоритетных задач университета и распределения необходимых ресурсов.



Рис. 1. Процесс совершенствования образовательного процесса, реализуемый в университете Висконсина-Стаут (UW-Stout).

3. Фокус на студентов, заинтересованных сторон и рынок труда. UW-Stout постоянно проводит многочисленные опросы, чтобы определить уровень удовлетворенности и ожидания студентов и ключевых стейкхолдеров. Опросы, проводимые вузом – ACT Student Opinion Survey («Исследование мнений студентов»), the National Survey of Student Engagement («Национальные

исследования студенческой вовлеченности»), а также ежегодные выпускников, работодателей и Совета Регентов.

4. Информация и анализ. В университете Висконсина-Стаут реализована интегрированная информационная система «Datatel», обеспечивающая преподавателям и сотрудникам возможность широкого доступа к базе данных. Комитеты, советы и целевые группы принимают решения, основываясь на информации, полученной в системе «Datatel».

5. Человеческие ресурсы. Все преподаватели и сотрудники вуза активно включаются в работу учебных комитетов, советов и проектных групп, которая затрагивает деятельность подразделений, колледжей и департаментов университета. Это могут постоянные комитеты, например, Комитет по учебной программе, Комитет по кадровой политике. Этот критерий оценивает успешность качественного вовлечения внутренних клиентов вуза для совершенствования образовательного процесса.

6. Процессный менеджмент. UW-Stout осуществляет систематические совершенствования процессов, касающиеся вопросов разработки, внедрения и анализа учебных программ и работы вспомогательных служб.

7. Результаты качества. UW-Stout отслеживает динамику таких ключевых показателей качества образования, как уровень удовлетворенности студентов процессом обучения, коэффициент размещения, коэффициент удержания числа абитуриентов, т.е. будущих клиентов университета. Также выявляются определенные закономерности и тенденции относительно финансового результата хозяйственной деятельности вуза и информации о кадрах.

В результате, согласно опросам, скорость трудоустройства выпускников увеличилась на 98%, 99% опрошенных работодателей хорошо оценили уровень подготовки выпускников, 90% выпускников заявили, что хотели бы получить образование в этом университете снова.

Таким образом, одним из путей повышения степени соответствия вуза инновационным потребностям региона является проведение, в рамках внедрения СМК, самооценки вуза, в частности, на соответствие критериям М. Болдриджа. Следует отметить, что процесс совершенствования управления качеством в вузе должен, основываясь на содержательной сущности СМК, учитывать специфические особенности учебного заведения. Такой подход к внедрению СМК обеспечивает достижение целевых приоритетов вуза в рамках осуществляемой деятельности.

Список литературы

1. University of Wisconsin Stout. P.1 Organizational Description: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uwstout.edu/about/mba/upload/01Overview.pdf>
2. Премия по качеству Мэлкома Болдриджа: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tqm.spb.ru/3\\_baldrige.shtml](http://www.tqm.spb.ru/3_baldrige.shtml)
3. UW-Stout Baldrige Award News Release: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.uwstout.edu/about/mba/news\\_release.cfm](http://www.uwstout.edu/about/mba/news_release.cfm)

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ВУЗА**

*В.Н. Шаповалов, к.э.н., доцент,  
М.С. Александрина, Р.Р. Хаертдинова, студенты  
Ульяновский государственный университет*

В силу различных причин, всё большую актуальность приобретают исследования, посвященные содержательному наполнению и методам оценки социокультурных компетенций студентов профессиональных образовательных учреждений. В теории и на практике используют разные подходы к определению самого названия данных компетенций и их сущностной характеристики. По нашему мнению, название «социокультурные компетенции» отвечает, с одной стороны, содержанию государственных образовательных стандартов, в которых используется термин «общекультурные компетенции», а с другой, может вместить в себя все те требования к поведению человека в конкретном социуме, которые встречаются в реальных условиях корпоративного управления. Поэтому в данной публикации, речь идет о новом подходе к оценке поведенческих характеристик студентов, в контексте требований, предъявляемых со стороны профессиональной культурной среды конкретного вуза.

В настоящее время практика образовательной деятельности в отечественных вузах только нарабатывает опыт оценки социокультурных компетенций студентов. Поэтому представляют интерес результаты экспериментов, проводимых в данной области в различных вузах страны. В данной работе рассмотрены некоторые новации в подходе к разработке оценочных инструментов для социокультурных компетенций студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению «управление персоналом» в Ульяновском государственном университете. Эксперимент проводился на протяжении четырех лет в рамках освоения дисциплины «Компетентностный подход в управлении персоналом», изучаемой на третьем курсе.

В качестве учебного задания перед учащимися была поставлена задача разработки модели социокультурных компетенций для студентов данного профиля и её апробации в качестве оценочного средства при определении уровня развития рассматриваемых компетенций у студентов всех курсов, обучаемых по данной специальности.

Новизна подхода заключается в следующем. При разработке модели студенты рассматриваются как эксперты, имеющие достаточно большой опыт ролевого поведения в качестве учащихся по данной специальности. Этот опыт и находит свое отражение в структуре создаваемой модели, что позволяет говорить о такой модели, как о вполне реальной, а не формальной. При разработке модели активно применяется командный метод работы, что повышает объективность получаемых результатов. По результатам апробации,

в первоначальную модель вносятся коррективы, связанные чаще с уточнением определений рассматриваемых компетенций, а не их составом.

После проведения всего цикла исследований полученная модель может рассматриваться как вполне операбельный инструмент для применения на практике, при проведении оценочных процедур на указанной специальности в данном вузе. Что и соответствует требованиям учета специфики корпоративной культуры рассматриваемой профессии, сложившейся в конкретном вузе.

Первоначальный вариант модели компетенций, безусловно, может и должен дорабатываться по мере её практического использования в качестве оценочного средства в процессе целенаправленного развития корпоративной культуры вуза.

Данная модель может применяться также при проведении профориентационных мероприятий в школах, в качестве одного из инструментов оценки профессионально значимых качеств кандидатов в будущие студенты.

По мнению студентов, участников данного эксперимента, указанный подход помогает более объективно взглянуть на уровень развития своих компетенций и определить направления их дальнейшего развития.

Опыт участия в разработке, ориентированного на практику, метода оценки, помимо получения профессиональных знаний и навыков способствовал приобретению и совершенствованию таких качеств, как умение работать в команде, коммуникабельность, аналитическое мышление, способность к координации и самоконтролю, ответственность и планомерность в работе.

Список литературы.

1. Митрофанова А.Ю., Щеглова Е.Д., Шаповалов В.Н., Гильмитдинов Ш.Г. Опыт разработки моделей компетенций студентов управленческого профиля. // Креативная экономика-Выпуск 1(97), Январь 2015, С.101-110.



