ISSN 2306-9147

ЖУРНАЛ НАУЧНЫХ И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

№9 2017

Журнал научных и прикладных исследований

Научно-практический журнал
№9 / 2017

Периодичность – один раз в месяц

Учредитель и издатель:
Издательство «Инфинити»

Главный редактор:
Хисматуллин Дамир Равильевич

Редакционный совет:
Д.Р. Макаров
В.С. Бикмухаметов
Э.Я. Каримов
И.Ю. Хайретдинов
К.А. Ходарцевич
С.С. Вольхина

Корректура, технический редактор:
А.А. Силиверстова
Компьютерная верстка:
В.Г. Кашапов

Опубликованные в журнале статьи отражают точку зрения автора и могут не совпадать с мнением редакции. Ответственность за достоверность информации, изложенной в статьях, несут авторы. Перепечатка материалов, опубликованных в «Журнале научных и прикладных исследований», допускается только с письменного разрешения редакции.

Адрес редакции:
450000, г.Уфа, а/я 1515
Адрес в Internet: www.gnpi.ru
E-mail: gnpi.public@gmail.com

© ООО «Инфинити», 2014.

ISSN 2306-9147

Тираж 500 экз. Цена свободная.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Акбарова Л.У. Мотивация как основной фактор эффективного развития инновационной деятельности предприятий 4

Савина А. Г., Блок А. В., Ковалькова Н. В. Проценты в рекламных текстах: точка зрения математика 7

Татиева М. М., Кочербаева А. А. О вопросах коммерциализации и инвентаризации интеллектуальной собственности 10

Хорев И. С. Организационная модель мясного территориально-производственного кластера в Северо-Западном регионе 13

Ларченкова А. А. Проблема оттока капитала из развивающихся стран в новейшей истории 16

Лехтянская Л. В., Политаева Е. В. Влияние стиля руководства на производственную активность предприятия 19

Гужавин Ю. А. Общий центр обслуживания: две стороны одной медали 23

Бирюков В. В., Гельманова З. С. Информационная экономика в развитии интеллектуального капитала 26

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

Амбарцумова Р. В. Правовые последствия признания недействительных сделок, совершенных под влиянием заблуждения 29

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Худайкулов Х. Ж., Мирхаджаева З. С. Цели современного образования, формирующие требования к преподавателю 32

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Романенко Н. Г., Стуров Е. В. Экспериментальная система сбора и хранения информации о движении судна при волнениях на море 35

Лавриченко О. В. Математическое обеспечение инновационной системы промышленного предприятия с учетом влияния антропогенных факторов 43

Ицков О. М. Облачные технологии: Облачное управление 48

Киздарбекова М.Ж., Жетимекова Г.Ж. Көлік, көлік техникасы және технологиялары мамандығы студенттерін оқытуда «көліктегі еңбекті қорғау және эргономика» электрондық оқу құралын қолданудың маңызы 50

МОТИВАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Акбарова Лайло Упашевна
ассистент
Ташкентский институт инженеров железно-дорожный транспорта

В условиях роста активности кризисных явлений в глобальных мирохозяйственных отношениях инновационность воспринимается как важный фактор роста конкурентоспособности и развития экономического потенциала экономики, регионов, человеческих ресурсов. По сути роль инноваций в теоретическом аспекте вряд ли нуждается в дополнительных комментариях. На практике сама по себе инновация может быть панацеей лишь в случае, когда она является очевидным и возможным средством роста доходов государства, органов государственного управления, хозяйствующих субъектов, их текущей и потенциальной конкурентоспособности.

В современных условиях хозяйствования главным фактором функционирования рынка является потенциальная конкуренция со стороны новых товаров или предприятий, использующих современные технологии. Необходимо отметить, что «... модернизация, техническое обновление и диверсификация производства, широкое внедрение инновационных технологий – надежный путь преодоления кризиса и выхода Узбекистана на новые рубежи на мировом рынке»[1].

В связи с этим воздействие на инновационную активность и интенсивность инновационной деятельности промышленных предприятий не может быть осуществлено без выявления причин, побудительных мотивов, заставляющих предприятия и организации осуществлять инновационные преобразования. Другими словами, для достижения целей и получения определенных результатов в инновационной сфере необходимо стимулировать предприятие к осуществлению необходимых изменений. В свою очередь, решение поставленной задачи следует начать с рассмотрения термина «мотивация». В широко известной книге «Основы менеджмента» мотивация трактуется как процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации. Очевидно, что подобная точка зрения не позволяет раскрыть суть процесса мотивации предприятия или организации, т.е. системы более сложной, чем мотивация отдельного индивида (работника). В зависимости от уровня экономической системы будут иметь место различные группы мотивов, побуждающих к проведению инновационных преобразований в рамках этих систем. В этой связи целесообразно всю гамму мотивов, побуждающих к инновационным изменениям, подразделить на отдельные группы в зависимости от уровня рассматриваемой экономической системы. В этой связи целесообразно выделить два уровня:

Во-первых, мотивация инновационной деятельности на уровне индивида (работника). Причем не только работников, которые должны заниматься инновационной деятельностью в ходе реализации своей производственной функции (конструктора, исследователи и т.д.), но и работников, в формальные обязанности которых не входит осуществление инновационных преобразований.

Во-вторых, мотивация инновационной деятельности предприятий или организаций. По нашему мнению, можно выделить следующие основные причины, обуславливающие изменения уровня инновационной активности и интенсивности инновационной деятельности.

Важнейшим побудительным мотивом, способствующим изменению уровня инновационной активности, является изменение уровня конкурентной борьбы товаропроизводителей [2]. Прослеживается прямо пропорциональная зависимость - чем выше уровень конкурентной борьбы, тем больше стремление к осуществлению инноваций, и наоборот, чем ниже уровень конкурентной борьбы, тем ниже стремление к осуществлению нововведений. Именно конкуренция заставляет товаропроизводителей, торговых посредников и т.д. вносить в свою деятельность определенные изменения, инновации с тем, чтобы занять более выгодное положение на рынке по сравнению с конкурентами.

Таким образом, с одной стороны нововведения являются следствием возрастающей конкурентной борьбы, а с другой стороны инновации являются решающим средством обеспечения конкурентных преимуществ.

Другой не менее важной причиной, обуславливающей инновационную активность, является стремление предприятий и организаций к получению сверхприбыли. Инновации как результат инновационной деятельности позволяют фирмам - инициаторам их осуществлению временно занять монопольное положение на рынке (до момента осуществления подобной инновации другими фирмами) со всеми вытекающими отсюда последствиями, т.е. появляется возможность диктата цен покупателям и как следствие получение дополнительной прибыли. Здесь следует отметить, что объем сверхприбыли и период ее получения будет зависеть от радикальности осуществленной инновации, конечно, при условии потребительского спроса на нее, т.е. чем более радикальной является осуществленная инновация, тем больший объем сверхприбыли и более длительный период времени она приносит.

Инновационная деятельность и получаемые в результате ее проведения инновации являются практически единственным средством, позволяющим увеличить масштабы деятельности предприятия. Именно продукт-инновации открывают для производителей новые области деятельности, новые, некем не занятые рынки. При этом рост масштабов производства, масштабов деятельности в данном случае ограничивается только размерами вновь создаваемого рынка, а сам рост фирмы не наталкивается на противодействие фирм конкурентов. В тоже время процесс-инновации позволяют придать уже существующим продуктам характеристики, обеспечивающие повышение их потребительской привлекательности (снижение цены, повышение качества, новые потребительские свойства и т.д.), что позволяет увеличить объем продаж, а, следовательно, и объемы производства, т.е. изменяются масштабы деятельности фирмы, а, следовательно, и объем получаемой прибыли.

Инновационная активность предприятия обусловлена появлением нормативных и законодательных актов государственных структур. В данном случае изменение норм, квот, ставок налогообложения устанавливаемых государством, заставляет предприятия проводить соответствующие изменения. Так, например, ужесточение природоохранного законодательства влечет за собой соответствующие изменения в технико-технологических системах, обеспечивающие выполнение изменившихся норм. В-третьих, мотивация инновационных преобразований на уровне национальной экономики, а также создание условий стимулирующих инновационную деятельность предприятий. Чрезвычайно сложно выделить всю совокупность мотивов, которые побуждают к инновационным преобразованиям на уровне всей экономики, но, на наш взгляд, можно выделить следующие основные мотивы: Обеспечение национальной безопасности и независимости. Очевидно, что обороноспособность любой страны в современных условиях обеспечивается использованием новейших видов вооружения, что определяется уровнем инновационной деятельности. В свою очередь, обеспечение технологической, информационной, продовольственной и т.д. независимости, также будет зависеть от инновационной деятельности в рамках национальной экономики.

Усиление влияния общественного мнения. Необходимость решение проблем, вызывающих протест и негативный настрой у населения, сопровождающихся акциями протеста и неповиновения. К разряду этих проблем можно отнести экологические, социально-экономические (рост цен, инфляция, безработица и т.д.) и другие. Очевидно, что подобные проблемы крайне сложно решить без осуществления необходимых инновационных изменений.

Инновации в современных условиях являются практически единственным средством, обеспечивающим экономический рост. Отсюда можно сделать вывод о том, что чем активнее и интенсивнее инновационная деятельность в промышленности, тем выше уровень экономического развития и, соответственно, поступлений в госбюджет, которые могут быть использованы для решения как текущих, так и перспективных проблем и задач. Очевидно, что без поддержки и проведения инновационных преобразований чрезвычайно сложно обеспечить решение этой задачи, особенно в долгосрочной перспективе.

Следует отметить необходимость разработки мер по стимулированию инновационной деятельности на всех уровнях, только в этом случае следует ожидать определенных сдвигов в инновационной сфере деятельности. Очевидно, что, если в экономике создана среда благоприятная для инновационных процессов, а на уровне предприятий не проводится соответствующая работа по стимулированию инновационной деятельности, то не следует ожидать положительных результатов. Опять же, если и предприятие и работники предприятий нацелены на осуществление инновационной деятельности, но нет соответствующей среды в экономике, способствующей инновационным преобразованиям, результат будет тот же. Другими словами, во-первых, должна быть выработана система мер по стимулированию инновационной деятельности на уровне экономики в целом; во-вторых, должна проводиться работа по созданию системы стимулирования инновационной активности на уровне предприятия или организации; в-третьих, мотивация менеджерами конкретных работников к результативной и эффективной инновационной деятельности.

Список литературы:

1. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Т.:«Узбекистан» 2009 г. С.12.

2. Гурков И., Авраамова Е., Тубалов В. Конкурентоспособность и инновационность российских промышленных предприятий // Вопросы экономики. – Москва, 2005. - № 2. - С. 40-52.

ПРОЦЕНТЫ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ: ТОЧКА ЗРЕНИЯ МАТЕМАТИКА

Савина Анна Геннадьевна
кандидат педагогических наук
доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли

Блок Арнольд Вольдемарович
кандидат технических наук
доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли

Ковалькова Надежда Викторовна
старший преподаватель
кафедры математики, информатики и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли

Процент как инструмент количественной оценки эффективности коммерческой и финансовой деятельности был известен еще в Древнем мире и в настоящее время он играет определяющую роль и находит широкое применение во всех сферах экономической деятельности, в том числе – в рекламе. Поводом для данного исследования стали тексты телевизионной рекламы, в которых имело место некорректное с точки зрения математики и теории измерений использования понятия «процент». Разберем несколько типичных примеров рекламных слоганов с использованием процента.

Реклама «*Использование нового стирального порошка увеличило яркость белья на 30%*». Сразу возникают вопросы: Как измерялась яркость белья? В какой измерительной шкале определялся показатель яркости? Каким исходным условиям соответствует базовый уровень яркости белья, принимаемый за 100%?

Реклама «*Цвет лица после использования нового крема улучшился на 71%*». Вопросы: Как измерялся цвет лица? В какой измерительной шкале определялся показатель, характеризующий цвет лица? Как представить себе цвет лица в 0%, 50%, 100%, 171%?

Реклама «*Новая формула шампуня делает волосы на 42% сильнее*». Вопросы: Что такое сила волос и в чем она измеряется? Каким исходным условиям соответствовал базовый уровень силы волос, принимаемый за 100%?

Реклама «*Паста **Colgate снижает кровоточивость** десен до 87%*»

Каким показателем и в какой шкале измерялась кровоточивость? Какое исходное условие было принято за 100%? Как понимать фразу «до 87%»: либо кровоточивость снизилась до 13%, либо до 87% от исходного (базового) уровня? Как видно, реклама вызывает у думающего человека массу вопросов, на которые она ответа не дает.

Реклама «*Снижаем кариес на 98%*» . Возникают вопросы: Каким показателем и в какой измерительной шкале оценивается интенсивность поражения зубов кариесом (использование процентов предполагает, что этот показатель измеряется в шкале отношений)? Как выглядят зубы, пораженные кариесом на 100%? А может рекламодатель хотел сказать, что у 98 % пациентов, обратившихся в клинику, после курса лечения проявления кариеса удалось ликвидировать?

Реклама «*Эффективность шампуня от перхоти Shauma подтверждает 98% мужчин*». И в этом случае либо надо задавать массу уточняющих вопросов и пытаться искать на них ответы, либо просто верить в то, что это – очень действенное средство от перхоти (что и делает основная масса целевой аудитории).

Общим для этих рекламных текстов является наличие в них числовой информации в форме процента и полное отсутствие сведений о том, применительно к какой ситуации этот процент был получен. Таким образом, наряду с прилагаемой числовой информацией в рекламе соседствует «фигура умолчания», скрывающая важную информацию, необходимую потребителю рекламы для

оценки ее объективности.

Согласно научным положениям теории измерений проценты как показатель относительной изменчивости признака можно использовать только применительно к признакам, измеряемым в шкале отношений. К признакам, измеряемым в номинальной, порядковой и интервальной шкалах проценты применять нельзя. Однако здравый смысл подсказывает, что упоминаемые в рекламе показатели явно не относятся к шкале отношений, следовательно, использование процентов для оценки их динамики является некорректным. Далее, поскольку в основе процентных расчетов лежит основная пропорция $\begin{cases} A - 100\% \\ a - p\% \end{cases} \Rightarrow \quad p\% = \frac{a}{A} \cdot 100\%$,

где A – базисное, a – текущее значения признака, p –величина процента, то наряду с величиной процента p необходимо указывать, какое значение признака принималось за базовую величину A. Соответствующие сведения в рекламном тексте отсутствуют.

Но это справедливо для случая, когда человек подключает левое полушарие своего мозга и пытается логически осмыслить информацию в рекламном сообщении, т.е. подходит к анализу ситуации с точки зрения математика.

Однако рекламное сообщение и не предполагает логического анализа его содержания. Цель рекламы – воздействовать на эмоции человека, формулировать у него определенные ценностные установки и стереотипы и тем самым – манипулировать сознанием населения [1]. Добавление в рекламный текст числовой информации (величины процента) должно, по мнению его создателей, создать иллюзию объективности (научности) и, тем самым, повысить доверие к рекламе, сделать ее более эффективной [2]

В последнее время усилия специалистов по рекламе сосредоточились на скидках. Речь идет об «осеннем ценопаде», о «безумных скидках», «грандиозном падении ставок», «кредитах без процентов и переплат» и других аналогичных продуктах их креатива. Если пытаться вникать в содержание этой рекламной продукции, которая льется на головы населения из всех СМИ, то невольно создается впечатление, что коммерческие фирмы решили вдруг стать бессребрениками и готовы торговать себе в убыток ради удовлетворения желаний потребителей.

Авторам этой публикации однажды попался на глаза следующий слоган уличной рекламы «Спешите, скидки до 100%!». Неизвестно, что имели в виду авторы этого шедевра, но из правил элементарной математики следует, что в этой фирме товары будут раздавать практически бесплатно, а здравый смысл подсказывает, что эта очередная «дурилка» рекламщиков. Поскольку такая акция есть экономический нонсенс, то истинная цель такой рекламы – шокировать потребителя (таких скидок еще никто не предлагал) и заставить его бежать на распродажи в эту фирму в надежде на «крутую халяву». Но вполне может быть, что рекламодатель имел в виду совсем иное: до 100% товаров в фирме продаются с некоторой скидкой (скажем, от 5 до 10%).

Рассмотрим, как выглядит акция по снижению цен на 20% с точки зрения элементарного процентного исчисления? Допустим, что продажа товара по цене a обеспечивает фирме среднюю норму доходности в данном сегменте рынка. Для реализации рекламной акции, основанной на снижении цен (именно такая направленность рекламы является особенно популярной в настоящее время) необходимо выполнить в два действия следующую операцию:

- сначала тихо установить начальную цену на товар на 25% выше той, которая обеспечивает среднюю норму доходности;

- затем с максимальным шумом объявить о снижении цен на 20% и ждать наплыва потенциальных покупателей.

Согласно сообщениям в Интернете некоторые коммерческие фирмы и этого не делают: с целью активизации продаж они просто объявляют «акцию» или «распродажу», выставляя товары по прежней цене, а рядом на ценнике указывают повышенную цену, которую зачеркивают (тем самым покупателей убеждают, что сделана скидка).

Один из мифов, настойчиво создаваемых рекламой – это убедить слушателя (целевую аудиторию) в том, что сведения, сообщаемые в рекламе, являются объективным результатов неких научных изысканий и им безусловно следует верить. Это гораздо легче сделать, если целевая аудитория рекламы состоит из малообразованных, легко внушаемых и подверженных многочисленным стереотипам людей. Вот почему низкий уровень общего естественнонаучного образования выгоден для бизнеса в условиях так называемой «рыночной экономики».

Приведем еще один характерный пример такой рекламы «*Обычные шампуни на 80 % состоят из воды. Шампуни „Чистая линия“ на 80 % состоит из отвара трав*». Эта реклама рассчитана на аудиторию, которая не понимает, что **любой** отвар трав на 99% состоит из воды.

Нам не удалось найти каких-либо вызывающих доверие количественных данных о доле правдивой информации в современной рекламе. По мнению Интернет - пользователей теоретически она лежит в интервале от 0% до 100%, но на практике обычно бывает значительно ниже 100% и ближе к 0%.

Иногда государственные органы привлекают компании к ответственности за особо недобросовестную рекламу (применительно к российской практике нам такие случаи обнаружить не удалось). Так, Федеральная торговая комиссия США обязала компанию Reebok заплатить $25 млн. за ложные сведения в рекламе кроссовок EasyTone и RunTone, в которой утверждается, что эта линия

тонизирующей обуви укрепляет мышцы лучше, чем обычная обувь. В частности, Reebok заявлял, что кроссовки RunTone на 28% лучше укрепляют мышцы ягодиц и на 11% - мышцы задней поверхности бедра, чем другая обувь. Схожие обвинения были предъявлены компании LOreal за рекламу туши для ресниц Telescopic с участием Пенелопы Круз. Британская комиссия по стандартам в рекламе провела расследование, которое подтвердило, что актриса снимается в ролике с наращенными ресницами. Кроме того, компания вводила покупателей в заблуждение, утверждая, что ресницы, благодаря Telescopic, удлинятся на 60%.

В средствах массовой информации (в том числе - в рекламе) можно встретить множество ***бессмысленных утверждений,*** которые выглядят наукообразно, но никакого отношения к реальности не имеют и преследуют только одну цель – манипулировать сознанием людей. Особенно часто это встречается в рекламе косметики (реклама ориентирована на женскую аудиторию), когда с экрана телевизора слышишь, что «теперь благодаря новой формуле рекламируемого шампуня волосы становятся на 73% пышнее и сохраняют свой объем на 40% дольше» или что «новая зубная паста предохраняет от кариеса на 60% эффективнее». Для мужской аудитории столь же бессмысленные утверждения мы находим в рекламе средств от перхоти или автомобилей.

Бессмысленные утверждения встречаются и в различных псевдонаучных публикациях, претендующих на научность. В качестве примера рассмотрим нередко встречающееся утверждение о том, что *человек никогда не использует всю «мощность» своего мозга, а довольствуется лишь 10%* (может быть приведено другое «точное» число, например 7% или 15%) *этой мощности*. Это утверждение в целом не вызывает принципиальных возражений (эксперименты показали, что мозг действительно обладает значительными резервными возможностями), но по своей форме оно является бессмысленным, поскольку автор не пояснил следующие моменты:

-каким образом можно количественно определить (измерить) «мощность» мозга ;

-каким способом производилась оценка реального уровня использования «мощности» мозга;

-если 100% «мощности» мозга никогда не использовалась человеком, то каким образом удалось установить, что реально используется 10% (чтобы оценить долю, необходимо знать величину целого).

Вот еще один пример некорректного использования понятия «процент»: «*Средняя температура марта в этом году на 25% выше, чем в предыдущем*». Это суждение на первый взгляд кажется правдоподобным, но на самом деле оно глубоко ошибочно.

Во-первых, температура воздуха традиционно измеряется у нас не в шкале абсолютных температур Кельвина, а в шкале Цельсия (интервальной шкале), для которой операция нахождения процентного отношения является некорректной процедурой.

Во-вторых, на сколько процентов температура в этом году будет выше, если в прошлом году она была отрицательной? Согласен ли с данным утверждением англичанин, привыкший оценивать температуру в шкале Фаренгейта?

Возвращаясь к рекламе, необходимо согласиться с тем, что нельзя от нее требовать объективной информации, на которую она не рассчитана. Использование в рекламных текстах числовой информации (в том числе – процентов) имеет вполне определенную утилитарную цель – усилить воздействие на эмоции человека, более эффективно манипулировать его сознанием. Это – генеральная линия современной рыночной экономики, ориентированной на получение прибыли.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что сегодня защита от недобросовестной рекламы – личное дело каждого потребителя в отдельности и эффективность этой защиты определяется уровнем понимания проблемы, знанием основ элементарной математики и методов манипулирования сознанием людей, а также наличием навыков критического мышления■

Список литературы

1. Антипов, К.В. Основы рекламы [Текст]: учебник / К.В. Антипов. – М.: Дашков и К, 2012. – 264 с.
2. Гуревич, П.С. Психология рекламы [Текст]: учебник / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 425 с.

О ВОПРОСАХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ И ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Татиева Майра Маулиевна
кандидат экономических наук
доцент
Карагандинский государственный индустриальный университет
Республика Казахстан

Кочербаева Айнура Анатольевна
доктор экономических наук
профессор
Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б.Н.Ельцина
Кыргызская Республика

На сегодняшний день актуальной задачей является определение механизмов оптимизации процесса коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, позволяющих ее владельцу грамотно выбрать и реализовать стратегию коммерциализации. Проблема коммерческого использования объектов интеллектуальной собственности актуальна практически во всех странах мира, и, прежде всего в странах постсоветского пространства. [1, с.21].

Стратегическим фактором в повышении конкурентоспособности является управление интеллектуальной собственностью, а важнейшим вопросом управления ею является вопрос о том, кому принадлежат права на интеллектуальную собственность.

Необходимо закрепить права на интеллектуальную собственность за организациями–разработчиками (исследовательскими организациями) и стимулировать передачу прав на интеллектуальную собственность непосредственным потребителям интеллектуального труда.

Следует создать механизм прямой материальной заинтересованности в коммерциализации разрабатываемых технологий разработчиков, центров трансферта технологий и непосредственных потребителей на основе создания локальных и глобальных сетей взаимодействия, управляемых профессиональными менеджерами.

Особую роль в инновационном процессе играют наукоемкие, высокие технологии, определяющие научно-технический процесс. Они представляют собой совокупность информации, знаний, опыта материальных средств для разработки и производства новой конкурентной продукции. Коммерциализация представляет собой сложную систему, которая включает различные формы передачи научно-технических знаний: импорт новой техники, торговля патентными лицензиями, ноу-хау, инжиниринг, франчайзинг, лизинг, совместные НИОКР и др., однако ИС занимает доминирующее положение, поскольку является основным звеном всех форм обмена технологиями.

При всем многообразии форм технологического обмена основными видами передачи технологий являются договора уступки, лицензионные договора, договора о предоставлении ноу-хау. Наибольшую активность проявляют владельцы товарных знаков (75%). Стоит также отметить что, количество зарегистрированных договоров заключенных национальными физическими и юридическими лицами практически равно количеству договоров, одной из сторон которых являются иностранные партнеры.

Среди мер по обеспечению защиты прав интеллектуальной собственности, проводимых в рамках инновационной политики, наиболее важными в настоящее время являются:

- инвентаризация, каталогизация и создание единой системы учета результатов научных исследований и технологических разработок, полученных организациями различной организационно-правовой формы и формы собственности; формирование механизмов защиты интеллектуальной собственности в инновационной сфере и введения ее в хозяйственный оборот;
- совершенствование патентной и лицензионной деятельности, формирование рынка интеллектуальной собственности.

Реализация стратегии должна решаться в комплексе мер по государственному стимулированию инновационной деятельности, во внедрении и широком использовании отечественных разработок на основе объектов интеллектуальной собственности в промышленном производстве, путем создания конкурентоспособной на мировом рынке продукции.

В Казахстане уже созданы практически все условия и предпосылки по эффективной работе национальной инновационной системы (НИС), элементами которой являются научный потенциал, инновационная инфраструктура, инновационное предпринимательство и финансовая инфраструктура. Информационная составляющая НИС позволит систематизировать все информационные ресурсы и создать единый национальный банк данных, включая перспективные научно-технологические разработки, дальнейшая их коммерциализация.

К сожалению, большинство отечественных специалистов еще не совсем понимают значение того вклада, который в условиях рыночной экономики вносят объекты интеллектуальной собственности в процесс производства и реализации конкурентоспособной продукции, и их правовой охраны.

Часто задают вопрос: сколько может стоить мой товарный знак? Прежде чем оценивать свой знак, его необходимо разработать и зарегистрировать в патентном ведомстве, то есть преобразовать его в интеллектуальную собственность. Аналогично поступают с объектами промышленной собственности. Такой простой подход не следует игнорировать в связи с правовой природой такого «имущества».

По статистике большинство названий предприятий, учреждений и фирм не имеют пометок ® (зарегистрировано) и ™ (TRADE MARK) о регистрации товарных знаков и, соответственно, не имеют на них права собственности..

Успешно реализовать права на объекты интеллектуальной собственности можно только при профессиональном управлении интеллектуальной собственностью фирм (предприятий, учреждений). Основными задачами в стратегическом управлении интеллектуальной собственностью являются:

- учет, систематизация и анализ использования объектов интеллектуальной собственности;
- определение доминирующего объекта в перспективном планировании деятельности фирмы (предприятия, учреждения);
- осуществление правовой охраны объектов интеллектуальной собственности;
- определение объектов интеллектуальной собственности, предлагаемых к реализации, и их коммерциализация;
- пресечение нарушений исключительных прав.

Одним из важных приемов коммерческого использования изобретений является регулярный пересмотр неиспользуемых в производстве собственных разработок и технологий с последующим предложением по их продаже. Например, предприятия и фирмы располагают неиспользуемыми технологиями, представляющими значительный интерес для других фирм. Такие технологии являются результатом разработки, не нашедшей применения в своих стенах, или же представляют собой побочный продукт основного проекта. Их продажа не требует ни дополнительных капиталовложений, ни каких-либо других существенных затрат, но может принести прибыль. [2, с.44]

В настоящее время фирма АО «Арселор Миттал Темиртау» реализует металлопродукцию в Казахстане, в странах ближнего и дальнего зарубежья. Поэтому стратегией фирмы в этой области должно быть получение патентов у себя в стране и за рубежом. Но данная фирма в настоящее время получает патенты лишь в Казахстане. Ей следует принять меры по защите своей металлопродукции за рубежом, обеспечивая также и патентную чистоту продукции, а также ее конкурентоспособность. [3, с.74]

На сегодня анализ финансового состояния фирм (предприятий, учреждений) научно-технологического комплекса указывает на отсутствие учета на их балансах нематериальных активов (результатов научно-исследовательских работ, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, программного обеспечения, баз данных и пр.). Это наносит значительный экономический вред государственным интересам, в частности, из-за бесконтрольного использования объектов интеллектуальной собственности, которые были созданы в предшествующий период за счет государственных средств.

Например, при приватизации ГАО «Кармет» вся ее интеллектуальная собственность согласно договору между Республикой Казахстан и фирмой «Испат» перешла к последней. В настоящее время на предприятии АО « Арселор Миттал Темиртау» в статье «Нематериальные активы» числится лишь программное обеспечение. Статья «Гудвилл», как нематериальный актив, не числится, для чего открыт специальный счет. Стоимость гудвилла составляет коммерческую тайну.

Главным и основным элементом управления нематериальными активами является обязательная инвентаризация объектов интеллектуальной собственности, которую проводит правообладатель. Выявление с последующей постановкой на бухгалтерский учет наиболее важных с точки зрения целей предприятия нематериальных активов возможно только с помощью проведения процедур инвентаризации нематериальных активов и технологического аудита.

Большое значение при проведении финансового анализа с целью выявления скрытых резервов и их активизации имеет стоимостная оценка имеющейся у предприятия интеллектуальной собственности.

Необходимо отметить, что сегодня учреждения, предприятия, фирмы любой формы собственности должны иметь стратегию по интеллектуальной собственности как часть своего корпоративного планирования и проводить в жизнь хотя бы элементарную политику по интеллектуальной собственности, которая заключается в следующем:

- создание портфеля объектов интеллектуальной собственности;
- осуществление всесторонней и надежной охраны прав своих объектов интеллектуальной собственности;
- предотвращение нарушений прав чужой интеллектуальной собственности;
- поиск путей коммерческой реализации интеллектуальной продукции.
- Пренебрежение сферой интеллектуальной собственности в настоящее время чревато огромными экономическими потерями■

Список литературы

1. Бишимбаева С.К.//Экономические проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в Казахстане: теория, методология, практика. Автореферат диссертации
2. Жданова Н.Н. Вопросы коммерциализации и инвентаризации интеллектуальной собственности // Медицинская газета «Здоровье Украины», №62, январь 2003.
3. Татиева М.М. //Интеллектуальная собственность в системе рыночных отношений: механизм использования и оценки. Автореферат диссертации.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ МЯСНОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КЛАСТЕРА В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ

Хорев Игорь Сергеевич

Новгородский Государственный Университет им Ярослава Мудрого

Аннотация. *Потребление мяса и мясопродуктов относится к одним из самых важных показателей качества жизни. Животноводство является основной мясного подкомплекса сельского хозяйства, оно призван удовлетворять потребности в этом виде продукции. В статье разработана методика синергетически-ориентированного развития ассортимента производителей и кластерная форма организации экономики в качестве основных путей выхода из кризиса мясного подкомплекса аграрного рынка.*

В 1991 г. Российской Федерации производится 5,7% мяса в мире, а по калорийности питания населения она входила в десять самых развитых стран мира[1]. Потребление мясопродуктов на душу населения составила 75 кг. Производство мяса в стране составило 10,1 млн тонн в убойном весе, в том числе это включает 4,3 млн тонн говядины, 3,5 млн тонн свинины и 1,8 млн тонн мяса птицы. После этого произошли как количественные так и качественные изменения на рынке в негативную сторону. Собственное производство мясо снизилось до 4,4 млн тонн, а потребление мяса до 45 кг. Произошло резкое сокращение поголовья скота и птицы.

С 2000 по 2005 год происходит постепенное восстановление рынка, растет производство мяса птицы. Потребление мяса и мясопродуктов на душу населения увеличилось до 55 кг, а собственное производство – до 5,0 млн тонн. На конец 2005 года производство говядины составило 1,8 млн тонн, свинины –1,6 млн тонн, мяса птицы – 1,4 млн тонн.

В это же время увеличивается доля мяса структуре потребления. В 2005 году объем импортированного мяса составила 2,7 млн тонн. В данное время происходит стабилизация рынка и рост производства и потребления мяса и мясных продуктов.

На данный момент в структуре потребления преобладает мясо птицы (40%, или 25,2 кг),далее идет свинина (32%, или 20,1 кг) и на третьем месте – говядина (27%, или 17 кг). Норма потребления мяса в текущей ситуации является рациональной, составляет 72 кг, что представляет собой 88,9%.

Россия продолжает оставаться крупнейшим импортером мяса и мясной продукции, что наносит ущерб ее экономике. Собственное производство обеспечивает только 73% потребления. В текущей ситуации удельный вес России в мировом производстве мяса значительно ниже ее потенциала и составляет только 2%.

Важнейшей характеристикой любого агропродовольственного рынка и рынка сельскохозяйственного сырья является состояние его ресурсной базы, то есть мясного подкомплекса АПК. Очевидно, выделение мясного подкомплекса в самостоятельный объект затруднено в силу ряда объективных обстоятельств.

Следует признать, что в настоящее время мясной подкомплекс представляет собой не целостную структуру, а совокупность разрозненных предприятий по производству, переработке и сбыту мясной продукции, практически не объединенных общими экономическими интересами. Существующая система хозяйствования не стимулирует у сельских товаропроизводителей существенный рост объемов производства мяса, а у перерабатывающих предприятий – развития технологий безотходной, комплексной переработки скота и птицы.

Из данных о снижении уровня производства и потребления мясной продукции можно сделать вывод о понижении эффективности функционирования мясного подкомплекса России. Прежде всего, это обусловлено сокращением объемов производства в мясопроизводящих отраслях, в случае Северо-Западного региона в мясной подкомплекс входят скотоводство, свиноводство и птицеводство.

Для эффективного функционирования рынка мяса и мясопродуктов необходимо рациональное сочетание регулирования рынка, а также налаженный процесс его внутреннего финансирования. Это обеспечивает независимость действий субъектов рынка, обеспечивают конкуренцию среди товаропроизводителей, а также возможность самостоятельно устанавливать цены на продукцию.

Одним из ключевых элементов эффективного управления на современном этапе является объединение в единое целое особенностей взаимодействия всей цепочки: производитель - оптовое

звено – потребитель, которое позволит предприятиям оптовой торговли на рынке мясопродуктов учитывать интересы каждого члена цепочки и успешно реализовать эффективные бизнес-стратегии и получить новые преимущества в стратегической конкурентной борьбе. Именно для решения данной задачи была разработана методика синергетически-ориентированного подхода к учету интересов всей цепочки. Применительно к рынку мясной продукции Северо-Западного региона такой подход может быть реализован в рамках кластеризации.

Приоритетом развития рынка мяса и мясной продукции является создание территориально-производственных кластеров. Сельское хозяйство в развитых странах организуется по принципу крупных структур, объединяющих всю цепочку, начиная от производителя и кончая продавцом продукции, включая развитую инфраструктуру и организации, занятые научными исследованиями.

Региональный кластер, как элемент внутренней среды региональной социально-экономической системы обеспечивает ее устойчивое развитие, за счет улучшения инвестиционного климата и повышения конкурентоспособности региона, посредством развития социальных, экономических, информационных и интеграционных подсистем, что в свою очередь обеспечит привлечение инвестиций, экономический подъем и устойчивое развитие региона. Таким образом, для развития товарного ассортимента мясной продукции Северо-Западного региона необходима разработка и реализация последовательной и эффективной кластерной политики. На основе имеющегося в России опыта создания кластерных объединений целесообразно создание в Северо-Западном регионе ряда мясных территориально-производственных кластеров (рис.).

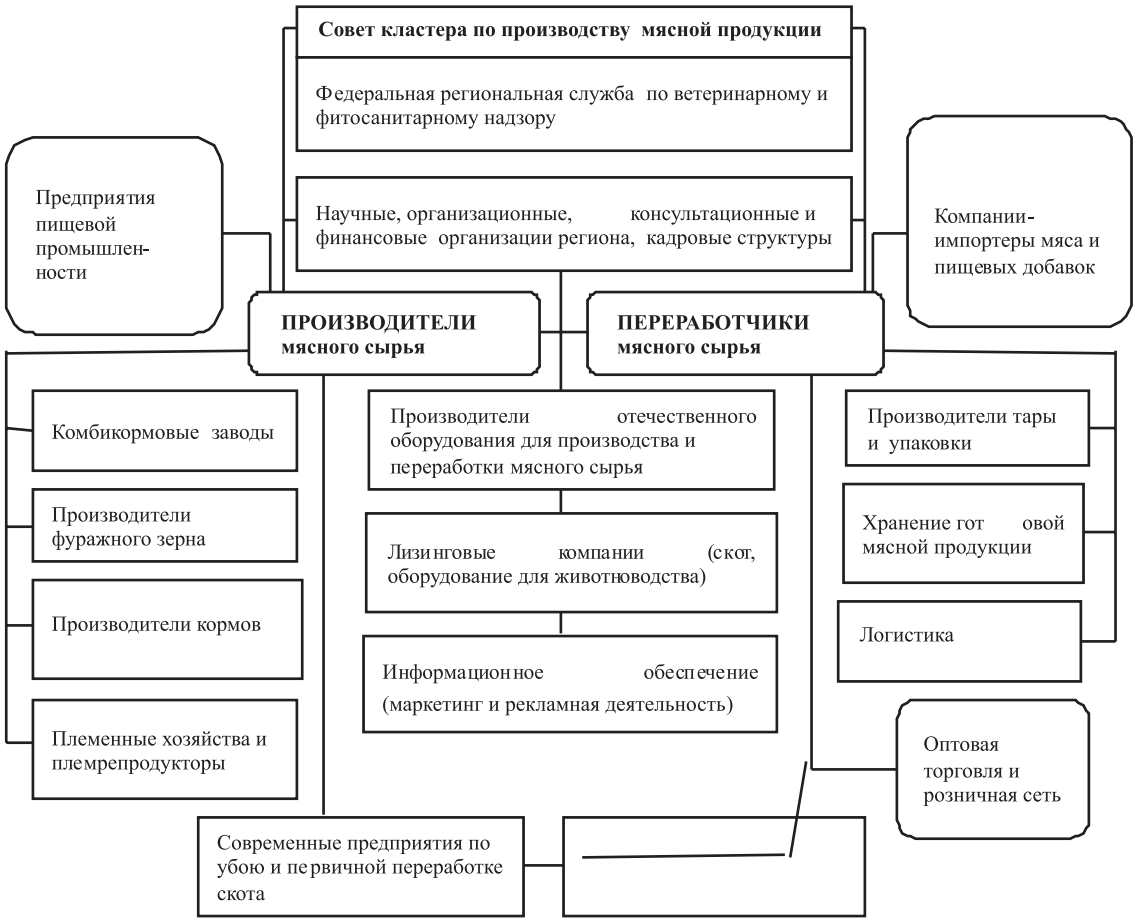


Рисунок 1. Организационная модель мясного территориально-производственного кластера в Северо-Западном регионе

Ядром мясного кластера являются производители мясной продукции и мясоперерабатывающие предприятия. Сбытовые и снабженческие структуры бизнеса функционируют по заказам и договорам с предприятиями, организациями и бизнес-структурами, входящими в ядро кластера. Сервисные структуры непосредственно связаны с производственными функциями и сбытом продукции кластера. Научно-инновационные структуры выполняют заказы участников кластера на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки. Модель региональной кластеризации на рынке мясной продукции СЗФО будет стимулировать развитие ассортимента отдельных хозяйствующих субъектов■

Список литературы

1. Стратегия развития мясного животноводства в Российской Федерации до 2020 года: Утверждена приказом МСХ РФ от 10 августа 2011 г. № 267.
2. Формирование и развитие региональных аграрных рынков : [монография] / К.С. Терновых [и др.]; Воронеж. гос. аграр. ун-т; [под ред.: К.С. Терновых, А.К. Камаляна]. – Воронеж : Истоки, 2005 . – 304 с.
3. http://www.rg.ru/2014/01/15/produkti.html

ПРОБЛЕМА ОТТОКА КАПИТАЛА ИЗ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН В НОВЕЙШЕЙ ИСТОРИИ

Ларченкова Анастасия Александровна

2012 год ознаменовался открытием индийского розничного рынка для иностранных инвесторов. Учитывая взрывной рост индийской экономики, это событие обещало миллиардные прибыли для розничной торговли. Тем не менее, со снижением экономического роста в 2013 году и усиливанием финансового кризиса, иностранный капитал покидал страну. Иностранные металлургические корпорации бегут быстрее, чем кто-либо . Местные производители все чаще обращают свое внимание на страны с более низкими налогами и более стабильными условиями работы.

С 2004 по 2011 год, экономика Индии ежегодно росла в среднем на 8%, с замедлением до 6,5% за 2011-2012 финансовый год. Прогнозы на 2013 год говорят, что рост не превысит 5%. Обменный курс для валюты Индии 27 августа достиг рекордно низкого уровня, с момента обретения независимости в 1947 году, всего в 65,71 рупий за доллар, а это означает, что с начала года, рупия упала на 17% по отношению к доллару. Естественно, такой крах валюты вызовет рост цен, и инфляция в июне этого года был почти на 10% выше, чем в июне 2012 года. На основании всех макроэкономических показателей, эксперты единодушны в том, что Индия не испытывала такой финансовый кризис с 1991 года.