## **ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГА У СТУДЕНТОВ СОВРЕМЕННЫХ ВУЗОВ**

*Д.Д. Генералова, магистрант  
Ульяновский государственный университет*

К моменту выпуска из университета каждый студент в той или иной степени решает для себя, в какой сфере деятельности он хочет себя реализовать, и кем он хочет быть в дальнейшем. Большую роль в этом играет ВУЗ, который может оказать решающее воздействие и помощь студенту с выбором дальнейшей профессии. На данный момент все более популярными среди молодежи, обучающейся по маркетинговым направлениям, становятся профессии, связанные с интернет-маркетингом. Если открыть любой сайт или газету с вакансиями, то можно найти там достаточно большое количество предложений на такие должности как «Интернет-маркетолог», «Контент-менеджер», «SMM-специалист» и т.д. Практически все вакансии содержат в себе хорошие условия работы, достойную заработную плату, возможности карьерного и личностного роста. Но в ответ работодатели предъявляют и достаточно высокие требования к соискателям в данной области, и для новичков зачастую может найтись 1-2 вакансии, а то и не найтись совсем.

Существуют следующие проблемы, с которыми сталкиваются начинающие специалисты после окончания университета, решившие попробовать свои силы в сфере интернет-маркетинга: низкий уровень или полное отсутствие профессиональных знаний в области интернет-маркетинга, незнание основных базовых терминов, методов, правил и т.д.; недостаточный уровень владения стандартным набором компьютерных программ, особенно Microsoft Word и Microsoft Excel, которые активно используются в данной сфере, как минимум на уровне уверенного пользователя ПК; недостаточный уровень владения английским языком, что затрудняет работу во многих программах, не имеющих русскоязычной версии и аналогов; незнание интерфейсов программ, в которых приходится работать интернет-маркетологу («Яндекс.Директ», «Google Adwords», «Google Analytics» и т.д.); нежелание работодателей заниматься обучением молодых специалистов.

Для решения вышеперечисленных проблемы, необходимы серьезные решения в сфере профессионального образования и стимулирования молодых специалистов. [2, с. 84] Возможные пути, которые помогли бы молодым специалистам, еще будучи студентами вуза, освоить азы интернет-маркетинга, представляются следующими:

- введение в вузах дисциплины «Интернет-маркетинг», в рамках которой студенты будут получать базовые знания в данной области, знакомиться с основными методами работы и продвижения в Интернете, изучать интерфейсы базовых программ;

- на дисциплинах, связанных с информационными технологиями, больше внимания уделять работе в офисных программах, особенно в программе Microsoft Excel, так как этот инструмент является одним из важнейших в работе с большими объемами данных, с которыми приходится сталкиваться интернет-маркетологам, и большую часть времени работать нужно именно в этой программе;

- для студентов, которые учатся на специальностях, связанных с маркетингом, на дисциплине «Английский язык» следует больше внимания уделять современным маркетинговым терминам, понятиям, в том числе и в области интернет-маркетинга, так как практически весь профессиональный сленг интернет-маркетологов состоит из слов англоязычного происхождения;

- организовывать для студентов встречи с работодателями из сферы Digital, чтобы они заблаговременно могли знать, какие требования будут предъявляться к ним на выходе из ВУЗа, на что следует уделять больше внимания, какие навыки и умения совершенствовать;

- на дисциплинах, связанных с маркетингом и рекламой, помимо классических инструментов и теорий, следует уделять внимание и современным направлениям развития данных областей для сокращения разрыва между теорией маркетинга и практикой;

- приглашать на семинары действующих специалистов в области интернет-маркетинга для проведения различных практических занятий, тренингов и мастер-классов, которые также могут задать определенный вектор развития студентам;

- организовать информационную поддержку студентам, интересующимся интернет-маркетингом, в том числе делать анонсы тематических мероприятий, тренингов, мастер-классов, курсов (платных и бесплатных), которых в Ульяновской области проводится немало, так как сектор электронной торговли и интернет-маркетинга достаточно активно развивается.

Список литературы.

1. Зюзина Н.Н., Парышева А.И. Интернет-маркетолог как престижная и доходная профессия в условиях новой России // Экономика и социум. – 2016. – №4. – С. 757-759.
2. Рожкова Е.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ульяновск: УлГУ, 2011. – 234 с.
3. Самутина А.В. Профессия интернет-маркетолог: ожидания и реальность // ВУЗ и реальный бизнес. – 2016. - №1. – С. 147-154.

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

*Ю.Н. Захарова, к.э.н., доцент, В.В. Кнапп, магистрант  
Ульяновский государственный университет*

Кризисные явления в современной российской экономике требуют разработки и применения новых подходов к мотивации персонала организаций, сохранения их приверженности организации и, соответственно, лояльности.

В условиях быстрого развития рыночной экономики, которая характеризуется глобальной конкуренцией, информатизацией, интернетизацией и множеством других явлений, ключевым фактором становятся человеческие ресурсы. На сегодняшний день Россия переживает продолжительный период экономического кризиса, что не может не повлечь за собой негативные изменения структуры и содержания рынка труда, в частности такого значимого показателя как безработица. Сравним на графике безработицу за период с 2011г. -2015 г.