"Индийская экономика переживает очень сложный период", прокомментировал Джейшри Сенгупта, старший научный сотрудник Исследовательского Наблюдательного Фонда, в интервью "ДаблъюИДжей". "Рост ВВП составляет менее 5% в связи с сокращением объемов промышленного роста и стагнации в сельскохозяйственном росте. Глобальные факторы сдерживающие рост сектора услуг. Дефицит счета текущих операций является неустойчивым на уровне 4,5% от ВВП. Импорт значительно превышает экспорт , в частности импорта нефти и золота. Эти факторы, конечно, оказают давление на рупию, которая резко упала, в значительной степени из-за оттока иностранных институциональных инвесторов из страны".

Эксперты связывают усиление рецессии в индийской экономики с заявлением Федеральной резервной службы США Бена Бернанке 22 мая, когда он впервые публично объявил о своем намерении начать урезания финансовой поддержки для американской экономики в этом году. В случае, если ФРС сократит свои программы стимулирования (из которого часть денег была использована инвесторами для покупки активов в развивающихся странах, таких как Индия), инвесторы будут более заинтересованы в американских активах. Если это произойдет, развивающиеся рынки потеряют свою привлекательность, а недавний приток иностранных инвестиций в развивающиеся страны пойдет обратно. Согласно Правительственной комиссии по рынку ценных бумаг, Индия получила приток средств в акции индийских компаний в течение первых пяти месяцев этого года на общую сумму 15,3 млрд. долларов. После майского объявления Председателя ФРС, начиная с июня, 2,6 млрд. долларов покинули страну.

Персис Камбатта, научный сотрудник Центра стратегических и международных исследований, говорит: "Большинство инвесторов, которые покинули страну, сделали это из-за трудностей ведения бизнеса в Индии из-за бюрократии, волокиты, связанной с приобретением земли или любых другие основных ресурсов, необходимых для работы в стране".

Только в этом году, три главных металлургических корпораций - АрселорМиттал, Поско и Северсталь - отменили планы по строительству заводов в Индии. Согласно словам Алексея Мордашова, генерального директора "Северсталь", причиной приостановления производства проектов в том, что " условия для ведения бизнеса в этой стране еще не созрели . Есть проблемы с доступом к инфраструктуре, бюрократия и много рисков".

Викрам Неру, старший научный сотрудник Фонда Карнеги "За международный мир" , в интервью сказал "ДаблъюИДжей": "В настоящее время, Индия создала отрицательное сальдо портфельных инвестиций. Это произошло в основном в результате глобальной реакции рынка на обещание ужесточения денежно-кредитной политики США. Подобные развороты, в общем, происходят на других развивающихся рынках, так что Индия в этом не одинока. С другой стороны, Индия сохранила положительный поток ПИИ, хотя значительно меньше, чем в предыдущие годы. В то же время , индийские инвесторы ищут возможности за рубежом все чаще и чаще. Многие из тех же факторов, которые замедляют поток иностранных инвестиций в страну также заставить индийцев инвестировать

за рубежом больше, чем в местных проектах. К ним относятся слабая инфраструктура, неэластичный рынок труда, сложная инвестиционная нормативно-правовая база, а недавно еще и рост инфляции в сочетании с массивным бюджетным дефицитом и дефицитом по счету текущих операций. Все это вместе взятое способствует неопределенности в будущих колебаниях обменного курса . Кроме того, индийские инвесторы, которые ищут возможности для инвестиций за рубежом, кажется заинтересованы в доступе к технологиям, природным ресурсам и мировому рынку".

Работа на периферии или аутсорсинг производства не является новым явлением для индийского бизнеса. С 2007 по март 2012 года, на каждый доллар прямых иностранных инвестиций в производственный сектор, индийские компании 0.65 доллара инвестировали в производство за рубежом. Но сейчас, когда кризис углубился, эта тенденция становится все сильнее, и оффшорные предприятия более востребованы индийскими бизнесменами чем когда-либо.

"Целевые страны для индийских иностранных инвестиций абсолютно разные и выбираются страны в зависимости от мотивации индийских инвесторов. Те, кто хотят получить доступ к ресурсам ищут в Африке, Латинской Америке и некоторых странах, богатых ресурсами в Юго-Восточной Азии. Те, кто хочет принять участие в торгах на технологии и изобретения, инвестируют в Европу, США и Сингапур. А те, кто пытается диверсифицировать свои производства и создать цепочки поставок, инвестируют в Китай, Корею, Маврикию, Индонезию и Вьетнам", пояснил господин Неру.

Часть производства также просачивается в Персидский залив. Только в прошлом году инвестиционный банк "Альпен Капитал" помог финансированию строительства двух фабрик индийских компаний в ОАЭ: одна из них производит удобрения, и обошлась в 800 миллионов долларов, второй-сахарный завод (250 млн долларов). Очевидно, что большая часть продукции, производимой на этих заводах будет экспортироваться в Индию. Дешевая энергия и благоприятный деловой климат делают строительство завода более выгодным в ОАЭ, чем строительство в Индии. Кроме того, более 40% от общего международного воздушного транспорта Индии проходит через транзитные пункты, расположенные в Персидском заливе.

Наибольшее беспокойство вызывает "чемоданное" отношение к индийской тяжелой промышленности. Государственная горнорудная компания "Уголь Индии" имеет монопольные права на один из крупнейших сырьевых запасов в мире. Но вместо расширения производства в домашних условиях, госкорпорация планирует потратить миллиарды долларов на скупку месторождений за рубежом.

"Неспособность правительства справиться с текущими вопросами, бюрократия, плохая инфраструктура и обилие душных законов привели индийских промышленников к решению запустить оффшорное производство, что проще, чем расширять его у себя дома", говорит госпожа Сенгупта.

При таких обстоятельствах, индийское правительство, конечно, делает различные попытки, которые могли бы создать стабильную экономику внутри страны и изменение платежного баланса. Были произведены большие сокращения субсидий на топливо. А иностранным ритейлерам были впервые разрешено владеть до 51% акций индийских компаний, занимающихся розничной торговлей. Тем не менее, ни один из мировых гигантов до сих пор не воспользовался этой возможностью из-за отсутствия тщательного правовой базы для бизнеса на индийском рынке. Еще в 2012 году, правительство пыталось возродить изменения 1982 года: соглашение о налогообложении с Маврикием, что позволяет индийским жителям и иностранным инвесторам вкладывать средства в Индию через Маврикий, тем самым, зарабатывая не облагаемый налогом доход. Основная цель правительства в пересмотре соглашения было получить возможность взимать налоги на любой прирост капитала от инвестиций, переадресованные с Маврикия, в попытке пресечь уклонение от уплаты налогов. Маврикий, однако, отклонил предложение, и Индия решила не отказываться от договора в одностороннем порядке.

В попытке остановить девальвацию рупии, правительство повысило налоги на импорт золота. Индия, как известно, является крупнейшим потребителем этого драгоценного металла в мире. А в последнее время покупка золота означала отток капитала. Кроме того, был введен запрет на покупку недвижимости за рубежом. Перечисление денежных средств за рубеж также было ограничено: в то время, как жители могли ранее передавать $200,000 свободно каждый год, сейчас эта сумма составляет всего лишь $75,000.

По словам госпожи Камбатта, эти меры будут работать только в краткосрочной перспективе и не решат фундаментальных проблем. "Попытки остановить поток валюты может принести временные преимущества, но более важным аспектом является, на самом деле, необходимость структурных экономических реформ на национальном уровне, в том числе инфраструктурных проектов, расширение доступа к энергии и природным ресурсам, особое внимание формированию производственных мощностей и увеличению занятости. Это вопросы, которые должны быть решены правительством, чтобы произошли реальные экономические улучшения и развития страны. Многое зависит от предстоящих выборах, на которых вряд ли будут приняты какие-либо серьезные реформы. В зависимости от того, кто победит на выборах, могут довольно быстро быть приняты жизненно важные решения для структурных экономических проблем, или эти реформы могут затянуться на несколько лет, в том случае, если слабые коалиции или Третий Фронт придут к власти в 2014 году".

Викрам Неру, бывший главный эконо-

мист Всемирного банка, прокомментировал "ДаблъюИДжей" перспективы индийского экономического восстановления: "В краткосрочной перспективе, индийский экономический рост, скорее всего, продолжит замедляться из-за стагнации в мировой экономике и корректирующих макроэкономических мер, таких как ужесточение монетарной и фискальной политики. Что касается правительства, то вряд ли они будут предпринимать какие-либо серьезные структурные реформы до всеобщих выборов в 2014 году. Быстрый рост может возобновиться только в том случае, если следующее правительство желает восстановить макроэкономическую стабильность через осмотрительную налогово-бюджетной и денежно-кредитной политику и внедрение структурных реформ. Есть целый ряд необходимых мер, включая принятие новых законов для приобретения земельных участков в целях стимулирования развития инфраструктуры, а также дальнейшей либерализации торговли и инвестиционного законодательства".

Все эксперты, опрошенные "ДаблъюИДжей" пришли к единому мнению, что ключом к возвращению в промышленный рост является более высокий уровень инвестиций. Таким образом, вместо запретных мер по вывозу капитала, индийское правительство должно провести реформы, которые улучшат привлекательность внутреннего рынка для бизнеса■

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лехтянская Лариса Владимировна
кандидат экономических наук
доцент кафедры МЭ
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
филиал в г. Находке

Политаева Екатерина Валентиновна
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
филиал в г. Находке

Что нужно для того, чтобы в современных социальных и экономических условиях организация работала чётко и слаженно, чтобы была высокой производительная активность, чтобы предприятие развивалось и расширялось? Конечно, для этого должен быть реализован целый комплекс условий, но, думается, что ведущую роль следует отвести руководителю организации, так как от его профессиональных и личностных качеств напрямую зависит эффективность производственного процесса.

По мнению специалистов, стиль руководства – это совокупность методов, приёмов и действий, наиболее характерных для руководителя в его отношениях с подчинёнными, наиболее привычная для него манера общения с ними. Каждый управляющий - это уникальная личность, являющаяся творцом того стиля управления, который она применяет на практике. Однако в стилях разных руководителей можно выделить общие черты, что позволяет проводить классификацию стилей.

Сегодня можно встретить множество типологий стилей руководства, самой авторитетной и популярной является типология К. Левина, выделившего три классических стиля управления: авторитарный, демократический и либеральный. [1, с.543] Разумеется, что данные стили позволяют лишь контурно очертить множество оттенков и специфики управленческого поведения. Исследователь в качестве крайних точек поставил авторитарное и попустительское (в исходной терминологии – либеральное) руководство, а демократический стиль, по его мнению, являет собой компромиссный и наиболее приемлемый вариант.

Проанализируем мнение специалистов об авторитарном стиле руководства. Ряд авторов считает его наиболее негативным, так как стиль характеризуется концентрацией власти в руках руководителя, который присваивает себе право всеобщего контроля, часто отстраняет подчинённых от процесса выработки решения, морально давит на сотрудников, что может привести к производственным конфликтам, а это, в свою очередь, к снижению эффективности производства. Руководитель претендует на роль компетентного во всех вопросах, связанных с производством, требует неукоснительного выполнения всех его распоряжений (хотя часто заблуждается), что рождает хаос и отрицательно влияет на производительную активность предприятия. Своеволие и чрезмерная требовательность, жёсткость и отсутствие тактичности, уважительного отношения к подчинённым создаёт тяжёлый моральный климат. Руководитель рискует не только потерять лучших работников, но и создаёт враждебную атмосферу, которая опасна для него самого. Обиженные работники ненадёжны, они не будут работать с полной отдачей сил, им чужды интересы предприятия, при малейшей возможности они будут позволять себе работать на себя или искать место, где их знания и опыт будут востребованы и поощрены.

Но нельзя однозначно утверждать, что данный стиль является неприемлемым. Он будет эффективен при выполнении рутинных заданий в условиях низкой мотивации и профессионального уровня сотрудников; в тех ситуациях, когда необходимо стабилизировать ситуацию в конфликтных коллективах, быстро мобилизовать сотрудников на выполнение поставленных задач, например в случаях аварий, техногенных катастроф. Специальные исследования показали, что хотя в условиях авторитарного стиля руководства можно выполнить в количественном отношении в два раза больший объём работы, чем в условиях демократического, но качество работы, оригинальность, новизна, элементы творчества будут на такой же порядок ниже.[2, с.103] Из этого можно сделать вывод, что авторитарный стиль предпочтителен для руко-

водства видами деятельности, ориентированными на количественный результат, а демократический там, где на первом месте выступает качество.

В результате исследований Т.Н. Лобановой и Я.В. Михайлова, которые сопоставили характерные черты авторитарного и демократического стилей руководства, было выявлено, что демократический стиль управления является комфортным для тех подчинённых, которые способны проявлять собственную инициативу, стремятся самостоятельно принимать решения, которые имеют хороший творческий потенциал.[3, с.137] Если демократичный руководитель создаёт условия для раскрытия инновационного мышления, нахождения нестандартных подходов в решении производственных задач и поставленных целей, использует моральные и материальные стимулы, стремится включать механизмы трудовой мотивации, то создаваемый благоприятный морально-психологический климат повышает производительную активность и эффективность предприятия. Руководитель должен понимать, что если работают высоклассные специалисты, инициативные творческие сотрудники, то они не приемлют давления, мелочной опеки со стороны руководства. Этим людям нужны хорошие условия, справедливая оценка результатов, достойное вознаграждение, и они будут способны решить сложнейшие задачи, проявляя инициативу и желание работать для общего дела, что способствует повышению производительности.

Второй крайней точкой К. Левин поставил нейтральный (либеральный, попустительский) стиль руководства. Руководитель не умеет чётко распределить обязанности, задания даются не конкретные, а расплывчатые. Избегая ответственности, руководитель стремится переложить её на других. Подчинённым обычно предоставляется полная свобода действия, которая на практике означает полное попустительство. Производство пущено на самотёк, трудовая дисциплина низкая, что приводит к низкой производительности труда. При таком стиле руководства имеется тенденция к появлению неформальных лидеров с негативным характером деятельности по отношению к целям организации. Попустительский стиль признан неприемлемым, так как на практике он являет собой просто отсутствие руководителя.

Три классических стиля руководства не имеют между собой непреодолимого барьера, а плавно переходят друг в друга, образуя непрерывную цепочку. Проведённые в 1964 году исследования Блейка и Мутона показали, что наиболее эффективным является демократический стиль управления, а самым важным их выводом стало утверждение о том, что руководитель может научить улучшать или изменять стиль управления, используя обратную связь со стороны своих коллег. Известный исследователь Френк Фидлер пришёл к выводу о том, что необходимо приводить в соответствие требования к личности лидера и особенности производственно-экономической деятельности предприятия, то есть проще не менять стиль руководства, а подбирать руководителя к конкретной ситуации. Например, когда нужно быстро сконцентрировать усилия коллектива для достижения поставленной задачи, то требуется авторитарный руководитель, а демократический стиль эффективно использовать в дружном коллективе единомышленников, в котором трудятся работники с высокой квалификацией и имеется необходимый для успешной работы опыт. Модель Фидлера способствовала сосредоточению внимания на ситуации и выявлению факторов, определяющих и влияющих на поведение руководителя. [4, с.58]

Что же требуется от современного руководителя, чтобы стиль его руководства соответствовал требованиям эффективного управления? Конечно, это, прежде всего, умение вести себя в соответствии со складывающейся ситуацией в производственном пространстве, использовать эти ситуации для дальнейшего развития, движения вперёд. Использование такого стиля позволяет говорить об искусстве руководителя, искусстве строить человеческие отношения с учётом конкретной ситуации. И тогда уместно будет говорить об адаптивном руководстве, которое, видимо, должно занять лидирующие позиции в 21 веке. Искусство руководителя будет состоять в умении найти золотую середину между заботой о людях и стремлением к процветанию производства, в умении вовлечь участников производственного процесса в процесс планирования и принятия решений, убедительно показывая им преимущества совпадения их собственных целей и целей предприятия. Если руководитель верит в то, что его сотрудники справятся с поставленными задачами, то он будет в сложившейся ситуации подсознательно так управлять ими, что их производительная активность непременно возрастёт.

Современные исследователи, отмечая научную и методическую ценность разработок проблематики стилей руководства 20 века, считают деление всего многообразия поведения руководителей на три классических стиля весьма упрощённым и указывают на возможность разграничения следующих модификаций авторитарного стиля руководства: патриархальный, харизматичный, автократичный и бюрократический.

Если руководитель уподобляет себя отцу большого семейства (а он воспринимает возглавляемую организацию как свою большую семью), то можно говорить о патриархальном стиле руководства. Руководитель обращается с подчинёнными как с детьми, власть сосредотачивается в руках одного властного человека, он её на длительное время никому не делегирует, он должен быть строг, но справедлив. В ответ на отеческую заботу, сотрудники должны проявлять беспрекословное подчинение, быть верными и благодарными. Они чувствуют свою личную зависимость от руководителя, и это часто является рычагом влияния руководителя на их мотивацию и деятельность. Такой стиль руко-

водства характерен для традиционного общества, но имеет распространение и сегодня, в том числе и в нашей стране.

Считается, что харизматичный стиль руководства основывается на вере в особые, уникальные качества руководителя. У сотрудников такой руководитель имеет высокий авторитет, он умеет убедить и повести за собой, поддерживая при этом имидж выдающегося человека, показывая всем, что успехи предприятия объясняются его личными качествами. В кризисные времена и в чрезвычайных ситуациях спрос на таких руководителей возрастает, но вера на спасение благодаря харизматичной личности вытесняет порой возможность использовать для решения проблем рациональные стратегии и демократические процедуры, что приводит к снижению эффективность производства.

В крупных организациях можно наблюдать проявления автократичного стиля руководства. [5, с.43]В настоящее время он не является широко распространённым, как, например, это было в СССР и других странах. Личные контакты между руководителем и подчинёнными слабые, используется многочисленный иерархический аппарат, который не обладает самостоятельностью, а призван выполнять решения и указания руководителя.

Ещё один стиль руководства – бюрократический, его рассматривают как ослабленный вариант авторитарного. Многочисленные должностные инструкции, нормативные документы строго регламентируют права и обязанности, как сотрудников, так и самого руководителя. Личная власть начальника сведена к минимуму. Обилие письменных распоряжений и предписаний, отчётов не способствует производительной активности.

Актуальными сегодня являются исследования Р. Вундерера и В.Грунвальда о кооперативном стиле руководства, непременным условием которого является атмосфера взаимного доверия. В случае возникновения противоречий между целями организации и личными целями сотрудников их разрешают при активном участи всех заинтересованных сторон. Это позволяет достигать высоких показателей работы предприятия. С учётом потребностей предприятия и интересов сотрудников строится процесс обучения и повышения квалификации, который направлен на повышение трудовой мотивации. Интересными представляются выводы американских исследователей Б. Басе и А. Баретта, которые связывают эффективность использования кооперативного стиля с качествами руководителя, характеристиками подчинённых и особенностями решаемых задач. Проявляют склонность к этому стилю руководители, уверенные в себе. Их отличает высокий уровень образования, умение ценить способности и инициативы подчинённых. Такие руководители не боятся за свой авторитет, смело вовлекают сотрудников в процесс принятия плана действий, ждут от них творческих решений и высоких результатов. Всё это способствует принятию квалифицированных решений, высокой мотивации сотрудников и снижению нагрузки самого руководителя. Достижения коллектива и эффективность предприятия возрастают, т.е. преимущества этого стиля налицо. Но нельзя не отметить и недостатки, к которым можно отнести некоторое замедление процесса принятия решений и сложности в обеспечении условий эффективности данного стиля.

К кооперативному стилю примыкает так называемый тренерский стиль или кочинг-стиль. Если руководитель имеет соответствующую подготовку и возможность выделить время для систематического выявления сильных и слабых сторон сотрудника с целью помочь ему выбрать оптимальные образцы поведения, то он может направить деятельность подчинённых по пути приобретения навыков кооперативного стиля. Этот стиль не предназначен для постоянного использования в коллективе, но может помочь сделать верные шаги в направлении повышения производительной активности предприятия.