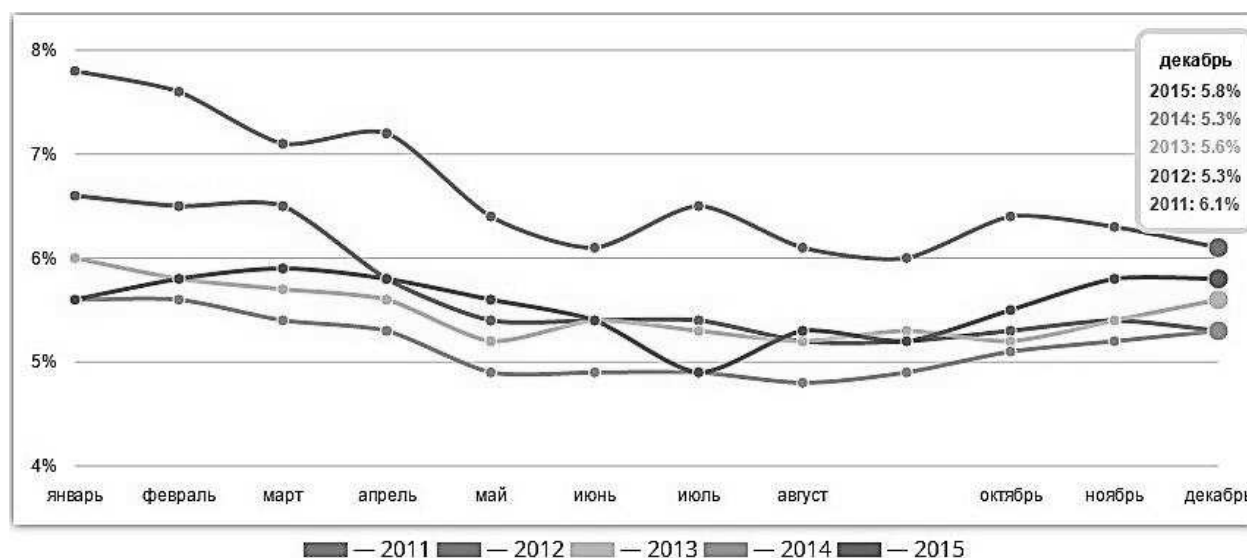


Рис.1. «Графическое представление уровня безработицы в Российской Федерации на период с января 2011г. по декабрь 2015г., в %». [1]

Исходя из выше представленных данных, можем констатировать наличие тенденции дальнейшего повышения уровня безработицы, а, следовательно, и потребность в обеспечении лояльности персонала при выборе рабочей платформы в условиях кризиса.

При этом важно учесть, что процесс формирования лояльности персонала берёт своё начало ещё на этапе поступления абитуриента, а затем обучения студента в ВУЗе, который является потенциальным работником в перспективе. Именно в этот период региональные и муниципальные власти могут оказать влияние на повышение уровня результативного трудоустройства в регионе, что, как правило, влечёт за собой и повышение уровня лояльности персонала. Необходимо вводить на региональном уровне свои профильные программы, направленные на распознавание профессиональных склонностей будущего специалиста, вовлечение его в будущую профессию и закрепления знаний, для дальнейшего, более рационального и системного перехода от абитуриента к студенту и от студента к работнику [2, с.49]. Однако, при учёте факторов, способствующих формированию лояльности персонала, стоит обратить

внимание не только на политику государства и региональных властей, но и на политику самих организаций, предоставляющих рабочую платформу. Именно политика организации-работодателя есть ключевое звено в выборе того или иного места работы. Данный механизм взаимодействия подробно представлен на рисунке 2.

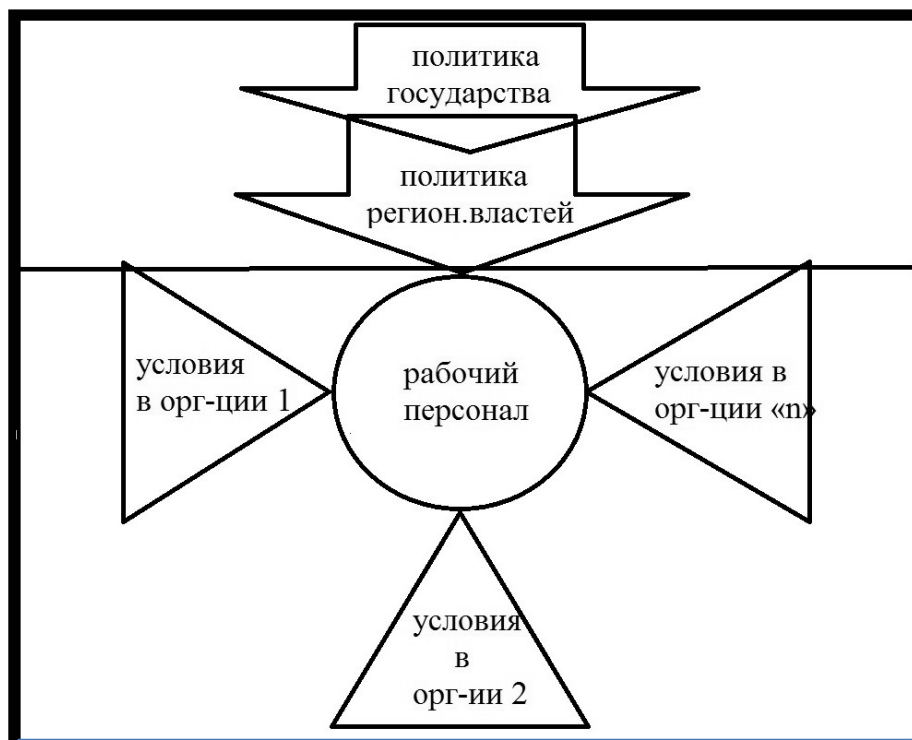


Рис.2. «Влияние субъектов рынка на формирование лояльности рабочего персонала при трудоустройстве».

Рассмотрим подробнее влияние организаций на формирование лояльности рабочего персонала при трудоустройстве. Необходимо, на наш взгляд, подчеркнуть, что формирование лояльности персонала возможно только при условии реализации маркетинговой концепции управления персоналом [3, с.39.]. В этой связи рекомендуется проведение организациями профессионально - психологической диагностики сотрудника при устройстве на работу. Данная процедура позволит рассматривать его уже не как стандартную штатную единицу, а как индивидуальность с присущими неповторимыми личностными характеристиками и позволит достичь максимального уровня комфорта рабочей атмосферы. Такое мероприятие позволит менеджерам контролировать психологическую атмосферу в коллективе, наиболее эффективно и результативно формировать организационную структуру, свести к минимуму риск конфликтов в одном отделе. С применением данного комплекса действий руководитель облегчит себе задачу поиска ключевых точек мотивации работника. При условии соблюдения предложенных рекомендаций организация сможет перевести свой интеллектуальный капитал в материальную выгоду – достижение эффективности и результативности работы организации в целом.

Немаловажным ориентиром потенциального работника при трудоустройстве в условиях экономического кризиса является наличие стабильности организации. В данном контексте понятие стабильности организации включает

в себя целый ряд аспектов: устойчивость организации (отсутствие угрозы банкротства), предоставление социальных гарантий, возможность заключения долгосрочного контракта со своими работниками.

Таким образом, организация должна учитывать следующие аспекты своей политики для формирования высокого уровня лояльности персонала: стабильность предоставляемой рабочей платформы; возможность плавающего графика при фиксированной выработке; учёт и предварительное отслеживание психологических характеристик персонала; создание комфортного рабочего места; вовлеченность и осведомленность руководства относительно интересов персонала во вне рабочее время; предоставление социального пакета услуг.

Итак, ожидая повышения уровня лояльности персонала в условиях кризиса, организация должна быть готова к взаимным уступкам и поиску компромиссных решений. Проведение жёсткой политики навязывания собственных интересов в условиях нестабильности внешней среды неуместно.