Специалисты выделяют следующие дополнительные стили управления: **патернализм, оппортунизм, фасадизм.**

Руководитель - патерналист стремится создать такой морально-психологический климат организации, что все чувствуют себя одной семьёй, руководителя воспринимают как непогрешимого отца семейства, которого нужно почитать и ценить. Можно в этом плане рассматривать стиль руководства в японских компаниях, где соблюдают единый стиль одежды, создают условия для общения с руководством, в том числе в непринуждённой обстановке, целенаправленно культивируют чувство общности при помощи особых мероприятий. В некоторых развитых зарубежных государствах с целью закрепления кадров, смягчения трудовых конфликтов вводят систему дополнительных льгот и выплат, что тоже называется патернализмом. В СССР черты патернализма проявлялись в возможности работников получать удовлетворение лимитированных жизнеобеспечивающих потребностей в обмен на заданную трудовую активность и лояльность к руководящим органам. Преимуществом данного стиля руководства можно считать сочетание высокого уровня заботы о производстве с высоким уровнем заботы о людях. Недостатки этого стиля проявляются тогда, когда сотрудники не ценят заботу о них, как считает руководитель, и тогда в действиях руководителя наблюдается тенденция зависимости подчинённых от его прихотей и желаний. Сотрудники утрачивают стремление к независимости убеждений, мышления, что может негативно сказаться на производительной активности.

Руководитель - оппортунист руководствуется в своих действиях, прежде всего личными мотивами, стремится укрепить своё собственное положение и влияние. Желание быть первым не всегда сопровождается выбором честных способов достижения этого положения. Именно оппортунизм даёт

почву для совершения разного рода экономических преступлений. Эгоистические интересы ловких дельцов не способствуют процветанию предприятия, если только в этом нет какого-то личного интереса руководителя. Таких руководителей часто отличает и человеческая непорядочность, отсутствие высоких моральных качеств, они учтивы по отношению к тем, кто выше их рангом или в ком они заинтересованы, притесняют тех, кто ниже. Такой стиль руководства может принести положительный эффект лищь в том случае, когда личные интересы руководителя будут воплощены или напрямую будут связаны с уровнем развития производства.

Руководитель - фасадист (создатель фасада) стремится замаскировать своё желание обладать властью и использовать её в своих целях демонстрируемым стремлением быть своим в коллективе, разделяя нужды и проблемы. В настоящее время этот стиль активно развивается, он имеет место там, где нужно показать внешнюю сторону явлений и процессов. Такой руководитель стремится создавать позитивную репутацию, которая помогает поддерживать обман. Чтобы достичь поставленных целей, в которых ведущую роль играет личный успех, руководитель готов пойти на нарушение закона, он тщательно скрывает истинные намерения. Предприятие, имея такого руководителя, видимо, больше потеряет, чем приобретёт.

В быстроразвивающемся мире руководителю нужно быть готовым не только к проведению технических и организационных реформ, но и к изменению стиля руководства. Лучшим стилем руководства будет тот, который ориентирован на реальность, на конкретные производственные ситуации. Специалисты рекомендуют руководителям опираться на демократический стиль, максимально предоставлять свободу сотрудникам в выполнении поставленных перед ними задач, но при этом необходимо определить контрольные точки для проверки, а возможно и корректировки хода выполнения задания.

Руководитель должен понимать, что от выбора стиля руководства зависит не только его собственный авторитет, но и атмосфера в коллективе, процессы взаимодействия и взаимоотношений между членами коллектива, а всё это вместе способствует или не способствует повышению производительной активности предприятия■

Список литературы

1. Чередниченко, И.П. Психология управления [Текст]: серия «Учебники для высшей школы»/ И.П. Чередниченко, Н.В. Тельных. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 608с.
2. Менеджмент. Век XX - век XXI [Текст]: Сборник статей; под ред. О.С. Вихонского.– М.: Экономистъ, 2004 г.
3. Основы менеджмента [Текст]: учебное пособие/ Н.И. Кабушник [и др.]. – 4-е изд. – Мн.: Новое знание, 2001. – 269с.
4. Цветаев, В.М. Кадровый менеджмент [Текст]: учебник/ В.М. Цветаев. – М.:ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004.- 146с.
5. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации [Текст]: учебно-практическое пособие/ С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес школа», 1988. – 108с.

ОБЩИЙ ЦЕНТР ОБСЛУЖИВАНИЯ: ДВЕ СТОРОНЫ ОДНОЙ МЕДАЛИ

Гужавин Юрий Александрович
Аспирант
Московская Академия предпринимательства при правительстве Москвы

Общий центр обслуживания (SSC[1]) – это модель организации вспомогательных функций, при которой выполнение однотипных операций сосредотачиваются сразу для нескольких подразделений одной или более корпораций[2].

Создания данного центра означает, что общие повторяющиеся бизнес-процессы выводятся из самого предприятия или структурных подразделений и объединяются в едином центре.

Основной целью для создания таких ОЦО является предоставление услуг множеству внутренних партнеров с меньшими затратами и более высоким уровнем сервиса.

Чаще всего выводятся такие функции, как:

• Финансы и учет: бухгалтерский учет, заработная плата, финансовая отчетность, налоговый учет, налоговая отчетность и т.д.

Например, в таких компаниях, как Shell, GSK, Heineken бухгалтерия выглядит именно как ОЦО. Также на данный момент есть тенденция их открывать не в центральных городах.

Например, компания **Heineken вынесла бухгалтерию** по России и странам СНГ в Краков.

Компания Вымпелком открыла ОЦО по следующим направлениям закупки**,** бухгалтерский учет, казначейство, кадровое администрирование, расчеты с клиентами и партнерами в городе Ярославль.

• Информационные технологии: операции центров данных, коммуникации, поддержка сетевых решений, проекты развития, внедрение программного обеспечения.

Например, такие компании, как J&J, Heineken, GSK, Вымпелком и другие.

• Персонал: льготы, подбор, заработная плата, обучение, развитие, вознаграждения.

Например, такие компании, как J&J, GSK, Heineken, Вымпелком, Газпром Нефть и т.д.

• Закупки: проведение тендеров на выбор поставщиков тех или иных услуг, выбор операторов по обеспечению промо-материалами и т.д.

Например, такие компании, как Газпром Нефть, J&J, Вымпелком и многие другие.

Причины создания SSC[3]:

• Сокращение операционных затрат;
• Обеспечение прозрачности операций;
• Фокус на основной деятельности, приносящей прибыль;
• Поддержка стратегических инициатив;
• Быстрый срок возврата инвестиций.
• Финансовые результаты проектов внедрения ОЦО превосходят ожидания[4]:
• Среднее значение ROI для проектов внедрения общих центров обслуживания приблизительно 20%;
  - Средний период возврата инвестиций со ставляет три года;
  - 74% проектов принесли лучше результаты, чем ожидалось.
• Оцениваемые прямые финансовые результаты, например, до 45% сокращения финансовых расходов в результате внедрения ОЦО;
• Оцениваемые результаты, измеряемые в снижении заработной платы персонала, занимающегося административными функциями;

Основой для создания ОЦО является разработка технико-экономического обоснования (ТЭО). На этом этапе проводятся анализ существующей ситуации (диагностика), сравнение бизнес-процессов предприятия с лучшей мировой практикой и вырабатываются рекомендации по улучшению ситуации.

Данный этап является принципиально важным при подготовке к внедрению объединенного центра обслуживания, т.к. результаты обследования позволяют подтвердить необходимость дальнейшего рассмотрения концепции ОЦО.

Бывает такое, что после анализа, результаты могут быть отрицательными и тогда, речь идет об упорядочивании и стандартизации бизнес-про-

[1]SSC – Shared Service Center – **Объединенный центр обслуживания**

[2]http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture_Shared_Service_Centers_RUS.pdf; http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf

[3]http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf

[4]http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf

цессов в компании.

Кроме определения процессов, переводящихся на обслуживание в общий центр, разработки организационной структуры, положений об отделах и должностных инструкций, особое внимание на этой стадии уделяется сопоставлению договоров на оказание услуг. Поскольку предприятия взаимодействуют с общим центром на договорной основе, то уже на стадии разработки будущего ОЦО необходимо определить права и обязанности сторон, ожидаемый уровень обслуживания.

При разработке будущей модели ОЦО важен комплексный подход. Специалист компании PwC выделяет 5 основных факторов:

• «Бизнес-процессы (распределение обязанностей между ОЦО и предприятиями);

• Организация (определение структуры общего центра);

• Информационные технологии (выбор информационной системы и разработка информационной архитектуры);

• Персонал и корпоративная культура (обучение персонала и подготовка к внедрению новой схемы ведения бизнеса);

• Инфраструктура (определение местоположения ОЦО)[1]».

Стадия моделирования позволяет компаниям сопоставить эффективность бизнес-процессов как с предприятиями всей группы (внутренний сопоставительный анализ), так и с лучшей мировой практикой. Это позволяет при разработке итоговой модели ОЦО заложить ряд целевых значений. Дальнейшее регулярное сравнение может послужить основой для мониторинга эффективности бизнес-процессов[2].

Выделяют два подхода к построению ОЦО – создание самостоятельного подразделения внутри компании или создание отдельного юридического лица.

Модель ОЦО прежде всего подходит:

• Компаниям, у которых большой штат сотрудников и много подразделений.

Это такие компании, как J&J , GSK, Ростам, Газпром, Вымпелком, BAT, «Рольф», «Северсталь», СУЭК, ТНК- ВР и т.д.

• Компаниям, у которых большая география или сеть филиалов.

• Компаниям, которые планируют реинжиниринг[3] бизнес-процессов.

• Компаниям, где в структуре существует много бизнес – единиц.

Компания Johnson & Johnson имеет три направления бизнеса – рецептурные препараты (Janssen), J&J Medical, J&J Consumer Healthcare. ОЦО им позволяет не дублировать сопровождающие бизнес функции.

Компаниям, где каждое бизнес-подразделение имеет свои вспомогательные функции (финансы и бухгалтерский учет, закупки, кадры, IT и т.д.).

Достоинства создания SSC[4]:

• Унификация процессов;

• Сокращение затрат за счет применения более эффективной организационной структуры и экономии масштаба;

• Уменьшение документооборота;

• Увеличение скорости, качества, эффективности работы сотрудников. За счет стандартизации процессов эта модель позволяет предоставить сервис требуемого уровня для всех обслуживаемых бизнес - подразделений компании;

• Сокращение штата сотрудников;

• Контроль финансовых потоков;

• Достоверность и непротиворечивость информации (в том числе, для внешних пользователей);

• Повышение качества учетных процедур;

• Ускорение процессов слияний и поглощений;

• Фокус на ключевой деятельности;

• Усиление возможностей для выявления и экономически-обоснованного внедрения новых технологических решений[5].

Все вышеперечисленные достоинства системы в комплексе могут повысить инвестиционную привлекательность компании.

Также при расширении бизнеса и приобретении (образовании) новых предприятий технология ОЦО позволит максимально быстро интегрировать новые звенья в уже действующую технологическую и управленческую иерархию компании.

Но, как и любое изменение или новый проект, ОЦО имеет и обратную сторону медали:

• К сожалению, во многих компаниях, сначала функции бизнеса передаются в ОЦО, а только потом начинается этап изменения бизнес-процессов и технологической основы деятельности[6].

• Происходят случаи, когда руководство компании настолько включилось в процесс оптимизации процессов и затрат, что теряется баланс между основной деятельностью компании и изменениями. Это может привести к конфликту интересов ОЦО и потребителей услуг, привести к снижению удовлетворенности и даже к отказу от модели.

Создание и развитие общего центра обслуживания позволяет не только сократить затраты на осуществление бизнес-процессов и содержание обслуживающего персонала, но и повысить управляемость и прибыльность компании, за счет более быстрого и оперативного выполнения вспомогательных функции делегированных в ОЦО[7].

В 2004 году 24% директоров мира считали направление ОЦО «стратегическим» для развития их бизнеса. В 2011 году уже 89% считают так[8]■

[1]http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/338605/

[2]http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/338605/

[3]Реинжиниринг бизнес-процессов - их фундаментальное переосмысление и перепроектирование бизнес-процессов для достижения максимального эффекта производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности.

[4]http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf

[5]http://busal.ru/?q=shared_services

[6]http://www.vedomosti.ru/career/news/9549121/kolonka_karerista

[7]http://efsol.ru/areas/oco.html

[8]http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf

Список литературы

1. Accenture Аксенчер // «Общие центры обслуживания. Описание и выгоды», 2009
2. http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture_Shared_Service_Centers_RUS.pdf
3. Ольга Сокол, ведущий консультант Oracle CIS // «Shared Service Centers – Общие центры обслуживания как инструмент повышения эффективности предприятия», 2012
4. http://ca.idc.com/dwn/PRES_61245/151_oracleappsforum_sokol_shared_service.pdf
5. Анастасия Осипова, PricewaterhouseCoopers // Журнал «Управление компанией». Опубликовано с согласия издательского дома «РЦБ» (www.rcb.ru), 30.03.2002
6. http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/338605/
7. «Бизнес Элайнмент» (Business Alignment - BAL)
8. http://busal.ru/?q=shared_services
9. Сергей Никитин, «Колонка карьериста: Зачем компании общий центр обслуживания» // Электронное периодическое издание «Ведомости» (Vedomosti), 27.02.2013, Автор — партнер компании Molga Consulting, публикация основана на статье «Советы консультанта: Властвовать, отделяя» из газеты «Ведомости» от 26.02.2013, № 32 (3294).
10. http://www.vedomosti.ru/career/news/9549121/kolonka_karerista
11. ГК «Эффективные решения», «Аудит, бухгалтерия и ОЦО»
12. http://efsol.ru/areas/oco.html

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В РАЗВИТИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Бирюков Валерий Викторович
доктор экономических наук
доцент
Карагандинский государственный индустриальный университет
Республика Казахстан

Гельманова Зоя Салиховна
кандидат экономических наук
профессор
Карагандинский государственный индустриальный университет
Республика Казахстан

Понятие «информационная экономика» (как и «информационное общество») было введено в научный оборот еще в начале 60-х годов прошлого века. Оно стало фактически общепризнанным по отношению к сложившейся в западном мире реальности. Знания и информация являются критически важными элементами во всех экономических системах, так как процесс производства всегда основан на некотором уровне знаний и на обработке информации.

Термин «человеческий капитал» предложили экономисты, но поскольку экономика входит в общую систему социально-гуманитарных наук, совокупная характеристика сущности количественных и качественных данных этого капитала формируется общей методологией этих наук. При этом внутреннее методологическое взаимодействие между научными дисциплинами обеспечивается информационным ресурсом социально-гуманитарного знания. Таким ресурсом, помимо традиционных печатных носителей, являются сейчас электронные средства информации.

Информационная работа позволяет накапливать знания о формах и методах человеческого поведения, состояния здоровья человека и его социальном самочувствии в окружающем мире, что определяет представление о сущностных характеристиках человеческого капитала. Только благодаря нашей информированности мы можем понять особенности экономического подхода к анализу человеческого поведения, который разработал Г.Беккер. В соответствии с этим подходом, время жизни человека – это его экономическое время, и накопление своего личного человеческого капитала он может сделать в определенном возрасте и в соответствующих социальных условиях.

Разные способы увеличения производительности определяют структуру и динамику отдельной экономической системы. И поскольку имеется информационная экономика, основанная на знаниях, то необходимо отметить новые с исторической точки зрения источники производительности, которые делают эту экономику особенной. При рассмотрении процесса исторического развития новой информационной экономики открывается весьма сложная картина.

Способность использовать интеллектуальные ресурсы и создавать новые решения для удовлетворения человеческих потребностей начинает занимать центральное место в экономике, основанной на знаниях. Человеческое знание и возможности всегда были в ядре создания стоимости, но этот трюизм стал более очевиден в век информации, где умственный компонент работы становится всё более и более важным. Традиционно при анализе индивидуального и общественного производства не уделялось особого внимания ИК, рассматривались более осязаемые материальные активы, и компонент знания в цепочке создания экономической выгоды был затенен тенденцией определения бизнеса как преимущественно материальной деятельности. Однако потенциальные преимущества, выражающиеся в том, что интеллектуальный капитал формирует больший доход (в частности, посредством использования лицензионных технологий), со временем изменили этот подход.

Таким образом, интеллектуальный капитал мы можем определить как возрастающие во времени знания, навыки и производственный опыт конкретных людей (человеческие авуары) и нематериальные активы, которые производительно используются в целях максимизации прибыли и других экономических и технических результатов.

С этих позиций более весомо можно рассмотреть интеллектуальную активность и применение знаний в общественном производстве, которые имеют свою эволюцию, обусловленную изменением технологических укладов, социально-экономических отношений и структуры инновационных потребностей. В экономике, основанной на знаниях, все большее значение приобретают интеллектуальные способности, когда вне зависимости от профессионального характера деятельности труд становится по преимуществу интеллектуальным, ориентированным на решение творческих задач.

Конкурентные преимущества в условиях современной рыночной экономики все более зависят от инновационного потенциала фирм, который обусловлен креативными возможностями работников, создающих новые знания, существующими экономическими механизмами использования интеллектуальных продуктов, от эффективности интеллектуального труда, создающего информационно-виртуальные ресурсы.

Вне зависимости от подходов исследователи приходят к сходным результатам - определению интеллектуального капитала как некого конгломерата, с большим или меньшим числом разнородных элементов. Подобный подход не позволяет, по нашему мнению, выявить качественную определенность интеллектуального капитала, для чего необходимо обращение к исследованию его социально-экономической природы.

В работах российских экономистов изучение интеллектуального капитала осуществляется преимущественно на основе анализа овладения субъектами знаний и информации. Так, В.Медведев определяет интеллектуальный капитал как самую динамичную составляющую человеческого капитала — образование культура, степень владения научными знаниями и информацией [1].

Знания сами по себе являются пассивным элементом интеллектуального капитала, они образуют информационно-виртуальное пространство, в котором субъект может осуществлять различные операции с ними, рекомбинируя и создавая новое знание, необходимое для решения конкретных задач. Активизация релевантных знаний возможна посредством применения интеллектуальных способностей, которые выступают активным элементом интеллектуального капитала. В результате взаимодействия знаний и интеллектуальных способностей происходит накопление интеллектуального капитала в форме воспроизводства интеллектуальных свойств субъектов и интеллектуальных продуктов, отражающих множество разнообразных результатов интеллектуального труда.

Политико-экономическая сущность категории «интеллектуальный капитал» выражается в исторически определенных отношениях по поводу формирования и использования знаний, имеющих экономическую ценность, интеллектуальных способностей работников и хозяйствующих субъектов, обеспечивающих их эффективное использование с целью получения дополнительного дохода. С позиций субъектного подхода интеллектуальный капитал подразделяется на персонифицированный (личный), принадлежащий работнику, и интеллектуальный капитал фирм, включающий накопленное ими в процессе бизнес-деятельности знание организации и интеллектуальные продукты.

Накопление интеллектуального капитала является процессом аккумуляции и концентрации у субъектов информационно-виртуальных ресурсов с целью их производительного использования и получения дополнительной добавленной стоимости. Основная черта этого процесса — кумулятивность, выражающаяся в наращивании знаний и способностей, интеллектуальных продуктов.

Объектами и результатами накопления интеллектуального капитала, их последующего воспроизводства выступают следующие группы благ, образующие информационно-виртуальные ресурсы субъекта: интеллектуальные свойства работника и хозяйствующего субъекта, представляющие синтез знаний и способностей; интеллектуальные продукты, часть которых является объектами интеллектуальной собственности, другая часть представляет особые виртуальные объекты — знаково-символические системы, ожидания и представления, имидж и репутация, которые позволяют получить конкурентные преимущества и извлекать дополнительный доход.

Интеллектуальные продукты являются экономическими благами, имеют нематериальный характер, выражают определенный результат целенаправленной познавательной деятельности, интегрированной в экономическую деятельность. Они выступают формой воплощения знания, имеют различную степень агрегирования (концентрированности) и доступности для других субъектов; их применение позволяет получить денежные или нефинансовые выгоды для их владельцев и пользователей; эти блага могут использоваться многократно.

Интеллектуальные продукты, по Г.Дайнеко, могут быть классифицированы по признакам, отражающим их функциональную и социально-экономическую сущность: общественная полезность и назначение; уровень новизны, характеризующий качество знания; особенность реализации во времени (в текущем и перспективном периодах); характер отчуждения и способ включения в экономический оборот [2].

Интеллектуальные продукты в современной экономике имеют две формы социально-экономического существования - товарную и нетоварную. Это обусловлено тем, что одни продукты могут выступать как частные блага, которые объективируются на определенном носителе, отчуждаются и становятся предметом отношений обмена и, следовательно, приобретают товарную форму; другие - являются общественными благами, которые представляют общественную полезность, общедоступ-

ны для любого желающего их использовать (например, научные открытия). Их экономический оборот обусловлен институциональной системой, создающей спецификацию прав собственности на интеллектуальные продукты; основой этой системы является институт интеллектуальной собственности, существенно влияющий на отношения присвоения [3].

Создание значительной части интеллектуальных продуктов происходит в результате организации инновационного процесса, представляющего несколько взаимосвязанных этапов, включающих: фундаментальные исследования; исследования прикладного характера; опытно-конструкторские и экспериментальные разработки; процесс коммерциализации, то есть выхода с полученным нововведением на рынок для внедрения результатов в производство (этап использования нововведения).

Политико-экономическую сущность накопления интеллектуального капитала характеризует присвоение информационно-виртуальных ресурсов в исторически определенной общественной форме, она выражается в двух типах собственности: личная собственность работника на свои знания и интеллектуальные способности, особым типом собственности на интеллектуальные продукты, традиционно именуемой интеллектуальной собственностью.

Таким образом, можно утверждать, что убедительным аргументом в пользу информационной экономики является растущее влияние на экономический рост стран и компаний интеллектуального капитала в целом и его важнейшей составляющей - человеческого капитала и знаний, воплощаемых в результатах интеллектуальной деятельности■

Список литературы

1. Медведев В. Перед вызовами постиндустриализма: Взгляд на прошлое, настоящее и будущее России / В.А.Медведев. - М.: Альпина Паблишер, 2003. - С. 34.
2. Дайнеко Г. Экономическая сущность интеллектуального капитала и процесса его накопления // Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». – 2004. - № 1. – С. 7.
3. Есенгельдин Б.С. Механизмы использования интеллектуальных продуктов в современных условиях // Экономика Республики Казахстан в условиях углубления рыночных преобразований: состояние и перспективы развития: Сб. мат. рег. науч.-прак. конф. – Караганда: ТОО «Санат-Полиграфия», 2007. – С.41.

ПРАВОВЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИЗНАНИЯ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫХ СДЕЛОК, СОВЕРШЕННЫХ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЗАБЛУЖДЕНИЯ

Амбарцумова Роза Витальевна
магистрант
Научный руководитель: Титенко Ю.А.
к.ю.н., доцент кафедры гражданского права и процесса

Северо-Кавказский Федеральный Университет

Аннотация*. Автор в данной статье исследует вопрос, об внесенние в ГК РФ изменений, которые в значительной мере коснулись недействительных сделок, совершенных под влиянием заблуждения. Некоторые изменения являются вполне целесообразными, другие учитывают не все стороны регулируемых правоотношений. Ряд вопросов при этом остается открытым. В статье проведен анализ внесенных в ГК РФ изменений, на основании которого предложены меры по усовершенствованию действующего законодательства в области недействительных сделок, совершенных под влиянием заблуждения.*

Ключевые слова*: заблуждение, недействительные сделки, природа сделки, стороны сделки.*

В ходе реформы гражданского законодательства существенным изменениям подверглись законоположения о недействительности сделки, совершенной под влиянием заблуждения. В новой редакции ст. 178 ГК РФ «Недействительность сделки, совершенной под влиянием существенного заблуждения» от прежней редакции сохранились лишь два небольших правила: о том, что заблуждение относительно мотивов сделки не имеет существенного значения (или, как говорится теперь, «не является достаточно существенным для признания сделки недействительной»), и о том, что к признанной недействительной сделке как совершенной под влиянием заблуждения применяются правила, предусмотренные п. 2 ст. 167 ГК РФ. Правда, иные последствия сделки, признанной недействительной по этому основанию, разительно отличаются от тех, которые применялись ранее.[1]

Как можно видеть, в отличие от ранее действовавших правил, которые ориентировали суды на исследование лишь различных аспектов заблуждения (заблуждение относительно природы сделки, тождества ее предмета и т.п.), теперь появился общий критерий степени существенности заблуждения, необходимой для признания сделки недействительной. При предъявлении иска о признании сделки недействительной по этому основанию в конечном итоге должно быть доказано, что сторона действовала под влиянием заблуждения и не совершила бы сделку, если бы знала о действительном положении дел.

Статья 178 ГК РФ содержит правила о недействительных сделках, совершенных под влиянием заблуждения. Заблуждение должно быть относительно природы сделки. В литературе отмечается, что определить природу сделки можно только путем сравнения ее результатов с типичными правовыми последствиями действий подобного рода. При этом под заблуждением относительно природы сделки понимается несоответствие достигнутого результата той цели, к которой стремился и которая имелась в виду участником, действовавшим под влиянием заблуждения[2].

В п. 3 информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 10 декабря 2013 г. N 162 «Обзор практики применения судами статей 178 и 179 Гражданского кодекса Российской Федерации» сказано, что заблуждение относительно правовых последствий сделки не является основанием для признания ее недействительной по статье 178 ГК РФ. Заблуждение относительно природы сделки выражается в том, что лицо совершает не ту сделку, которую пыталось совершить (например, думая, что заключает договор ссуды, дарит вещь)[3]

Абзац 3 п. 2 ст. 178 ГК РФ отмечает, что заблуж-

[1] Витрянский В. Новеллы о сделках и решениях собраний // Хозяйство и право. 2016. N 1 (Приложение). С. 3 - 48.

[2] Чеговадзе Л.А. Заблуждение в природе сделки как основание ее недействительности // Юрист. 2015. С. 7.

[3] Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2014. N 1.

дение полагается существенным, если сторона заблуждается в отношении природы сделки. При этом в действующем законодательстве не содержится легального толкования понятия «природа сделки» или «правовая природа сделки», а теория, судебная и арбитражная практика в данном вопросе расходятся, называя юридической природой сделки совокупность признаков, свойств, условий, характеризующих сущность этой сделки, ее тип, существенные условия сделки. При этом не существует единого подхода к данному понятию даже внутри системы судов общей юрисдикции, арбитражных судов. Для приведения теории и судебной практики к единообразию необходимо дать легальное толкование понятию «правовая природа сделки».

Обычно, говоря про правовую природу сделок, подразумевают сделки одного типа, названные в законодательстве (купля-продажа, аренда, подряд и т.д.). При этом данные сделки разграничивают на основании того, что они имеют одинаковые или схожие свойства, признаки, отличающие их от других сделок. Кроме того, для этих сделок характерно наличие одинаковых существенных условий.

Учитывая все подходы к данному вопросу в теории и на практике, законодателю целесообразно истолковать рассматриваемое понятие следующим образом: «Под правовой природой сделки необходимо понимать совокупность существенных условий, признаков, свойств, характерных для конкретного типа сделок, сходных по многим признакам, отличающую его от других типов сделок».

Абзацем 5 п. 2 ст. 178 ГК РФ установлено, что заблуждение предполагается достаточно существенным, если сторона заблуждается в отношении обстоятельства, которое она упоминает в своем волеизъявлении или из наличия которого она с очевидностью для другой стороны исходит, совершая сделку. Однако сторона, вступая в сделку, может с очевидностью для другой стороны исходить не только из наличия, но и из отсутствия определенных обстоятельств, зная о которых, она не совершила бы сделку. Так, П.В. Крашенинников указывает, что в ряд с неправильными представлениями об обстоятельствах сделки необходимо поставить и неведение о каких-либо обстоятельствах[1]. Например, лицо, приобретая собрание сочинений известного автора с рук, полагает, что в книге присутствует только оригинальный текст, но, совершив сделку, обнаруживает, что на полях имеются пометки; лицо, заказав у скульптора копию Венеры Милосской, получает скульптуру, к которой тот по собственной инициативе приделал руки.

Поэтому абзац 5 п. 2 ст. 178 ГК РФ следует изложить в следующей редакции: «Сторона заблуждается в отношении обстоятельства, которое она упоминает в своем волеизъявлении или из наличия либо отсутствия которого она с очевидностью для другой стороны исходит».

Пункт 4 ст. 178 ГК РФ закрепляет, что сделка не может быть признана недействительной, если другая сторона выразит согласие на сохранение силы сделки на тех условиях, из представления о которых исходила сторона, действовавшая под влиянием заблуждения. Данное положение выглядит вполне обоснованным и следует общей тенденции законодателя, направленной на сохранение стабильности сделок[2]. В данном случае фактически отсутствует заблуждение, поскольку условия сделки будут изменены и ее заключение произойдет на тех условиях, из которых исходила заблуждавшаяся сторона и которые, соответственно, ее устраивают. Иное понимание вело бы к возможности необоснованного, излишнего признания сделок недействительными и искажению смысла назначения института недействительности сделки, поскольку в подобном случае признание сделки недействительной было бы направлено скорее на получение недобросовестным контрагентом необоснованной прибыли, а не на восстановление нарушенных прав заблуждавшейся стороны. Однако формулировка «возможность изменения сделки», которая предлагалась авторами законопроекта, подразумевает более широкую трактовку, поскольку в данном случае предусматривается изменение условий сделки в любом объеме, согласованном сторонами, а не только изменение условий, из представления о которых исходила заблуждавшаяся сторона. Если другая сторона не согласна заключать сделку на условиях, из представления о которых исходила заблуждавшаяся сторона, но стороны готовы прийти к консенсусу, изменив другие условия сделки, фактически у них отсутствует данная возможность, поскольку законодательством не предусмотрено изменение условий сделки на такие, которые отличаются от первоначальных представлений обеих сторон. Это не соответствует основным началам гражданского законодательства, в соответствии с которыми за участниками гражданских правоотношений признается свобода договора[3]. Кроме того, ГК РФ не закрепляет возможность расторжения подобного рода сделки вместо признания ее недействительной. При этом расторжение сделки может повлечь иные, менее неблагоприятные последствия для сторон сделки, нежели признание ее недействительной. Поэтому законодателю стоит рассмотреть возможность включения в ГК РФ возможности изменения или расторжения сделки, совершенной под влиянием заблуждения, как альтернативы признания ее недействительной.

Важно подчеркнуть, что приведенный перечень обстоятельств, при наличии которых заблуждение предполагается достаточно существенным, не является исчерпывающим. Очевидно, что при на-

[1] Гражданский кодекс Российской Федерации. Сделки. Решения собраний. Представительство и доверенность. Сроки. Исковая давность. Постатейный комментарий к главам 9 - 12 / под ред. П.В. Крашенинникова. М., 2013. С. 165.

[2] Парций Я.Е. Постатейный комментарий к Федеральному закону от 7 мая 2013 г. N 100-ФЗ «О внесении изменений в подразделы 4 и 5 раздела I части 1 и ст. 1153 части третьей ГК РФ» // СПС «КонсультантПлюс» (материал подготовлен с использованием правовых актов по состоянию на 20.09.2013).

[3] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 01.10.2015)//Собрание законодательства РФ, 05.12.1994.

личии иных обстоятельств должен применяться общий критерий степени существенности имевшего место заблуждения, а именно: доказательства того, что сторона, оспаривающая сделку по основаниям ст. 178 ГК РФ, оценивая ситуацию разумно и объективно, не совершила бы сделку, если бы знала о действительном положении дел.

Весьма интересным представляется новое законоположение, позволяющее суду не признавать недействительной сделку даже в том случае, если будет доказано, что заблуждение стороны являлось достаточно существенным для признания сделки недействительной. Это возможно, если другая сторона выразит согласие на сохранение силы сделки на тех условиях, из представления о которых исходила сторона, действовавшая под влиянием заблуждения. В такой ситуации суд, отказывая в признании сделки недействительной, должен указать в своем решении эти условия сделки (п. 4 ст. 178 ГК РФ).

Имеется в п. 5 ст. 178 ГК РФ и особое правило об обстоятельстве, которое может служить основанием к отказу в признании сделки, совершенной под влиянием заблуждения, недействительной: «Заблуждение, под влиянием которого действовала сторона сделки, было таким, что его не могло бы распознать лицо, действующее с обычной осмотрительностью и с учетом содержания сделки, сопутствующих обстоятельств и особенностей сторон».

К сожалению, в Постановлении Пленума ВС РФ N 25 на эту норму не было обращено внимание, хотя очевидно, что она нуждается в судебном толковании.

Видимо, принимая приведенную норму (п. 5 ст. 178 ГК РФ), законодатель имел в виду исследование вопроса о том, могло ли возникнуть соответствующее заблуждение в тех конкретных условиях, в которых совершалась сделка, у обычного участника гражданских правоотношений, который действовал бы с той степенью осмотрительности и заботливости, которая требовалась по условиям оборота. При отрицательном ответе на этот вопрос (то есть обычному участнику оборота удалось бы избежать заблуждения) наличие у лица, оспаривающего сделку, заблуждения, под влиянием которого он ее совершил, теряет правовое значение и становится проблемой этого лица. Поэтому требования о признании сделки недействительной не подлежат удовлетворению.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 01.10.2015)//Собрание законодательства РФ, 05.12.1994.
2. Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2014. N 1.
3. Витрянский В. Новеллы о сделках и решениях собраний // Хозяйство и право. 2016. N 1 (Приложение). С. 3 - 48.
4. Чеговадзе Л.А. Заблуждение в природе сделки как основание ее недействительности // Юрист. 2015. С. 7.
5. Крашенинникова П.В. Гражданский кодекс Российской Федерации. Сделки. Решения собраний. Представительство и доверенность. Сроки. Исковая давность. Постатейный комментарий к главам 9 - 12 / под ред. П.В. Крашенинникова. М., 2013. С. 165.
6. Парций Я.Е. Постатейный комментарий к Федеральному закону от 7 мая 2013 г. N 100-ФЗ «О внесении изменений в подразделы 4 и 5 раздела I части 1 и ст. 1153 части третьей ГК РФ» // СПС «КонсультантПлюс» (материал подготовлен с использованием правовых актов по состоянию на 20.09.2013).

УДК 568.244.4

ЦЕЛИ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ФОРМИРУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРЕПОДАВАТЕЛЮ

Худайкулов Хол Жумаевич
доктор педаогических наук., профессор
Мирхаджаева Захро Саидакбаровна
старший преподаватель
Ташкентский институт инженеров ирригации и механизации сельского хозяйства

Аннотация*: В данной статье раскрыты материалы по педагогическому процессу дошкольного образовательного учреждения (ДОУ), взаимоотношению между основными субъектами педагогического процесса (ребенок - педагог), про систему подготовки и переподготовки специалистов. Формирование отношения ребенка к школе, учителю и учению.*

Ключевые слова*: педагогика, обучение детей, школа, индивидуальные особенности ребенка, психология ребенка, выбор методов, требования образовании, новые требования к преподавателю, обучение.*

За последнее десятилетие существенно изменилась система образования в Узбекистане. В современном образовании значительно возросла вариативность типов учебных заведений, появились многочисленные авторские школы, предлагающие собственные программы обучения детей дошкольного и начального школьного возраста, которые безусловно формирует новые требования к педагогу.

Жизнь все настойчивее ставит задачу пересмотра характера взаимодействия педагога с детьми в педагогическом процессе дошкольного образовательного учреждения (ДОУ) и начальной школы. Это неоднозначная, многоплановая задача связана с установками педагога и необходимостью смены их, что предполагает осознание современных целей образования.

Тормозом для изменения взаимоотношений между основными субъектами педагогического процесса (ребенок - педагог) является существующая система подготовки и переподготовки специалистов. К сожалению их сегодня готовят в таком направлении, чтобы специалисты могли реализовать в основном задачи развития познавательной сферы ребенка. Безусловно, это важное, но не единственное направление работы педагога с детьми, в практике оно странным образом подменяется стремлением сверх меры “загрузить” ребенка в начальной школе и, что особенно тревожит, в ДОУ большими объёмами знаний.

Увеличение объёма учебного материала ведет к завышению требований к детям и усилению давления на них с целью его усвоения. Различные управленческие образовательные структуры неадекватно реагируют на такое положение дел. Поддерживая и поощряя подобную практику, они в определенной мере формируют общественное мнение, в основе которого лежит убеждение, что накопление больших объемов знаний благо и это именно тот путь, который ведет ребенка в развитие. В этих условиях создается ажиотажный спрос родителей на учителей и учреждения подобного типа, а учебные заведения, удовлетворяя его, “совершенствуют” систему подготовки педагогов и продолжают приводить в школы и ДОУ выпускников, имеющих слабые представления о том, как можно решать задачи целостного развития ребенка в возрасте 3-10 лет.

Самым поразительным является отсутствие просчета глобальных последствий подобного обучения детей, его влияния на формирование в последующие годы отношения ребенка к школе, учителю и учению.

Имеющиеся в нашем распоряжении в этих условиях данные наблюдений, статистика свидетель-

ствуют о том, что уже в дошкольном периоде детства дети теряют природный интерес к учению и, к сожалению, не приобретают его, как правило, в начальной и средней школе.

Однако некоторые ученые и управленческие структуры, ведающие образованием, несмотря на негативное отношение детей к учению и связанное с этим асоциальное их поведение, упорно закрывают глаза на существо проблемы. Часто выдавая желаемое за действительное, они отказываются видеть причину в насилии над личностью ребенка в учебном процессе. Вместе с тем, эти же структуры изыскивают возможность для мобилизации своих усилий на поиск методик, обеспечивающих возможность оценки знаний учащихся школ и дошкольников. Можно предвидеть к чему это приведет: учитель, дошкольный педагог повысят порог давления на детей, поскольку именно объем знаний ученика будет определять имидж педагога. Как видим, круг замыкается, а результат плачевен. Опять вне поля зрения педагогической общественности остаются проблемы образования, связанные с развитием положительного отношения ребенка к учению. Надо признать, что педагог ДОУ и школы постоянно находится под достаточно жестким прессингом, что входит в противоречие с призывом внедрять гуманистическую педагогику.

Педагог действует по правилам, усвоенным еще в стенах учебных заведений: учитель (воспитатель) должен учить, а ребенок должен освоить материал. А может ли ребенок освоить - это не вопрос. Вся система управления вольно или невольно побуждает педагога относиться к ребенку как к некой данности, единице, которая всегда может усвоить все, если постараться. И педагог, порой вопреки объективным фактам и здравому смыслу, старается, не особенно заботясь о том, чтобы ребенок испытывал комфорт и чувство радости познания, был успешным в процессе приобщения его к социальному опыту (знаниям, умениям, навыкам). Вне поля внимания педагога остаются состояние здоровья, медицинские показатели, порой возрастные, а также психические и индивидуальные особенности ребенка. На фоне этих тревожных тенденций нами проводится активный поиск путей, обеспечивающих возможность формирования педагога нового склада.

Основное направление - формирование профессионального идеала-педагога, способного оказывать такое влияние на ребенка, которое обеспечивало бы ему успех интеллектуального, эмоционального и нравственно-волевого развития. С этой целью нами отрабатываются условия, способствующие формированию у педагога способности реализовать идею целостного развития ребенка 3-10 лет в процессе участия его в разработке и апробировании новой педагогической технологии.

Система семинаров и просмотров учебного процесса предоставляла педагогам возможность осмыслить содержание новых педагогических технологий, обеспечивающих существенное изменение позиции ребенка в педагогическом процессе ДОУ и начальной школе (ребенок - субъект деятельности).

Нами отмечается быстрый профессиональный рост педагога в том случае, если у него имеется достаточно высокий уровень критической самооценки и активное стремление к совершенствованию себя в практике работы с детьми.

Анализ показал, что за достаточно короткий срок происходит разительное изменение в установках педагога на процесс обучения детей. На первый план выдвигается задача развития интереса детей к познанию окружающего мира. Применяется интегрированный подход - объединение на одном занятии (уроке) различного учебного материала; в ДОУ занятия проводятся индивидуально и небольшими подгруппами, куда дети собираются по собственной инициативе, по интересам. Занятия проводятся на фоне играющих детей. Педагог в большей мере начинает учитывать состояние здоровья и психики ребенка, у него формируются умения целенаправленно отбирать и варьировать учебный материал.

Проведенный мониторинг свидетельствует о возможности формирования у педагогов ДОУ и начальной школы новых установок, обеспечивающих внедрение в педагогический процесс гуманистической педагогики, основанной на диалектическом подходе к решению проблемы воспитания и образования личности.

Овладение новой педагогической технологией требует от педагога достаточных знаний психологии ребенка, осознанного подхода к выбору методов и целесообразности их использования в работе, с учетом знаний особенностей детей и недопустимости жесткого давления на них в процессе присвоения социального опыта. Новая технология выводит педагога на позиции, обеспечивающие развитие чувства успешности каждого участника педагогического процесса, формирует у ребенка желание учиться и познавать мир.

Наличие идеального образа предполагает продвижение педагога к успеху в педагогической деятельности. Это происходит при условии, если он осознает необходимость самосовершенствования и сам становится разработчиком новой педагогической технологии. Переживаемое педагогом чувство глубокого удовлетворения открывает ему новые возможности для профессионального роста, что также способствует решению проблем дошкольного и начального школьного образования.