Список литературы:

1. Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2016 года (по итогам обследования рабочей силы) // Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/37.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/37.htm) (дата обращения: 29.09.2016).
2. Рожкова Е.В., Багапова Р.И. Профориентационная деятельность как точка развития инновационного потенциала региона // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы Формирования: сборник трудов Всероссийской научной конференции с международным участием (секционные заседания) / под ред. Белого Е.М., Ивановой Т.Ю., Рожковой Е.В. – Выпуск 5. – Ульяновск: УлГУ, 2014. – 176 с.
3. Захарова Ю.Н. Особенности современной концепции маркетинга персонала в организации // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования: сборник трудов Всероссийской научной конференции с международным участием (секционные заседания) / под ред. Белого Е.М., Ивановой Т.Ю., Рожковой Е.В. – Выпуск 5. – Ульяновск: УлГУ, 2014. – 176 с.

## **ВИДЫ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ**

*А.М.Куракин, магистрант*

*Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

Первое основание может быть связано с уровнем осознанности тех правил и норм, которые лежат в основе кадровых мероприятий и, связанным с этим уровнем, непосредственного влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации. По данному основанию можно выделить следующие типы кадровой политики:

- Пассивная кадровая политика. Руководство не имеет программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий. Для такой организации характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, средств оценки труда и персонала, диагностики кадровой ситуации и т.д.
- Реактивная кадровая политика. Руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами негативного состояния в работе с персоналом, причинами и ситуацией развития кризиса: возникновение конфликтов,

отсутствие квалифицированной рабочей силы, отсутствие мотивации к труду. Кадровые службы развиты, но нет целостной программы прогнозирования развития персонала.

- Превентивная кадровая политика. Руководство имеет обоснованные прогнозы развития кадровой ситуации. Однако организация не имеет средств для влияния на нее. В программах развития организации содержатся краткосрочный и среднесрочный прогнозы потребности в кадрах, сформулированы задачи по развитию персонала. Основная проблема - разработка целевых кадровых программ.

- Активная кадровая политика. Это рациональная кадровая политика.

- Вторым основанием для формирования кадровой политики является принципиальная ориентация на собственный персонал или на внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава.

- Открытая кадровая политика характеризуется тем, что организация прозрачна для потенциальных сотрудников на любом уровне, организация готова принять на работу любого специалиста соответствующей квалификации без учета опыта работы в других организациях. Такая кадровая политика может быть адекватна для новых организаций, ведущих агрессивную политику завоевания рынка, ориентированных на быстрый рост и стремительный выход на передовые позиции в своей отрасли.

- Закрытая кадровая политика характеризуется тем, что организация ориентируется на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение происходит только из числа сотрудников организации. Такая кадровая политика характерна для компаний, ориентированных на создание определенной корпоративной атмосферы, формирование особого духа причастности.

Даже если у предприятия нет документа, отражающего кадровую политику, это не означает, что руководство не в состоянии на уровне коллектива управлять им эффективно. Администрация должна стремиться к этому. Эффективно управляя коллективом, руководство предприятия существенным образом повлияет на продуктивность своей деятельности. Это подразумевает заботу о надлежащем обучении, мотивации хорошей работы и решении проблем до того момента, как они станут угрожающими. Кроме того, следует позаботиться и о том, чтобы члены коллектива, наделенные полномочиями контроля и управления, также старались хорошо руководить своими подчиненными.

Анализируя имеющиеся в конкретных организациях типы кадровой политики, можно выделить две основы для их группировки.

Первая основа может быть связана с уровнем осознанности тех правил и норм, которые располагаются в основе кадровых мероприятий и, связанным с этим уровнем, непосредственного влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации. По данной основе можно выделить следующие типы кадровой политики, которые представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Виды кадровой политики

Само представление о пассивной политике кажется алогичным. Но мы можем столкнуться с ситуацией, в которой руководство предприятия не имеет ясно поставленной программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации отрицательных последствий. Для такого предприятия характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, средств оценки труда и сотрудников, диагностики кадровой ситуации в целом. Руководство в ситуации сходной кадровой политики работает в режиме быстрого реагирования на появляющиеся конфликтные ситуации, которые старается закрыть всякими способами, очень часто даже не приняв попыток понять причины и возможные последствия.

В русле реактивной политики руководство организации осуществляет наблюдение за симптомами отрицательного состояния в работе с сотрудниками, причинами и ситуацией развития кризиса: возникновение конфликтных ситуаций, отсутствие достаточно квалифицированных сотрудников для решения имеющихся задач, отсутствие мотивации к высокопродуктивному труду. Руководство организации предпринимает меры по устранению кризиса, ориентировано на осмысление причин, которые повергли к возникновению кадровых проблем. Кадровые службы таких предприятий, как правило, обладают средствами диагностики имеющейся ситуации и адекватной быстрой помощи. Хотя в программах формирования организации кадровые вопросы выделяются и рассматриваются специально, важнейшие трудности возникают при среднесрочном прогнозировании [1].

Механизмы, которыми может воспользоваться руководство в анализе ситуации, приводят к тому, что основы для прогноза и программ могут быть как рациональными (осознаваемыми), так и нерациональными (мало поддающимися алгоритмизации и описанию).

В ходе создания кадровой политики, в лучшем случае, нужно согласование следующих аспектов: разработка общих правил кадровой политики, установление приоритетов целей; организационно-штатная политика – планирование необходимости в кадрах, создание структуры и штатного списка, назначение, формирование резерва, переводение; информационная политика – создание и поддержка системы хода кадровой информации; финансовая политика – построение принципов разделения средств, обеспечение результативности системы стимулирования работы; политика развития сотрудников – обеспечение программы совершенствования,

профориентация и адаптация работников, запланированного индивидуального продвижения, создание команд, профессиональная подготовка и повышение квалификации; оценка результатов деятельности - рассмотрение соответствия кадровой политики и стратегии предприятия, выявление проблем в кадровой работе, оценка кадрового потенциала [2].

В зависимости от типа кадровой политики мероприятия будут иметь разнообразный характер. В кадровых политиках открытого типа упор ставится на вовлечение профессионалов со стороны, работу с внешней средой, а в кадровых политиках закрытого типа – на усиленную работу внутри организации, например проведение программ адаптации сотрудников; культивирование «философии фирмы»; создание нетрадиционных способов найма.

Список литературы:

1. Лаптева Е.В., Золотова Л.В. Статистические методы исследования в экономике. – Оренбург: ООО «ИПК Университет», 2013. – 171 с.
2. Лаптева Е.В., Золотова Л.В. Статистические методы оценки принятия управленческих решений. – Оренбург: ООО «ИПК Университет», 2015. – 115 с.

## **ПРОБЛЕМА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ**

***М.В.Морозова, магистрант***

*Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

За последнее десятилетие интернет стал неотъемлемой частью жизни для большинства населения. Сегодня любой современный человек хоть раз в день, для общения, работы или просто поиска нужной информации посещает сети всемирной паутины. Безусловно, интернет имеет огромное значение в современном мире и приносит большую пользу человечеству: как неиссякаемый источник информации, доступный способ приобретения навыков и знаний, как незаменимый помощник в работе и бизнесе, как средство проведения и планирования досуга, как место для знакомств и способ поддержания связи. Интернет облегчает выбор и покупку необходимых товаров и услуг, а также позволяет сэкономить на их приобретении...Однако, хотелось бы сказать об одном негативном последствии сопровождающем распространение интернета по миру – об интернет-зависимости. Психологи бьют тревогу и сравнивают феномен интернет- зависимости не иначе как с пристрастием к алкоголю и наркотикам. Поводы для беспокойства действительно имеются. В связи с обозначенной проблемой интернет – зависимости, которую некоторые ученые сравнивают не иначе как с пристрастием к алкоголю и наркотикам, было проведено социологическое исследование. Объектом анкетного опроса являются студенты Оренбургского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова. Предметом исследования – Интернет – зависимость среди молодежи.

Основным инструментом исследования является анкета, состоящая из 11 вопросов, которая позволяет решить поставленные задачи. В анкетном опросе



приняли участие 64 человека, т.е. 10% от общего количества студентов юридического факультета.

Анализ результатов анкетного опроса показал, что на сегодняшний день глобальной сетью Интернет пользуются все студенты. Об этом свидетельствуют данные, полученные в ходе исследования. Так все респонденты отметили, что пользуются Интернетом – 100%, не было таких ответов, где указали вариант ответа «нет», т.е. – 0%. Это говорит о том, что все студенты являются пользователями глобальной сети Интернет без исключения.

Еще одним фактором в пользу того, что Интернет занимает у человека много времени, а именно более 5 часов по данным опроса составил 50%, студенты которые проводят время в Интернете 4 – 5 часов в день – 23,43%, 2- 4 часа в Интернете проводят – 15,62%, менее 2 часов в день – 10,93%. . Это подтверждает, что большинство студентов проводят более 5 часов в день в глобальной сети Интернет и совсем незначительная часть студентов проводит свое время в Интернете не более 2- 4 часов в день.

По данным анкеты стало известно, что на вопрос «Какова ваша потребность в Интернете?» 4,68% - относятся равнодушно к Интернету, у 14,66% периодически возникает потребность выйти в Интернет, испытывают ежедневную потребность в Интернете – 76,56%, не представляют свою жизнь без интернета всего лишь – 9,37%.

В результате исследования стало известно, что молодые люди считают, что Интернет никак не влияет на общение с окружающими, так ответили 60 человек. На вариант ответа «с появлением Интернета стал(а) меньше общаться с друзьями» ответили 3 человека, а вот такой вариант ответа как «Интернет заменяет мне реальное общение» собрал малое количество респондентов, всего лишь 1 человек придерживается такого мнения.

Многие родители замечают, что их детям мешает учиться Интернет, а точнее постоянное времяпровождение в нем. Так вот, мы по интересовались у студентов влияет ли Интернет на их учебу или наоборот помогает учиться. Вариант ответа, что Интернет не влияет на учебу, составил 35,93%, а вот большинство респондентов имеют такое мнение, что Интернет помогает учиться – 53,12%, Интернет мешает учиться только 12,5% студентам. Такие данные подтверждают, что студентам Интернет помогает учиться, так как это наиболее быстрый и удобный источник получения информации.

Также немало значимым вопросом был вопрос о влиянии Интернета на здоровье. «Влияет незначительно», этот вариант ответа на первом месте – 42 человека. На втором месте, «здоровье значительно ухудшилось» – 12 человек. Третье место у варианта ответа «Интернет не влияет на здоровье» - 10 человек. Исходя из полученных данных, можно сказать, что большинство студентов всё-таки считают, что Интернет влияет на здоровье человека незначительно.

Далее последовал вопрос об отношении к Интернету студентов. Самым популярным ответом на вопрос стал «Интернет – полезное открытие» - 90,62%. На ответ «Всё равно на Интернет» ответили 3,12%. «Считаете Интернет бесполезной тратой времени» ответили 6,25%.

Интересным вопросом стал вопрос о том, как часто студенты пренебрегают сном, так как засиживаются допоздна в Интернете. 10 человек ответили, что никогда не засиживаются допоздна в Интернете. 5 человек ответили, что часто пренебрегают сном, проводя время в Интернете. Большинство респондентов отметили вариант ответа «редко», что составило 49 человек. А вот студенты, которые постоянно засиживаются допоздна, составило – 0 человек. Это очень радует, что студенты всё-таки не пренебрегают сном ради Интернета.

Далее мы задали вопрос о том, считают ли себя студенты зависимыми от Интернета. Многие респонденты не считают себя зависимыми людьми – 39 человек, а 23 человека затрудняются ответить на такой вопрос. Однако были получены данные о том, что 2 человека всё-таки считают себя зависимыми от Интернета.

Другой вопрос был о бесцельном времяпровождении в Интернете. Результаты показали, что самый популярный ответ был «иногда замечаю, что бесцельно провожу время в Интернете» - 62,5%, следующим по популярности ответом стал ответ «часто замечаю о бесцельном времяпровождении в Интернете» - 31,25%, на ответ «затрудняюсь ответить» ответили 6,25%.

Финальным вопросом для респондентов оказался вопрос, в котором почти все опрошенные ответили одинаково. Итак, откуда чаще всего студенты заходят в Интернет ответили «равнозначно, и с компьютера, и с телефона» - 60 человека, на ответ «с телефона» ответили 4 человека, а вот «с компьютера» ответили 0 человек.

Итак, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что все студенты непосредственно пользуются Интернетом. По мнению опрошенных, глобальная сеть Интернет помогает студентам учиться, быстро находить ценную и нужную информацию. Также молодые люди уверены в том, что Интернет не влияет на их здоровье и общение с окружающими, однако по результатам исследования большинство студентов проводят в Интернете каждый день более 5 часов, а также находятся в Интернете как с телефона, так и с компьютера равнозначно, но не считают себя зависимыми от Интернета. Можно сказать, что Интернет несомненно нужен, однако не стоит много времени проводить в нем, так как доказано учеными, что Интернет – зависимость окутывает весь мир и долгое времяпровождение в нем вредит здоровью, поэтому нам нужно больше реального общения, а не виртуального.