Список литературы:

1.Закон Республики Узбекистан от 29 августа 1997 года №463-i. -Т.: «О национальной программе по подготовке кадров».

2.Авлиякулов Н.Х. Педагогическая технология. Учебное пособие.-Т.: Алокачи. 2009 г.148 стр.

3.Роботова А.С. Введение в педагогическую деятельность.-М.: Академия. 2007 г. 208 стр.

4.Кларин М.В. Инновациии в обучении. Метафоры и модели.-СПб6.: Питер,2008 г.276 стр.

5.Голиш Л.В. Современные технологии обучения: содержание, проектирование и реализация. –Т.: 2001 г.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ СИСТЕМА СБОРА И ХРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ДВИЖЕНИИ СУДНА ПРИ ВОЛНЕНИЯХ НА МОРЕ

Романенко Николай Геннадьевич
кандидат технических наук
заведующий кафедры «Электрооборудования и автоматики судов»
Астраханского Государственного Технического Университета

Стуров Ефим Валерьевич
магистр
кафедра «Электрооборудования и автоматики судов»
Астраханского Государственного Технического Университета

Морское судоходство играет ключевую роль в жизни мировой экономики, занимая центральное место в формирующейся единой системе глобальных транспортных перевозок. Морской транспорт специфичен в том смысле, что он уже по характеру деятельности является отраслью «международной» [1]. Однако именно ввиду распространенности морских путей, суда зачастую оказываются в условиях тяжелых погодных условий. Ожидаемые нагрузки (ускорения) на любом морском и речном транспорте зависят в первую очередь от формы самого корпуса судна, центра тяжести, а также центра плавучести, и других параметров, которые будут определять поведение судна на водной глади [2].

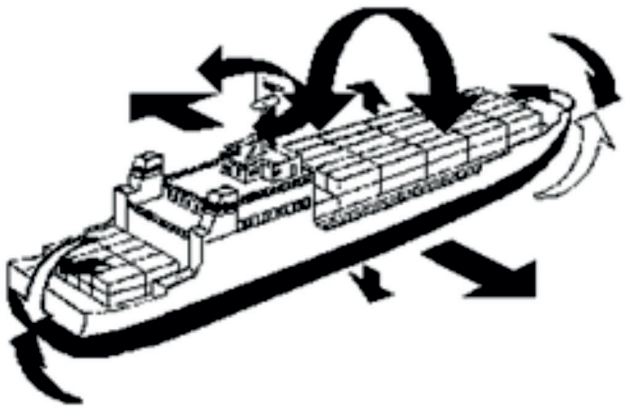


Рисунок 1. Направления сил воздействующих на судно

Все ожидаемые движения корабля могут быть представлены в виде трех линейных сил (ускорений) и трех вращательных.

Рисунок 2. Линейные и вращательные ускорения, воздействующие на судно

Отклонение от курса (Yawing) представляет собой вращение относительно вертикальной оси. Это происходит из-за невозможности судна следовать строго заданному направлению по прямой линии. В зависимости от внешних условий и рулевого отклонения, корабль будет отклоняться относительно планируемого курса. Практически во всех случаях, подобное движение не вызывает повреждений грузу либо самому транспортному средству

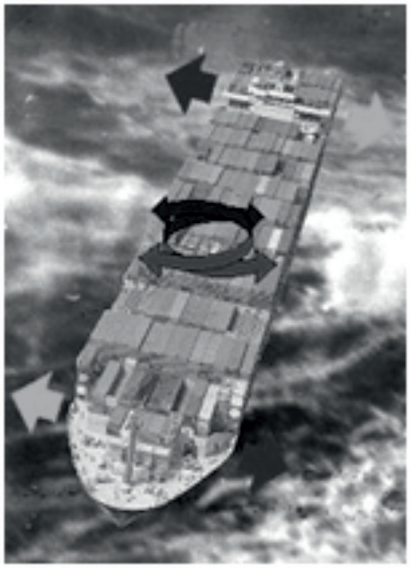


Рисунок 3. Ускорения при отклонении судна от курса

Вертикальные колебания при качке (Heaving).

Представляет собой движения вверх и вниз относительно вертикальных осей. Только при полном штиле, эти две против направленные силы компенсируют друг друга, и судно находится в полном покое. Плавучесть меняется в зависимости от того на какой части волны находится корабль. Так, если на волне преобладают впадины, то плавучесть падает, и объект «проваливается» (верхняя часть рисунка). Если число гребней больше, то корабль поднимает на волнах. Подобное постоянное колебание оказывает значительное воздействие на судно, а также на груз, находящийся на нем.

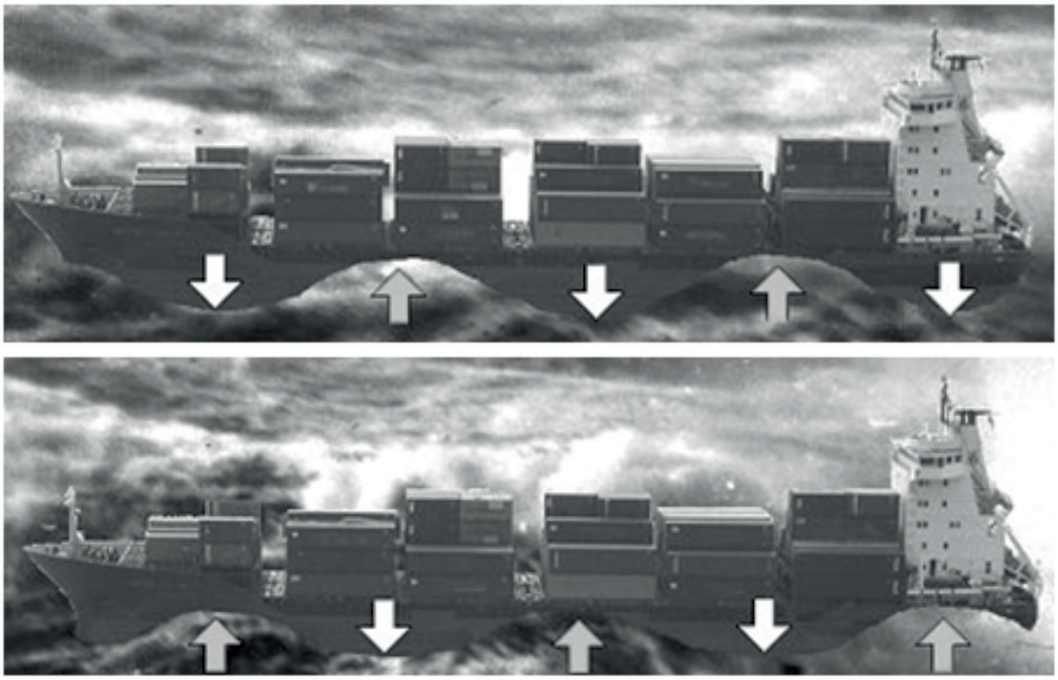


Рисунок 4. Вертикальные колебания при качке. Вверху при обладании впадин волны, внизу преобладание гребней волны

Продольный и поперечный снос (Surging and Swaying).

Волнение моря увеличивает и уменьшает ускорение судна в прямом и обратном направлении, а также при движении в стороны. В зависимости от курса, подобные ускорения могут возникать во всех возможных плоскостях, не только в горизонтальной. К примеру, если носовая часть судна на одной стороне вершины гребня волны, а кормовая на другой стороне, корпус может подвергнуться значительным скручивающим силам.

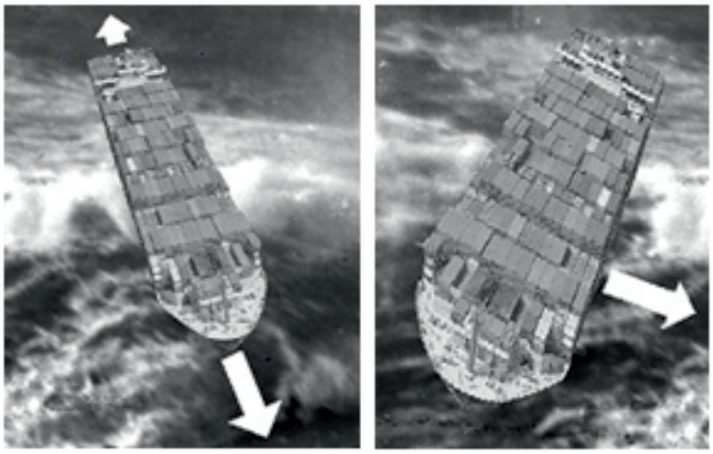


Рисунок 5. Ускорения при продольном и поперечном сносах

Килевая качка (Pitching).

Нос судна понимается над волной, в то время как корма опускается и наоборот. Углы килевой качки зависят от длины корабля. В относительно небольших объектах он составляется примерно 5°-8°, в то время как в длинных кораблях этот угол меньше 5о. Так для контейнеровоза длиной 300 м и углом килевой качки 3°, контейнер, закрепленный как можно ближе к носовой или кормовой части (на расстоянии примерно 140 м от килевой оси), пройдет расстояние в 29 м за один цикл качки. Он поднимется на 7.33 м наверх относительно горизонта, затем опустится на 14.66 м, и снова пройдет вверх 7.33 м. Во время подобного ускорения, давление на груз и на палубу возрастает, и соответственно падает во время движения судна вниз.

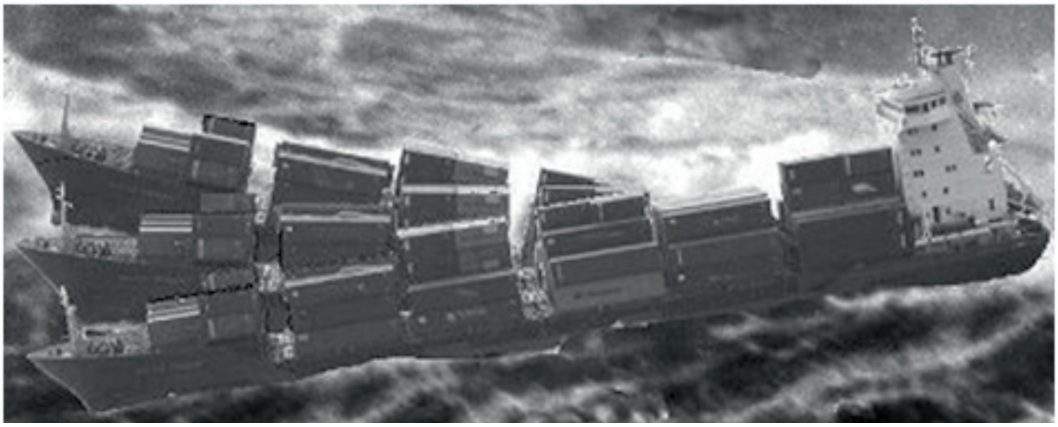


Рисунок 6. Пример килевой качки

Бортовая качка (Rolling).

Представляет собой движение из стороны в стороны транспортного средства. Период качки составляет время, затраченное на полное колебание относительно горизонта влево, обратно в горизонт, затем вправо и обратно в горизонт. Для судов с высокой остойчивостью период качки в 10 секунд и менее являются обычной величиной. Угол качки всегда определяется относительно горизонта. В большинстве морей даже большие суда раскачиваются на угол примерно в 10°.

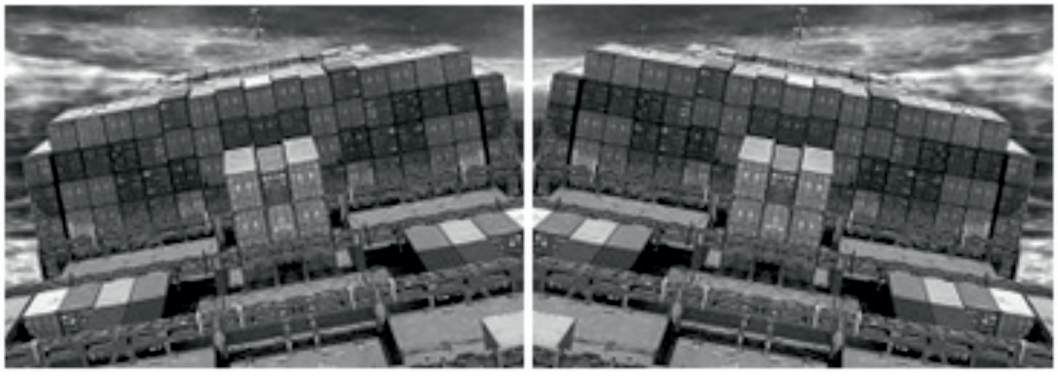


Рисунок 7. Пример бортовой качки в 10°

При плохих погодных условиях угол в 30° не редкость. Самые большие контейнеровозы проектируются способными противостоять такой качке без вреда грузу.

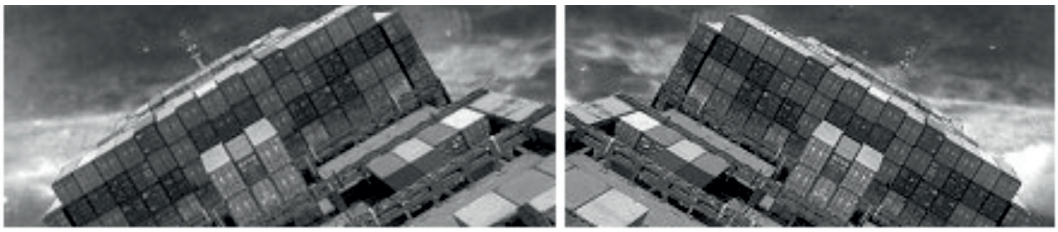


Рисунок 8. Бортовая качка в 30°

Крайне редко можно наблюдать качку в 45° и более. Можно представить, что произойдет с плохо закрепленным грузом на таких углах качки.

Рисунок 9. Бортовая качка в 45°

Вращение или колебания судна создает направленное вверх и вниз ускорение и силы направленных касательно к направлению вращения, величина которых будет возрастать с увеличением дистанции от осей вращения и колебания, и обратно пропорциональны квадрату периодов вращения и колебания. При том же самом расстоянии от осей, если период вращения или колебания уменьшился вдвое, ускоряющие силы увеличатся в четыре раза. Если период увеличится вдвое, силы соответственно увеличатся в четыре раза.

Вращение и колебание создают силы направленные по наклонной вниз. Увеличение крутизны опускания, как происходит при вращении или колебании, приводят к проскальзыванию груза по палубе. Также следует отметить, что внешне воздействующие центробежные силы, создаваемые вращающимся движением, не значительны при колебании судна.

В целом груз и контейнера на судна могут подвергаться подобным силам и ускорениям значительный период времени нахождения в море. Кроме того, колебания и волнения на море могут накладываться друг на друга, увеличивая возможность повреждения груза на палубе или в трюме.

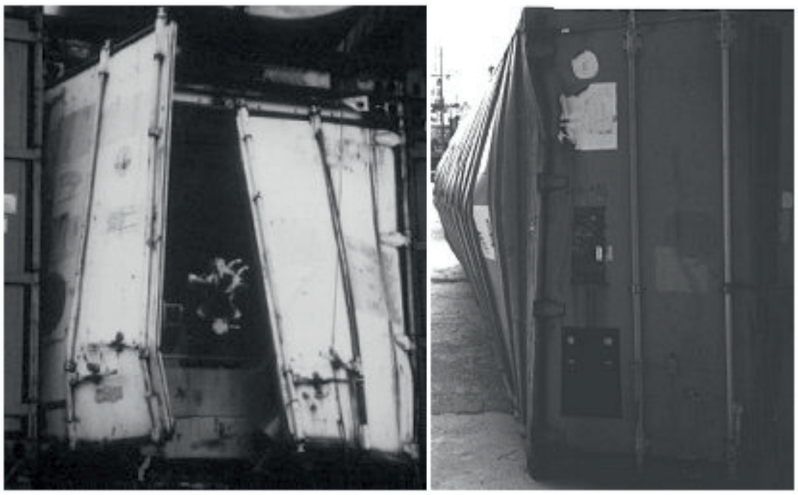


Рисунок 10. Примеры поврежденных контейнеров из-за недочетов крепления на судне

Следует отметить, что все вышеописанное не относится к так называемым опасностям на море, которые могут нанести повреждения грузу, но, тем не менее, возможны из-за неадекватного хранения и крепления грузов. В то время как подобное повреждение могут действительно возникнуть при качке судна, корень подобных проблем «местные» силы, возникающие из-за неадекватного крепления грузов.

Рисунок 11. Импульс воздействующий на судно при накате волны

Накат волны (Slamming) обозначает гидродинамические импульсы, с которыми судно сталкивается при движении корпуса вверх и вниз, входе в гребни волны и постоянного резкого опускания судна в море.

Абсолютные значения ускорений на судне не всегда довольно высоки, при спокойных условиях моря, они сопоставимы со значениями на дорожном или авиационном транспорте.

Однако следует помнить о частоте, с которой судно и груз испытывает подобные перегрузки. Так с периодом качения в 10 секунд, судно будет двигаться из стороны в сторону 8640 раз за день. При плохих условиях эта цифра возрастет до десятков тысяч.

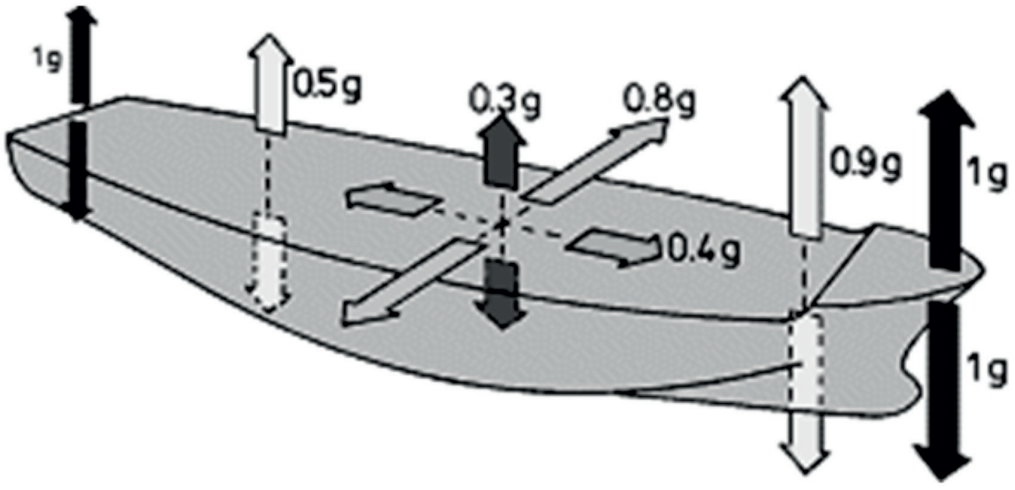


Рисунок 12. Распределение ускорений на судне, в зависимости от местоположения

Современные суда и процедуры по транспортировке грузов морем сделаны для того, чтобы сделать морскую транспортировку быстрее и дешевле, а также уменьшить нежелательное воздействие на груз в портах.

Именно для того чтобы оценить воздействие погодных условий на судно, и на груз находящийся на нем, можно использовать систему с трехосным акселерометром для сбора статистической информации, к примеру в течение одного рейса. Далее подробно рассмотрим, как собрать и настроить подобную систему.

Понадобятся следующие компоненты:

1. Микроконтроллер, в нашем случае Arduino UNO R3
2. Акселерометр MMA7361
3. Источника питания на 5В.

Подключим акселерометр по схеме

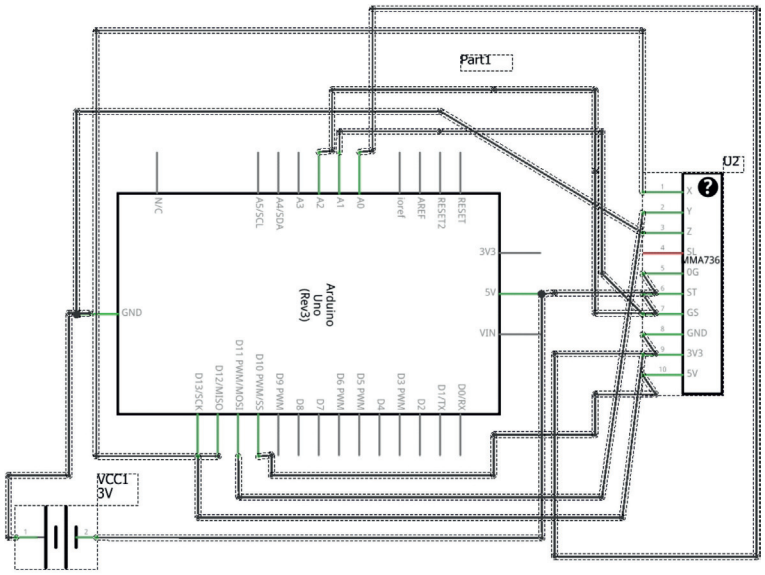


Рисунок 13. Принципиальная схема подключения акселерометра к микроконтроллеру

Перед первым запуском, датчик проведет калибровку своего положения. При этом его необходимо зафиксировать в горизонтальном положении. Также возможно добавить строки кода для определения времени работы микро-контроллера. В дальнейшем при рассмотрении полученных данных с ПЗУ данный таймер позволит точно определить время и местоположение судна.