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*А.А. Мурзайкина, студент, Е.В. Пустынникова, д.э.н., профессор  
Ульяновский государственный университет*

Наличие негативных тенденций и противоречивых ситуаций на мировой арене требует постоянно «держат руку на пульсе» международных процессов. В связи с этим современной экономике России необходимы специалисты

высокого уровня, которые способны грамотно вести свою профессиональную деятельность, постоянно совершенствоваться, уметь анализировать и принимать решения. Все эти навыки необходимы для нового поколения молодых специалистов. В настоящее время тенденция такова, что все информационные потоки консолидированы в Интернете. Резкий обрыв такого канала информационной связи ощутим для современного специалиста. В условиях глобализации и интеграции в мировую систему, современные специалисты должны своевременно получать актуальную информацию. Получение текущей информации способствует детальному анализу сложившейся ситуации, который влияет на принятие решений, дает возможность отреагировать на происходящее первым. Почему возникает необходимость быстрого получения информации?

Приблизительно с 1970-х годов в системах управления огромное внимание начали уделять автоматизации технологических процессов. Происходило интенсивное создание и развитие информационных сетей. В офисной сфере решались задачи по автоматизации бухгалтерии, ускорению и упрощению документооборота, повышению эффективности персонала. Информационные технологии стали бурно развиваться на фоне взрывного роста использования Интернета частными лицами и появления огромного количества публичных сетевых сервисов. Электронная почта, поиск информации в Интернете и в файловых архивах, интерактивное общение – все это открыло огромный поток информации. Такой резкий переход потребовал от специалистов стремительной интеграции и способности быстро обучаться.

В настоящие же дни отличительная особенность нынешнего поколения будущих специалистов в том, что Интернет и высокие технологии являются для него естественной средой обитания. Именно это поколение называют «цифровыми людьми».

Благодаря Интернету такое поколение нацелено на умение налаживать деловые связи по всему миру. Современному специалисту в условиях жесткой конкуренции на рынке труда необходимо постоянно развивать практические умения, помогающие эффективно общаться с зарубежными партнерами с помощью электронных носителей. Взаимный обмен опытом с иностранными коллегами - еще одно преимущество быстрой передачи информации с помощью всемирной сети. Общение с иностранными специалистами способствует расширению профессионального кругозора. От этого выигрывает вся профессиональная сфера, так как пробелы ликвидируются совместными усилиями. Существуют различные профессиональные форумы и сайты, на которых можно задать вопрос, опубликовать статью и высказать свое мнение по вопросу и даже получить консультацию по интересующей проблеме. Процесс поиска новых, более совершенных решений на основе международного опыта – есть наиболее безопасный способ обучения специалиста.

Развитие информационных технологий, появление социальных сетей, становление экономики совместного потребления послужили развитию Интернет-бизнеса. Умение увидеть успешную бизнес-модель, скопировать ее и

улучшить — один из основных факторов выживаемости в современных конкурентных условиях. Когда телефон и Интернет стер границы между людьми, появилась возможность более тесного контакта с конечным потребителем. С развитием такой бизнес-модели современный рынок труда делает акценты на специалистов в IT-сфере или на людей, обладающих первичными навыками взаимодействия с современными технологиями. Если заглянуть в более далекое будущее, то в ближайшие 20 лет машины вытеснят множество профессий, ведь рыночная экономика требует от предприятий и компаний постоянного повышения эффективности. По данным, приведенным в докладе Всемирного экономического форума автоматизация во многих отраслях приведет к появлению 2 млн новых рабочих мест, которые смогут занять разработчики уникального ПО, инженеры и аналитики, но сократит 7 млн мест, занятых сейчас среднеквалифицированными специалистами.

Специальности ждет серьезная модернизация. Специалисту будущего придется освоить более широкий спектр умений и знаний, например, уметь с помощью сложного оборудования и программ провести всесторонний анализ объекта. Компании смогут экономить средства, используя одного квалифицированного профессионала, способного контролировать как производственные, так и экономические процессы. Этим объясняется появление нового типа цифровых платформ, предоставляющих услуги настоящим профессионалов. Специалист может предложить различный уровень обслуживания и цену, в зависимости от собственной квалификации и потребностей заказчика. Потребители же оценивают исполнителя по таким параметрам, как цена, качество и профессионализм. На фоне негативных тенденций на рынке труда интернет-платформы уже смогли привлечь множество специалистов.

Цифровые платформы помогают найти трудовую деятельность всем, кто потерял работу, делая их активными экономическими единицами. При этом такая работа стимулирует исполнителей постоянно повышать собственную квалификацию и расширять специализацию. Экономическая активность населения и количество рабочих часов растут: такие платформы, как YouDo.com, Freelancer.com, Thumbtack.com и другие, помогают реализовать себя тем, кто по каким-либо причинам не может трудиться на штатных должностях. Появляется возможность дополнительного заработка и тем, кто готов и может совмещать с основным местом работы. Данные McKinsey, основанные на исследовании экономик 160 стран, говорят, что к 2025 году цифровые платформы помогут создать более 72 млн рабочих мест и принести более \$2,7 трлн в общемировой ВВП.

Развитие и уровень их практического применения напрямую связаны с изменениями в рыночной экономике. В настоящее время увеличивается число молодых людей, желающих заняться электронной коммерцией и онлайн-продажами товаров. Постепенно это становится реалиями потребительского рынка.

Исследуя данную тему, очевидна огромная значимость информационных технологий для молодого специалиста сегодняшнего дня. Существование

большого количества профессионального контента заставляет молодых людей прочнее связывать карьеру с умением применять новейшие интернет-разработки. Более того, доля интернет-бизнеса в ВВП РФ в настоящие дни составляет 8,5 %, и с каждым годом этот процент увеличивается. Это наиболее ярко свидетельствует о переориентации бизнеса на информационные ресурсы. Для того чтобы трудовая деятельность «цифрового поколения» была наиболее эффективной, работодателям необходимо сочетать новшества с традиционным трудовым процессом. Для специалиста необходимо осознание того, что без применений наукоемких технологий дальнейший карьерный рост невозможен. Постепенное совершенствование именно то, что требует бизнес-процессы сегодняшнего дня.