Проведем эксперимент с акселерометром пытаясь смоделировать качение на волнах, затем с помощью полученных данных построим графики изменения всех трех координат относительно времени.

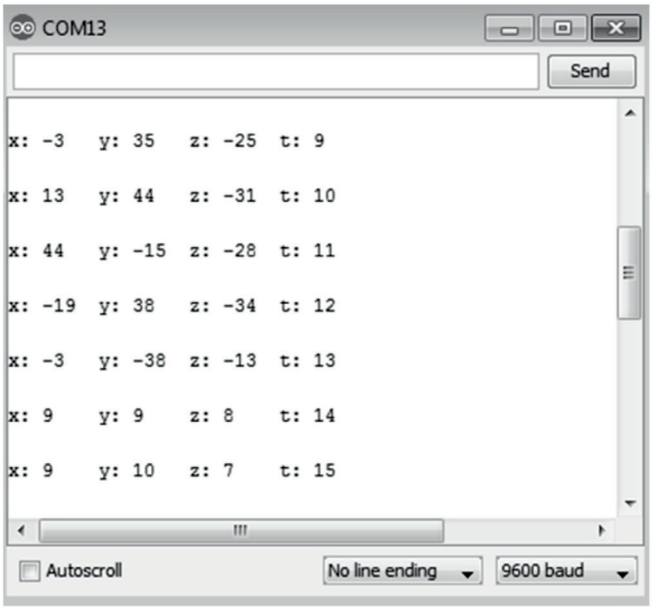


Рисунок 14. Пример получения данных с акселерометра

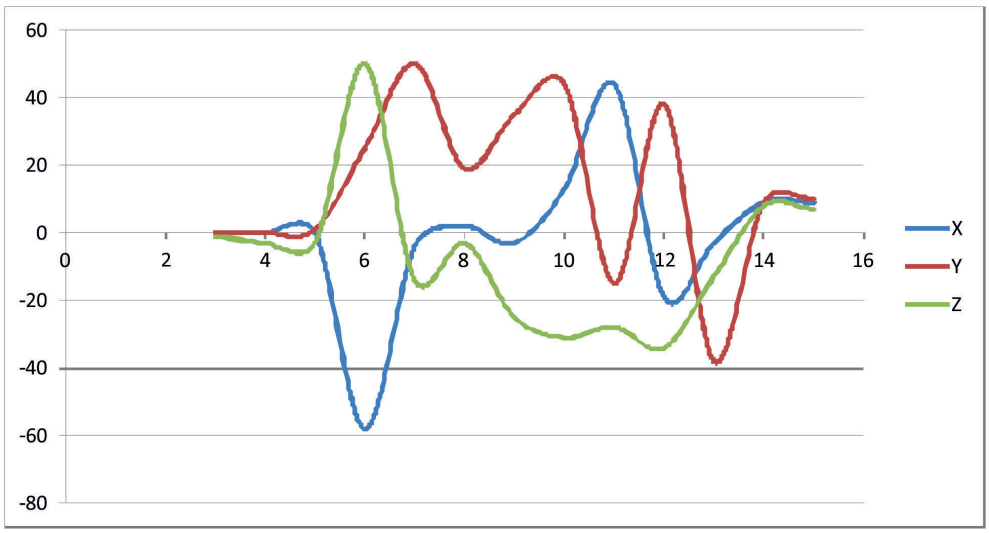


Рисунок 15. График колебаний полученных на основе данных с акселерометра

Как видно из графика, акселерометр обрабатывает движение в пространстве корректно. Однако у данной системы есть один недостаток, нам необходим ПК для того чтобы считывать данные с устройства. Однако нам не нужна статистика подобного рода непосредственно во время рейса судна. Проще заменить ПК на ПЗУ с целью записи информации. Для этого понадобится модуль для работы с MicroSD картами, который мы подключим по следующей схеме [5].

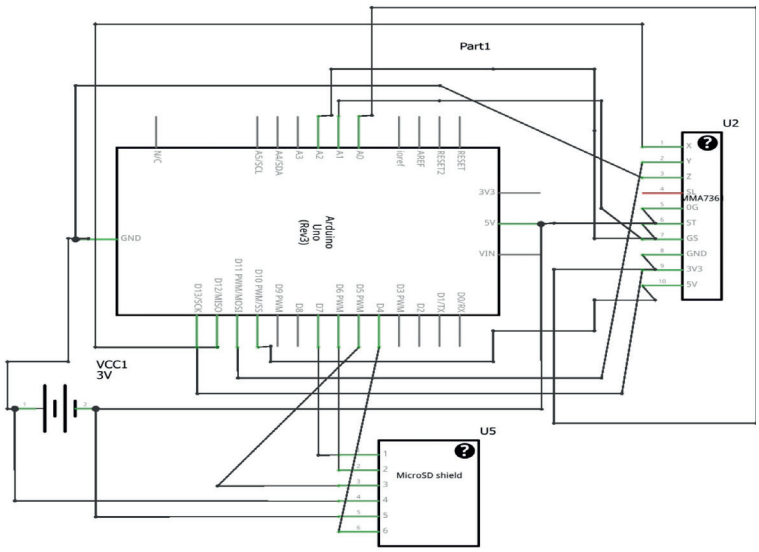


Рисунок 16. Принципиальная схема подключения акселерометра, microSD модуля к микроконтроллеру

Данная сборка позволит хранить значительные объемы информации, которые впоследствии могут быть скопированы с microSD карты на ПК для дальнейшего их анализа.

Чаще всего для оценки состояния крепежных элементов используется неразрушающий контроль (магнитопорошковая, ультразвуковая, и т.д. инспекции). С помощью данных полученных с акселерометра, возможно, собрать данные и спрогнозировать необходимость более глубоко контроля, к примеру, перед выходом в долгий рейс. Также следует отметить, что подобная система может быть установлена и на морском объекте повышенной опасности, таком как плавучий кран. Инспекция основных технологических узлов подобного сооружения, является приоритетной задачей для его владельца, во избежание серьезных происшествий, к примеру, во время грузоподъемных операций [6]■

Список литературы

1. Википедия. Морской транспорт [Электронный ресурс]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82

2. Container Handbook, Mechanical stresses in maritime transport. [Электронный ресурс].URL: http://www.containerhandbuch.de/chb_e/stra/index.html?/chb_e/stra/stra_02_03_03.html

3. MMA7361 Acceleromter Basics [Электронный ресурс]. URL: http://www.acomputerportal.com/arduino/MMA7361_accelerometer_basics/MMA7361_accelerometer_basics.ino

4. Freescale Semiconductor, Technical Data. [Электронный ресурс]. URL: http://www.geeetech.com/Documents/MMA7361L%20Datasheet.pdf

5. Популярная робототехника, подключение SD к Arduino [Электронный ресурс]. URL: https://sites.google.com/site/poprobotics/home/podkluceniesdkartkarduino

6. Надеев А.И., Романенко Н.Г., Медников Н.А., Стуров Е.В. Модернизация электроприводов плавучего крана «Богатырь» с использованием современных энергосберегающих технологий // Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер.: Морская техника и технология. – 2011. - № 3. – С. 16-21.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ АНТРОПОГЕННЫХ ФАКТОРОВ

Лавриченко Олег Вячеславович
кандидат экономических наук
инженер-программист
ОАО «Концерн Моринформсистема-Агат»
г.Москва

Ключевые слова: *инновационная система, инновационные бизнесобразующие технологии, антропогенный фактор, экономика коннекта, информационно-коннектный подход, сукцессии, негэнтропийный принцип, управление.*

Аннотация. *В статье рассматривается автоматизированное управление инновационной системой предприятия на основе авторской концепции самоорганизующихся бизнесобразующих технологий с использованием предлагаемой математической модели. Проводится анализ влияния антропогенных факторов на эффективность инновационных процессов в рамках разработанной автором теории экономики активного коннекта (экоконнекта).*

Отличительной чертой российской науки последнего десятилетия является существенный учет человеческого фактора на процесс управления экономическими системами, а также активного влияния инновационной системы промышленного предприятия и ее структурных элементов. Эндогенной основой инновационной системы промышленных предприятий являются инновационные бизнесобразующие технологии.

Когнитивные технологии, к которым относятся и инновационные бизнесобразующие, входят в перечень критических технологий современной России, определенных в Указе Президента России № 899 от 7 июля 2011 года, а также являются приоритетными направлениями развития науки, технологий и техники согласно «Прогнозу научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года».

1. Роль антропогенного фактора в инновационных самоорганизующихся бизнесобразующих технологиях.

За последние годы подход к исследованиям инновационной активности предприятий существенно изменился. Так, если еще «20 лет назад основной упор делался на реализацию инновационных проектов, то в настоящее время наблюдается переход от проектного подхода к регулярному менеджменту инновационной деятельности, понимаемого как перманентный процесс инноваций».[1]

Однако автор считает, что данный подход должен быть уточнен и рассматриваться в рамках разработанной научной концепции сбалансированного распределения инновационных ресурсов, основой которой являются инновационные бизнесобразующие технологии.

Сегодня на первый план выходит проблема диспаритетности балансов между инновациями. Решение данной задачи возможно лишь на основе инновационных бизнесобразующих технологий, которые автор определяет как «упорядоченную совокупность регламентов и процедур, способствующих адаптации современных способов разработки и принятия управленческих решений к реальной практике инновационной деятельности».[2]

Автор считает, что на сегодняшний день, даже несмотря на определенный подъем инновационной активности промышленных предприятий и увеличение инвестиций, прежде всего со стороны государства, в инновационные технологии, оснований для оптимизма на предмет эффективности инноватики, к сожалению, нет. Это подтверждается и данными Федеральной службы государственной статистики. Так, если «затраты на технологические инновации составляли: в 2003 г. – 200, в 2007 г. – 230, в 2008 г. – 260, а в 2010 г. -350 млрд.руб., - то объем отгруженной инновационной продукции составил по годам соответственно: 300, 350, 430 и 350 млрд.руб.»[3] То есть после 2008 года наблюдается постоянное снижение объема инновационной продукции, а в настоящее время затраты на инновации даже превысили его.

Последние десятилетия теория управления инновациями ознаменовалась появлением огромного количества интеграционных моделей и алгоритмов, логически законченных, имеющих свойства адаптированности и универсальной переносимости, использование которых приводит к достаточно точным результатам, поэтому умения правильно их использовать и комбинировать являются уже просто обязательным условием развития инновационной системы любого промышленного предприятия.

Таким образом, единицей инновационной активности и объектом приложения управляющих воздействий менеджеров предприятий являются инновационные бизнесобразующие технологии, которые представляют из себя упорядоченную совокупность регламентов и процедур, способствующих адаптации современных способов разработки и принятия управленческих решений к реальной практике инновационной деятельности.

Данное определение было дано нами в кандидатской диссертации и в ранее опубликованных работах[4], однако на данном этапе исследования для нас интересен другой, более высокий и сложный уровень инновационных бизнесобразующих технологий – уровень их самоорганизации. Под ними мы понимаем «стратегическую интегрированную самоорганизующуюся системную совокупность формализованных регламентов и процедур, объединяющую и использующую известные инновационные бизнесобразующие технологии и другие формы инновационной деятельности, комплексно решающую проблему взаимодействия информации, знания и коннекта между участниками инновационных процессов, автоматизирующую и регламентирующую процесс принятия технологического, организационного или маркетингового решения. Данный уровень инновационных бизнесобразующих технологий относится к когнитивным технологиям».[5]

Фундаментальной основой инновационных самоорганизующихся бизнесобразующих технологий являются способы управления информацией, а также область знаний о способах получения других знаний. Базовую, наиболее статичную основу инновационных бизнесобразующих технологий можно определить как онтологическую «библиотеку» моделей и алгоритмов инновационных стратегий развития, систему знаний о возможных вариантах развития и осуществления инновационных систем предприятий. В данном ракурсе инновационные бизнесобразующие технологии можно назвать еще и энергоинформационными, так как их основной принцип – взаимодействие энергии и информации, их взаимная трансформация.

Приведем примеры. Например, автоматизировать деятельность предприятия, ввести безбумажную бухгалтерию на предприятии, создать спрос на новый товар – это простые инновационные бизнесобразующие технологии. Они опробованы, отработаны, способны к тиражированию. Из них, как из «кирпичиков», с использованием других «стройматериалов» строятся более сложные «конструкции» - инновационные самоорганизующиеся бизнесобразующие технологии.

Этими «стройматериалами» могут быть инновационные ресурсы предприятия, личное влияние и лидерские качества отдельных людей, их коммуникации и коннект между собой, а также многие другие явления нашей жизни. Например, структурные изменения состояния любого сегментированного рынка товаров, услуг или комплексное воздействие на сознание большого количества потребителей в целях формирования новых потребностей в инновационных товарах возможны уже только с применением инновационных самоорганизующихся бизнесобразующих технологий.

Инновационные самоорганизующиеся бизнесобразующие технологии (ИСБОТ) можно представить как алгоритм действий по внедрению идеи, так и как технологию общения и коннекта между участниками процесса реализации инновационной стратегии развития, как методику обмена и структурирования информации между ними. Это способ формирования не только инновационных стратегий, но и инновационного сознания менеджеров промышленных предприятий. Их можно описать как в виде сокращенного алгоритма, в виде элементарной понятийной схемы, так и создать в подробнейшем самосовершенствующемся мультимедийном формате. Идеальная инновационная бизнесобразующая технология – это самосовершенствующийся интерактивный алгоритм в структуре инновационной системы предприятия.

Важнейшей ролью инновационной самоорганизующейся бизнесобразующей технологии является капитализация интеллектуального «сырья» в виде инновационных идей и действий, которые необходимо совершить для получения инноваций или нового знания, то есть они призваны не только отвечать на вопросы, но и формировать их, отправляя импульсы организаторам инновационных процессов на предприятии. Участники, включенные в процесс реализации инновационных стратегий развития, совместно принимают решения, а также вносят необходимые изменения в тот раздел инновационных бизнесобразующих технологий, за который они отвечают. Инновационные самоорганизующиеся бизнесобразующие технологии данного уровня как средство корпоративного общения, коннекта и технологии обмена информацией способны создавать новое знание постоянно, да еще и в полуавтоматическом режиме.

Таким образом, в инновационной самоорганизующейся бизнесобразующей технологии отражены все модели и алгоритмы действий по созданию инновационного продукта, его брендингу и выводу на рынок. То есть, это системообразующий многоуровневый гипертекст, заключенный в форму четкой и понятной интерактивной инструкции, что требует от нас исследовать данную экономическую категорию не только в ином направлении экономической мысли, но и выявило необходимость разработки самостоятельной области экономических знаний – экономики активного коннекта (экоконнекта).

2. Учет влияния антропогенного фактора на экономику активного коннекта (экоконнекта).

Термин «экономика активного коннекта» автором введен впервые и до сих пор пока не применялся, однако в современной экономической

науке потребность в нем имеется уже давно. Интенциональная необходимость обоснования данной теории еще более актуализировалась в свете концепции технологических укладов, разработанной С.Ю.Глазьевым и его коллегами. Обоснованный ими переход к 6 и от него к 7 технологическому укладу мало связан с реальным производством, а больше – с производством инноваций. Поэтому термин «экономика активного коннекта» необходимо воспринимать как изменение в современных российских условиях не только характера труда, но и всего социума.

Коннект, в переводе с английского, означает: соединять, устанавливать взаимоотношения, налаживать контакты, связываться, соединяться, ассоциировать, то есть ставить в причинную связь, быть согласованными, устанавливать непосредственную связь и т.д.

Поэтому экономика активного коннекта – это целостная, развивающаяся система знания, исследующая хозяйственную деятельность человека, которая предусматривает широкое применение когнитивных технологий, к которым относятся и инновационные самоорганизующиеся бизнесобразующие технологии, в процессах производства, распределения и потребления общественных благ.

Основную идею теории экономики активного коннекта мы определяем как эндогенный информационно-коннектный подход к поведению сотрудников предприятия при реализации ими интеграционной модели реализации инновационной стратегии устойчивого развития промышленного предприятия с целью не только достижения им конкурентноспособности и возможности максимизации стоимости, но и активно изменяющего воздействия на всю инновационную систему предприятия.

Новизна данного подхода заключается в необходимости учета трансакционных издержек длительности и интенсивности информационного коннекта между сотрудниками предприятия всех уровней и на всех итерациях процесса реализации интеграционной модели инновационной стратегии развития на основе инновационных бизнесобразующих технологий. Источник этих трансакционных издержек – ассимитричность информационного коннекта между разработчиками интеграционной модели инновационной стратегии развития и ее реализаторами на всех итерациях.

Актуальность сформулированного нами информационно-коннектного подхода заключается в возможности снизить действие неопределенности антропогенных факторов, как основных факторов неустойчивости интеграционных моделей и алгоритмов инновационных стратегий развития, за счет увеличения инвестиций на разработку инновационных самоорганизующихся бизнесобразующих технологий, позволяющих экононормировать антпропогенные факторы, так как трансакционные издержки не должны превышать размер выгод от решения проблем внешних воздействий на интеграционные модели и алгоритмы инновационных стратегий развития.

Таким образом, фундаментальная характеристика теории экономического коннекта – это антропогенные факторы, влияющие прямо или косвенно на эффективность процессов формирования и реализации инновационных самоорганизующихся бизнесобразующих технологий. Антропогенные факторы опосредуются через кадровые ресурсы, задействованные в интегрированной модели реализации инновационной стратегии устойчивого развития промышленного предприятия.

Согласно нашей концепции результатом негативного влияния антпропогенных факторов являются антропогенные сукцессии, проявляющиеся на всех итерациях функциональной модели реализации инновационной стратегии развития предприятия. Для ограничения их влияния необходима разработка адаптационной системы их мониторинга, оценки, а также экононормирования.

Антропогенные сукцессии характеризуют энтропию моделей реализации инновационных стратегий развития (энтропия – характеризует хаос моделей системы, а негэнтропия – их упорядоченность), в то время как активный коннект обладает негэнтропийным свойством (определяемый нами как негэнтропийный принцип коннекта), то есть в результате его действия устраняется энтропия всех видов моделей инновационных стратегий.

3. Математическая модель управления инновационной системой промышленного предприятия с учетом влияния антропогенного фактора.

Эффективным инструментом поддержки принятия решений в инновационной сфере промышленного предприятия является математическая модель, отражающая особенности планирования и управления его инновационной системой в условиях изменчивости товарных и финансовых рынков.[6]

Приведем описание математической модели выбора оптимального варианта инновационной системы промышленного предприятия, включающего инновационные ресурсы, объем и источники финансирования. В качестве критерия предлагается рассматривать рыночный критерий – максимум денежного потока инновационной деятельности предприятия, скорректированного на величину R возможного ущерба в стоимостном выражении вследствие влияния антропогенного фактора.

В качестве моделируемого объекта нами рассматривается промышленное предприятия с серийным характером производства, входящее в состав ОАО «Концерн Моринформсистема-Агат». Такой выбор объясняется следующими причинами. Во-первых, объем промышленного сектора по оценкам российских экономистов занимает порядка 65 % в общем объеме индустриального сектора. [7] Во-вторых, для предприятия с серийным про-

изводством применимы все известные методы анализа и калькуляции затрат, например, такие как стандарт-костинг, директ-костинг, учет по функциям и др., а также методы определения составляющих интегрального результата инновационной деятельности. В-третьих, для таких предприятий в полной мере применимы различные методы объемного оценивания загрузки основного и вспомогательного технологического оборудования, предполагающие возможность оценивания как стоимостных, так и ресурсно-временных показателей инновационного процесса с учетом влияния антропогенного фактора.[8]

Приведем формальную модель выбора оптимального варианта инновационной системы промышленного предприятия с учетом антропогенного фактора. Целевая функция – максимум денежного потока от инновационной деятельности, скорректированного на величину рисковых издержек по группе внутреннего риска. Денежный поток от инновационной деятельности *Cin (cash flow from innovating activities)* определяем как разность выручки от реализации инновационной продукции и производственных затрат:

$$Cin = (1 - \delta_t)\left[\sum_{n=1}^{N}\left(a_i^{(t)} - b_i^{(t)}\right) * x_i^{(t)} - ZP_t - \alpha_t * V_t\right] \quad (1)$$

где: *Cin* – денежный поток от инновационной деятельности; *i=1, N*- индекс инновационной продукции; $a_i^{(t)}$ - цена реализации единицы инновационной продукции *i*-го наименования; $x_i^{(t)}$ - объем выпуска инновационной продукции *i*-го наименования; $b_i^{(t)}$ - переменные издержки единицы продукции *i*-го наименования; ZP_t - постоянные издержки производства; α_t - процентная ставка по заемным средствам, привлеченным под инновационный проект; η_t - ставка налога на прибыль. В формуле и во всех вышеприведенных значениях индекс *t* указывает на период планирования. Таким образом, денежный поток *Cin* от инновационной деятельности в периоде *t* совпадает с чистой прибылью за тот же период.

Формальные модели управления экономическими системами микроуровня достаточно подробно описаны в диссертации Шардина А.А.[9]

Определим элементный состав переменных $b_i^{(t)}$ и постоянных ZP_t производственных затрат для промышленного предприятия с серийным характером производства.

Производственные затраты b^t включают элементные затраты по осуществлению в периоде *t* инновационной деятельности, связанной с выпуском и реализацией инновационной продукции, задаваемой вектором $\overline{X}$: прямые (материальные, трудовые, амортизация основного капитала) и косвенные затраты (содержание организационно-технической и антропогенной инфраструктуры, обязательные платежи государственным и муниципальным органам).

Аналитическое выражение производственных затрат периода *t* представляется нами в следующем виде:

$$b_t = \left(1 + k_z^{(t)}\right)\left[\sum_{n=1}^{n} b_i^{(t)} * x_i^{(t)} + ZP_t\right] \quad (2)$$

где: $k_z^{(t)}$ – норматив косвенных затрат; $b_i^{(t)}$ – удельные переменные затраты на единицу инновационной продукции i-го наименования; ZP_t – постоянные затраты.

Таким образом, принимая во внимание процедуру формирования денежного потока от инновационной деятельности, функционал математической модели выбора оптимального варианта инновационной системы промышленного предприятия с учетом влияния антропогенного фактора можно выразить следующим образом:

$$Cin = (1 - \delta_t)\left[\sum_{n=1}^{N}\left(a_i^{(t)} - b_i^{(t)}\right) * x_i^{(t)} - ZP_t - \alpha_t * V_t\right] - P_t \rightarrow max \quad (3)$$

Из чего следует, что контроль и снижение интенсивности антропогенных факторов является одним из главных условий устойчивости и эффективности всех интеграционных математических моделей реализации инновационных стратегий развития в структуре инновационной системы промышленного предприятия■

Список литературы

1. Яковенко В.С. К вопросу об актуальности исследований процессов инновационного развития предприятий // Молодой ученый.-2011.-№5.-Т.1.-С.237-239.
2. Лавриченко О.В. Разработка инновационной стратегии устойчивого развития промышленного предприятия: автореферат дис. … канд.экон.наук.-М.:Изд-во МЭСИ,2013.-С.14.
3. Российский статистический ежегодник.2011.Статистический сборник.-М.:Росстат,2011.-С.38-39.
4. См. Лавриченко О.В. Разработка инновационной стратегии устойчивого развития промышленного предприятия: дис. … канд.экон.наук.-М.:МЭСИ,2013; Лавриченко О.В. Системный подход к определению экономической эффективности инновационных проектов//Креативная экономика.-2013.-№11(83).-С.91-94.
5. Лавриченко О.В. Инновационные бизнесобразующие технологии как эндогенная основа инновационной системы промышленного предприятия:монография.-М.:Изд-во МосГУ,2014.-С.48.
6. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы:учебно-методическое пособие/М.М.Алексеева.-М.:Финансы и статистика,2003.-С.245.
7. Бендиков М.А. Стратегическое планирование развития наукоемких технологий и производств.-М.:Academia,2000.-С.154.
8. Баронов В.В. Автоматизация управления предприятием.-М.,2000.-С.214.
9. Шардин А.А. Методы и математические модели фомирования производственной стратегии предприятия с учетом факторов риска: автореферат дис. … канд.экон.наук.-М.,2010.

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ОБЛАЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Ицков Олег Михайлович
Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)

В последнее время одной из инновационных технологий в информационной среде стала *Облачная технология* (*cloud technology). В настоящее время концепция облачных систем состоит из следующих основных сервисов, которые предлагаются пользователям:*

• **аппаратное обеспечение как сервис (HaaS, Hardware as a Service);**В данном случае пользователю сервиса предоставляется оборудование, на правах аренды которое он может использовать для собственных целей.

• **программное обеспечение как сервис (SaaS, Software as a service);** Данный сервис является функционалом «программного обеспечения по требованию», в данном контексте программное обеспечение предоставляется на удаленных серверах и пользователь может получать его ресурс посредством сетей передачи данных.

• **все как сервис (EaaS, Everything as a Service);** В данном виде сервиса пользователю предоставляется полный спектр программно-аппаратного обеспечения, включая взаимодействие между пользователями системы.

• **платформа как сервис (PaaS, Platform as a service);** Пользователю предоставляется сервис компьютерной платформы с программным обеспечением.

• **инфраструктура как сервис (IaaS, Infrastructure as a service);** Пользователю предоставляется полноценная компьютерная инфраструктура, как правило виртуальные платформы (виртуальная компьютерная система, виртуальная рабочая станция) связанные коммуникационными возможностями.

• **рабочее место как сервис (WaaS, Workplace as a Service);** В этом случае облачные технологии используются для организации высокопроизводительных рабочих мест с настроенным и установленным на них необходимым программным обеспечением, необходимое для выполнения конкретных прикладных задач .

• **данные как сервис (DaaS, Data as a Service);** В данном случае предоставление сервиса заключается в том, что пользователю предоставляется дисковое пространство(реальное, распределенное, виртуальное), которое он может быть использовано для хранения больших объемов данных.

Достоинства облачных технологий:

• **доступность** – облачные технологии доступны везде, где есть доступ к сети Интернет, с любого компьютера или устройства подключенного к сети. Это позволяет как пользователям, так и устройствам, подключенным к сети получать доступ как к различным высокопроизводительным системам, так и к результатам их работы или произвольному контенту.

• **низкая стоимость** – главными факторами снижающими стоимость использования облачных технологий являются следующие:— существенное снижение расходов на обслуживание виртуальной инфраструктуры и виртуальных машин, вызванное существенным развитием технологий виртуализации, за счет чего требуется меньший штат для обслуживания всей инфраструктуры предприятия; - оплата за фактическое использование ресурсов облачных систем, потребитель облачной технологии оплачивает фактическое использование вычислительных мощностей облака, что позволяет ему эффективно распределять свои денежные ресурсы; -использование облачных ресурсов на правах аренды, позволяет пользователям снизить расходы на закупку дорогостоящего оборудования

• **гибкость** — практически неограниченная возможность по оперативному наращиванию вычислительных ресурсов (оперативная память, вычислительные возможности, дисковая память), за счет использования систем виртуализации, процессы масштабирования и администрирования «облачных систем» становиться достаточно простой задачей, так как «облако» может предоставить необходимые ресурсы, которые требуются в данный момент времени, а оплата ресурса идет только за его использование.

• **надежность** – надежность облачных сервисов является достаточно высокой, поскольку, в основном данные ресурсы располагаются в оборудованных центрах обработки данных (ЦОД), оборудованных различными инженерными резервными системами, высококвалифицированным персоналом, охраной, системами резервирования данных, резервные каналы передачи данных и пр [1-3].

• При анализе предоставляемых основных возможностей облачных технологий достаточно интересным и перспективным являются возможности по организации облачного управления различными процессами и технологическими объектами (*cloud control).*

Облачное управление (*cloud control)*. Основной инструментарий данной технологии состоит в предоставлении централизованного доступа к ресурсу для распределенных устройств управления и контроля. Подобные устройства получают названия модулей или юнитов(Unit). Каждый юнит является промежуточным звеном связывающим «облако управления» и то, или иное исполнительное устройство или технологический объект. Сам юнит может функционировать как по жестко определенной программе, так и по динамически обновляемой, которая также может определяться и находится в облачной среде управления. В зависимости от выполняемых функций возможны различные варианты предоставления доступа к облачному управлению: для высоконадежных и ответственных систем этому варианту соответвует постоянный доступ – on-line, для менее ответственных систем подобным уровнем доступа можно пренебречь.

При подобной организации систем облачного управления возможна и организация массового доступа управляемой группы объектов к единому информационному ресурсу управления с различными вариантами изменения тех или иных характеристик управления, в том числе и каждым объектом, поскольку возможно проведение централизованной обработки и анализа данных и их изменение в процессе обработки по различным критериям.

Так же следует отметить, что сами данные для объектов управления хранящихся в облаке, могут представлять достаточно сложную, взаимосвязную иерархическую структуру, наделенную в той или иной возможности искусственным интеллектом. Это возможно как при использовании жестко заданного алгоритма функционирования привязанного к определенным событиям(временным, технологическим, внешним событиям управления), так и при наличии различного рода «обратных» связей в системе или добавлением в систему «обратных» юнитов основной задачей которых является предоставление информации в облако управления о тех или иных аспектах процесса управления. Наиболее яркий пример данной системы – управлении дорожным движением на основе светофоров: один перекресток, улица, квартал, район и тд.

Подобные облачные технологии управления в настоящее время представлены в основном в крайне зачаточном, и разрозненном исполнении, но несмотря на это следует отметить что, число подобных систем и технологий применения их постоянно растет■

Список литературы

1. Унжаков А. Облачная ИТ-инфраструктура и ЦОД Журнал Connect! Мир Связи 9.2012
2. Ткачев В. Семейство облачных продуктов VMware Журнал Connect! Мир Связи 4.2012.
3. Зимин Е.. ЗаОблачные технологии завтрашнего дня. Журнал Gental's Club 1. 2012

КӨЛІК, КӨЛІК ТЕХНИКАСЫ ЖӘНЕ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ МАМАНДЫҒЫ СТУДЕНТТЕРІН ОҚЫТУДА «КӨЛІКТЕГІ ЕҢБЕКТІ ҚОРҒАУ ЖӘНЕ ЭРГОНОМИКА» ЭЛЕКТРОНДЫҚ ОҚУ ҚҰРАЛЫН ҚОЛДАНУДЫҢ МАҢЫЗЫ

Киздарбекова М.Ж

Жетимекова Г.Ж.

Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті

XXI ғасыр – ақпараттандыру ғасыры. Қоғамда қазіргі заман дәуіріндегі ғылыми-техникалық үдерістің дамуына байланысты адам іс-әрекетінің барлық қызметінде компьютерлік технологияны пайдалану кең етек жайды. Қоғамды компьютерлендіру, білімді ақпараттандыруда есептеу техникасы құралдарының белсенді түрде қолданылуы оқу орны және кәсіби педагогика ғылымы алдына бірқатар көкейкесті міндеттер қоюда. Ол міндеттер оқу-тәрбие үдерісінің тиімділігін жоғарылатуда компьютерлік технологияларды пайдалану мүмкіндіктерін зерттеуге байланысты.

Қазақстан Республикасының Еуразиялық аймаққа кіруі, ел Президентінің «Қазақстан-2050» атты стратегиялық бағдарламасына сәйкес жаңа техника мен технология үдерістерінің дамуы келешекте жоғары оқу орындарында кәсіби маман даярлаудағы өзекті мәселе туғызады.

Электронды оқыту - мәні білім берудің ұшқыр мазмұны, іс-әрекеттің интерактивтік тәсілдері және оқушылардың оқу нәтижелерін тұлғаландырылған есепке алу негізінде ақпараттық білімдік орта жағдайында білімдік процесс субъектілерінің интерактивтік қашықтықтық өзара әрекеттестігін құратын педагогикалық және ақпараттық-қатынастық технологияларды кіріктіру негізінде іске асырылатын оқытудың өзіндік түрі [1].

Электронды оқулықты пайдаланудың тиімді жолдары:

1. Оқушының уақытын тиімді пайдалануға мүмкіндік жасайды.
2. Электронды оқулық көмегімен информатика пәнінің негіздерін оқу кезінде көптеген мәліметерді алып, оқып үйренуіне болады.
3. Кез келген тақырыптың күрделігімен , қиын бөлімдерінде қосымша тапсырмаларды , видеоклиптер, аудиохабарларды кең көлемде қолдана алады.
4. Жаңа тақырыптарды жылдам әрі нақты түсіндіре алады.
5. Тақырыпты қалай меңгергенін тест тапсырмалары орындау арқылы тез көре алады.
6. Әр бөлім ішінде қарастырылып отырған жаңа сөздерге түсіндермелер қарастырылған .
7. Мұғалім үшін жеке оқушымен жұмыс жүргізуіне барлық жағдайлар қарастырылған.
8. Оқушының ақыл- ой өрісін, дүниетанымын кеңейтуге көп ықпал жасайды.

Электрондық құрал педагогикалық және ақпараттық-қатынастық технологияларды кіріктіру негізінде оқу-танымдық іс-әрекеттің заңдылықтарын ескеріп,білімдікпроцесссубъектілерініңқашықтықтық өзара әрекеттестігінің автоматтандырылған процесін қамтамасыз ететін қолданбалы бағдарламалық өнім болып табылады.

Электрондық оқулық объектісі ғылыми негізделген фактілер, тұжырымдар мен ережелердің, сонымен қатар берілген оқу курсында оқытылатын объектілердің, құбылыстар мен үрдістердің қатынастары мен қасиеттерінің жиынтығы болып табылатын сандық, мәтіндік, графикалық, аудио, видео және басқа оқыту ақпараты болуы керек.

Білім беру ұйымдарындағы электронды оқытудың басты мақсаты ашық ақпараттық білімдік кеңістіктегі ұшқыр ақпараттық-коммуникациялық өзара әрекеттестіктің негізінде қағидасы «бүкіл ғұмыр бойы оқу» болуы тиіс білім алушылардың ақпараттық-коммуникациялық тұлғалығын қалыптастыру болып табылады. Оқыту үрдісінде электрондық оқу құралдарын қолдана отырып, келесі міндеттерді шешуге болады:

- жаппай сапалы білім беруге бағытталған озық білімдік ресурстар мен технологияларға білімдік процестің барлық қатысушыларының тең қатынас құруын қамтамасыз ету;
- толық бағалы білімдік кеңістікті құру және әрбір

білім беру ұйымының білім алушысының жеке дара дамуын кешенді сүйемелдеуді қамтамасыз ету;

- жаппай сапалы білім беруді қамтамасыз ететін білімдік процесті технологияландыру;

- жоғары оқу орнындағы білім беруді басқару жүйесін автоматтандыру;

- білім алушылар мен оқытушылар өзара әрекеттесу мәдениетін дамыту [2].

Электронды оқытудың жоғары аталып кеткен міндеттерін ескере отырып, «Көліктегі еңбекті қорғау және эргономика» пәні бойынша электрондық құралы әзірленді. Аталған электрондық оқу құралы пәннің жұмыс оқу бағдарламасына сай жасалды.

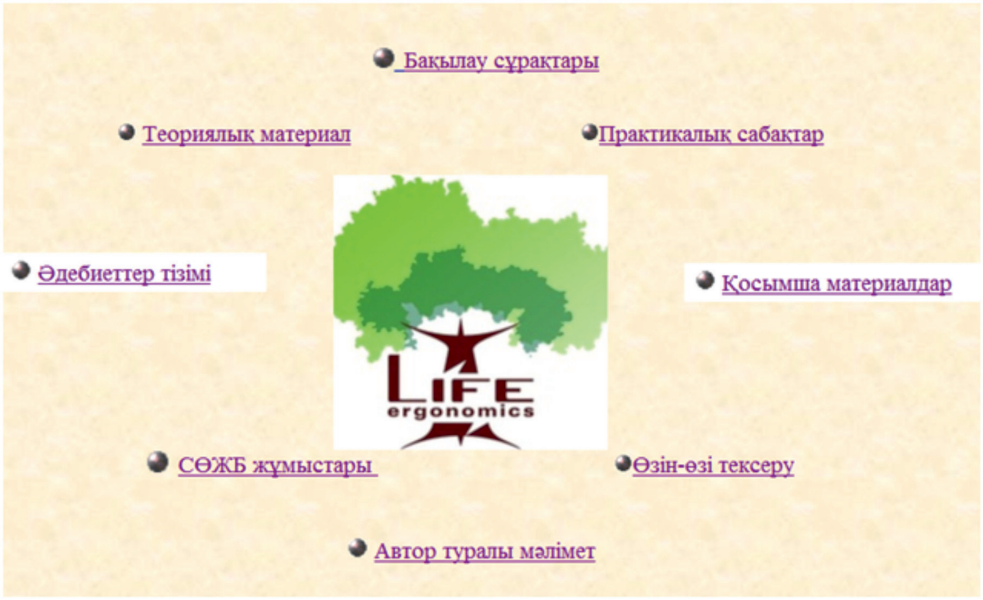
Электрондық оқу құралын құру барысында меңгеруге арналған оқу материалы жете сұрыпталды және құрылымданды.

Электрондық оқулықтың құрылымы теориялық материал, практикалық материал, бақылау сұрақтары, өзіндік жұмысты басқару, өзін өзі тексеру, әдебиеттер тізімі, автор туралы мәліметтер беттерінен тұрады.

Электрондық оқулық қағаз оқулықтан көрнекілігімен, мәтіннің қысқа түрде берілуімен, бейне, әрі аудиодыбыстармен қамтылуымен және білімді интерактивті тексеру, тапсырмаларды орындау нәтижелерін қадағалау арқылы студенттің оқытушымен бірге, сондай-ақ өзбетінше білімін жетілдіруіне мүмкіндік беретіндігімен ерекшеленеді.

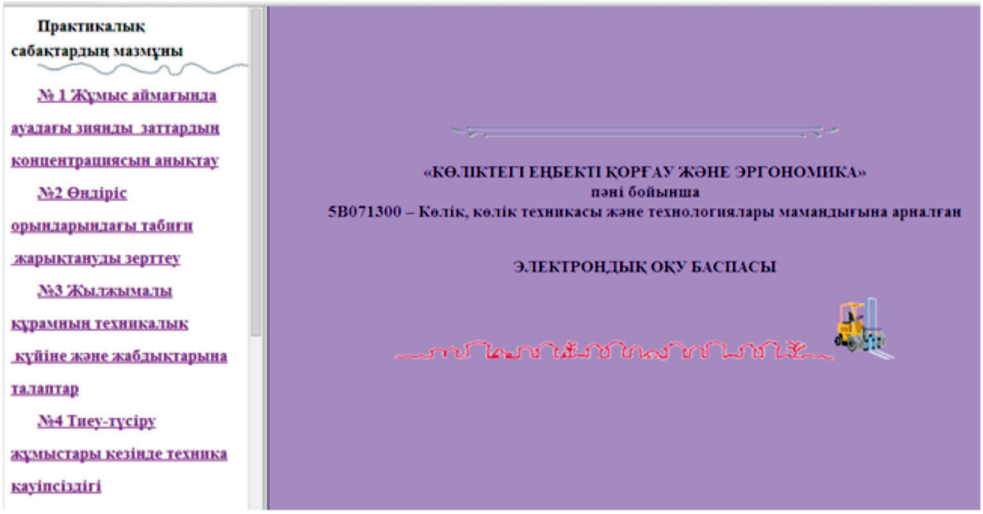
Электрондық оқулықта мультимедиалық мүмкіндіктер студенттің психологиялық ерекшеліктерін ескере отырып қолданылды. Атап айтқанда, оқу мәтінін студент тек тыңдап немесе тек оқып отырып, сондай-ақ тыңдап, әрі оқып отырып меңгеру мүмкіндіктері қарастырылды [3].

Дәрістер кешені оқу бағдарламасына сай курсты толық меңгеруге қажетті тақырыптардан тұрады. Барлық бөлімдер гиперсілтеме арқылы байланысып, ғылыми мәліметтермен толықтырылған. (Сурет 1)



Сурет 1. Электрондық оқулықтың негізгі беті