Список литературы:

1. Вычугов Д.Д. и др. Практикум по менеджменту, Деловые игры: уч. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 2001.
2. Захарова Л.Н. Психология управления: учебное пособие. – М.: Логос, 2011

## **СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ**

***В.В.Передерий, доцент, И.О. Басараба, студент**  
Национальный авиационный университет, г. Киев, Украина*

Доказано, что основными факторами повышения конкурентоспособности и постоянного роста в регионах является непрерывное обучение и инновационное развитие. Именно поэтому распространяется тенденция к развитию региональных инновационных систем. Региональная инновационная система - это совокупность организаций, стремящихся осуществлять производство новых знаний и распространять их, а также способствовать информационному обеспечению инновационных процессов и функционированию в едином социокультурном пространстве.

В наше время движущей силой инновационной деятельности в мире выступает молодежь. Она порождает новые идеи и мероприятия, направленные на развитие инновационных систем. Их идеи будут эффективными, если будет создаваться благоприятный для того климат. Если регион любой страны будет привлекать высокообразованных, профессиональных и талантливых работников, то, соответственно, активизируется его инновационная активность и будут повышаться темпы экономического роста и уровень конкурентоспособности [1].

Проанализировано, что на сегодняшний день имеющийся научно-технический потенциал регионов многих стран используется малоэффективно, количество предприятий, что используют инновации, незначительная, а конкурентоспособность отечественной промышленности находится на низком уровне. Такая проблема вызывает потребность в развитии региональной инновационной политики, которая предусматривает создание благоприятных условий для инновационной деятельности в регионе путем использования

определенной системы мер на основе взаимодействия региональных и государственных органов управления.

Современная молодежь обладает способностями, которые крайне могут улучшить функционирование региональных инновационных систем. Поэтому на данный момент существует потребность в поисках талантливой молодежи. Обычно такие лица размещают в социальных сетях информацию о своих стартапах. Большое скопление молодежи можно встретить в бизнес-инкубаторах, которые создаются при высших учебных заведениях.

Проанализировано, что лучшим примером региональной инновационной системы является Силиконовая Долина. Созданию мирового центра высоких технологий и возникновению таких известных в настоящее время компаний, как: Hewlett-Packard, Apple Computer, Intel, Advanced Micro Devices (AMD) мы обязаны Стэнфордскому университету, которому принадлежала идея создания зоны исследований новейших технологий. Большое количество выпускников Стэнфордского университета приложили много усилий для развития этой системы. Это свидетельствует о том, что именно молодежь является движущей силой в развитии инновационных систем.

Сделан вывод, что уровень инновационной активности молодежи отдельных национальных регионов в значительной степени зависит от эффективности региональной инновационной системы, а именно: наличия развитого механизма трансфера технологий, эффективной инновационной инфраструктуры, институциональной структуры, карьерной готовности молодежи, профессиональной мобильности. Таким образом, именно развитие региональной инновационной системы как мощного катализатора локальной инновационной деятельности выступает необходимым условием повышения международной конкурентоспособности региона в условиях формирования экономики знаний молодежи.

Список литературы:

1. Philip Cook. (2012) Strategies for regional innovation systems: learning transfer and applications, Policy papers, New York
2. Richard R. Nelson. (2010) National Innovation Systems: A Comparative, OxfordUniversityPress, New York

## **СИНЕРГИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ**

***И.С. Уткин, магистрант***

*Ульяновский государственный университет*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что вузы заинтересованы в подготовке молодых специалистов, способных составить конкуренцию на рынке. В то же время работодатели заинтересованы в принятии новых молодых сотрудников с хорошей практической и теоретической базой. И в целях получения синергетического эффекта необходимо сформировать устойчивые взаимосвязи и использовать ресурсы каждого из субъектов. При подобном подходе открываются широкие возможности в нахождении новых

конкурентных преимуществ. На текущий момент, взаимодействие высших учебных учреждений и организаций формально существует, но плохо реализована посредством учебной и производственной практики. Целью сотрудничества должно стать создание новых путей для достижения более сильного синергетического эффекта. Во время сотрудничества решаются такие задачи, как: объединение ресурсов, доступ к объектам инфраструктуры, библиотеки, совместное развитие, научные исследования. [1]

Сама идея синергии между двумя заинтересованными субъектами, должна привести к повышению эффективности образования будущих кадров, знанию технологического процесса на предприятиях, более углубленной практике и проведению образовательного процесса работниками предприятий. Работодатель же в результате взаимодействия получит работников, уже знакомых со спецификой работы данного предприятия, коллективом и минимальным, но всё же опытом работы. Работодатель также сможет предложить работу отличившимся и заинтересовавшим его студентам, чем повысит заинтересованность студентов в продуктивном обучении и выступлении на различных мероприятиях, чтобы зарекомендовать себя как достойного работника.

Залог успеха современной организации – креативность молодости. В проведенной оценке уровня творческого потенциала возрастных групп, можно увидеть, что творческий потенциал всё ярче выражается у людей в возрасте от 20 до 35 лет, т.е. на этапе ранней зрелости. [2]

На данный момент в Российской Федерации существует определенная проблема с качеством подготавливаемых молодых специалистов. По статистике работающие лица в возрасте до 30 лет, получающие или имеющие высшее образование: 42% работают по своей специальности, 24% работают по близкой специальности и 34% работают по другой специальности. [3] Более 50% населения работает не по своей специальности, что приводит к потере профессиональных навыков, приобретенных за время обучения.

Для решения данной проблемы рассматривается идея синергии. Будущий работник сможет узнать о предприятиях, специфике их работы, уже в процессе обучения получить профессиональные практические навыки и заранее определиться с местом работы. Работодатель в свою очередь будет находиться ближе к молодым специалистам, сможет вносить свой вклад в образовательный процесс и в конце обучения предложить открытые вакансии наиболее перспективным выпускникам. Высшее учебное заведение, имеющее налаженные отношения с работодателями, будет наиболее привлекательно для абитуриентов.

Таким образом, тесное сотрудничество между высшими учебными заведениями и работодателями принесет свое положительное воздействие на процесс обучения, а также сможет обеспечить организации, участвующие в синергии перспективными молодыми специалистами. В сложившейся ситуации выиграют те организации, которые быстрее наладят взаимоотношения с вузами.

Список литературы:

1. Иванова Т.Ю. Мызрова К.А. Взаимоподдержка объединяет интересы. // Креативная экономика, №11, 2012.
2. Иванова Т.Ю. Фролова В.А. Креативность молодости – залог успеха современной организации, // Научно-практический журнал “Аспирант”, 2015.
3. Росстат, [Электронный ресурс] ссылка доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/quality15/PublishData/Reports/Files/%D0%A2%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B0\\_18.7.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/quality15/PublishData/Reports/Files/%D0%A2%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B0_18.7.pdf) дата обращения: 29.09.2016

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*М.И. Чаплыгина, студент*

*Ульяновский государственный университет*

Потребность в комплексном изучении роли молодежи в социально-экономическом развитии России обусловлена, прежде всего, ролью молодежи в жизни общества, в тех преобразованиях, которые происходят в стране. Усиление молодежного фактора во всех сферах жизни общества, особенно проблема повышения политической и экономической активности молодежи, ее становление как субъекта политической деятельности в значительной степени предопределяют плодотворные перспективы стабилизации общественного развития.

Региональная молодежная политика формируется и реализуется органами государственной власти совместно с органами местного самоуправления при участии молодежных и детских общественных объединений, а также иных юридических и физических лиц. Для каждого региона государством с помощью региональных представителей должен разрабатываться и применяться собственный уникальный подход к реализации молодежной политики, должны учитываться местные особенности и ставиться свои приоритеты.

Под приоритетами региональной молодежной политики мы, вслед за рядом авторов, подразумеваем наиболее важные, насущные проблемы, понимаемые как первоочередные задачи региональной молодежной политики, лежащие в основе направлений деятельности государства и общества в соответствии с ее целью и ориентированные на решение этих проблем в контексте территориально-временной значимости [2].

Примером проработанной региональной молодежной политики может служить молодежная политика Ульяновской области. На сегодняшний день можно выделить следующие основные направления молодежной политики Ульяновской области. Здесь, в первую очередь, речь идет о формировании системы продвижения инициативной и талантливой молодежи (например, проведение различного рода мероприятий и конкурсов, предоставление стипендий и грантов и т.д.). Еще одним из приоритетных направлений государственной молодежной политики является вовлечение молодежи в социальную практику. Под социальной практикой понимается совокупность действий и взаимодействий индивидов, организаций во времени и в пространстве, обеспечивающая устойчивое функционирование различных



социальных институтов. Большое внимание также уделяется обеспечению эффективной социализации молодёжи, находящейся в трудной жизненной ситуации, формированию у молодёжи российской идентичности и профилактике этнического и религиозно–политического экстремизма в молодёжной среде, созданию инфраструктуры в сфере молодёжной политики, решению жилищных проблем молодых семей.

Одним из основополагающих механизмов исполнения молодежной политики является реализация целевых программ. В Ульяновской области разработана государственная программа «Развитие молодежной политики в Ульяновской области» на 2014–2018 годы [1]. Еще одним из наиболее удачных, на наш взгляд, проектов, направленных на участие молодежи в осуществлении молодежной политики является Молодежный парламент Ульяновской области. Молодежный парламент при Законодательном Собрании Ульяновской области является коллегиальным совещательным и консультативным органом, созданным для участия молодёжи, в лице ее активных представителей, в процессе разработки и принятия государственными органами Ульяновской области решений в сфере молодёжной политики.

На региональном уровне в России действует множество молодежных проектов в сфере здорового образа жизни, спорта, культуры и досуга. Они, несомненно, также оказывают большое влияние на полноценность жизни и развитие молодежи, обеспечивают решение социальных проблем молодежи, связанных с их физическим и нравственным развитием, степенью вовлеченности в общественную жизнь, являются дополнительным средством развития и самореализации наиболее активных и инициативных представителей молодежной общественности.

Молодежная политика Ульяновской области, как самобытный комплекс разработанных мероприятий, является основой работы с молодежью в данном регионе. Тот факт, что в её рамках разработано всего лишь несколько программ и проектов, обусловлен характерной для многих регионов России неопытностью, недостаточной проработанностью мер молодежной политики, а также нехваткой выделяемых на её реализацию ресурсов. Однако, очевидна и преимущество разрабатываемых программ, изменение приоритетов на более актуальные на сегодняшний день, все большая заинтересованность органов власти и самой молодежи в широких потенциальных возможностях мероприятий в рамках молодежной политики.

Молодежь должна быть заинтересована в грамотной и качественной молодежной политике. Молодые люди остро ощущают насущные проблемы в молодежной среде, следовательно, именно они могут объективно сформулировать приоритетные направления молодежной политики, скорректировать ее цели и задачи. Молодежь может создавать актуальные и приемлемые для себя формы и способы реализации молодежной политики – различные программы, проекты и конкретные виды мероприятий в их рамках. Государству необходимо лишь предоставить молодежи возможность участвовать в разработке и реализации собственной политики, что и делается

посредством поддержки молодежных объединений, проводящихся конкурсов на лучшие молодежные проекты и выделяемых грантов на их реализацию.

Задачи в сфере молодежной политики прописаны в «Стратегии социально-экономического развития Ульяновской области до 2030 года»

1. Вовлечение молодых людей в работу молодежных общественных объединений.

2. Вовлечение молодых людей в работу ИОГВ и органов местного самоуправления муниципальных образований Ульяновской области.

3. Формирование и развитие системы поддержки научной, творческой и предпринимательской активности молодежи

4. Формирование правовых, культурных и нравственных ценностей среди молодежи.

5. Создание благоприятного климата для закрепления молодежи в Ульяновской области (гарантированное трудоустройство, развитие арендного жилья или программ социального найма, развитая социальная инфраструктура) [3].

Механизм реализации молодежной политики представляет собой многогранный процесс, состоящий из нескольких стадий. Во-первых, специальными государственными органами в сфере молодежной политики на основе выявленных тенденций и проблем молодежной среды определяются приоритетные направления, формируются цели и задачи молодежной политики государства. По итогам разрабатываются и принимаются государственные программы и проекты. Затем принятые государством программы и проекты реализуются на территории страны, региона, города. Данный процесс предполагает осуществление предусмотренных мероприятий, оказание помощи и поддержки молодежи, вовлечение молодых людей в политическую и общественную жизнь.

Список литературы:

1. Государственная программа «Развитие молодежной политики в Ульяновской области» на 2014-2018 годы. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/463704420>.
2. Сирачев А.Р. Реализация молодежной политики в Ульяновской области. Проблемы и пути решения // Политика, государство и право. 2013. № 2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://politika.snauka.ru/2013/02/656>.
3. Стратегии социально - экономического развития Ульяновской области до 2030 года <http://docs.cntd.ru/document/463710828>

Научное издание  
«Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования,  
новые вызовы» Труды Шестой Всероссийской научной конференции с международным  
участием (секционные заседания, часть 1).

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск к.э.н., доцент Рожкова Е.В.

н/к  
ЛР 021030 от 10.01.96

Подписано в печать 14.10.2016 г. Формат 60x84/16  
Оперативная печать  
Усл.печ.л. 4,41. Тираж 500 экз.

Отпечатано с оригинал-макета в Институте экономики и бизнеса  
Ульяновского государственного университета  
432001 г. Ульяновск, ул. Федерации, 29

ДЛЯ ЗАМЕТОК: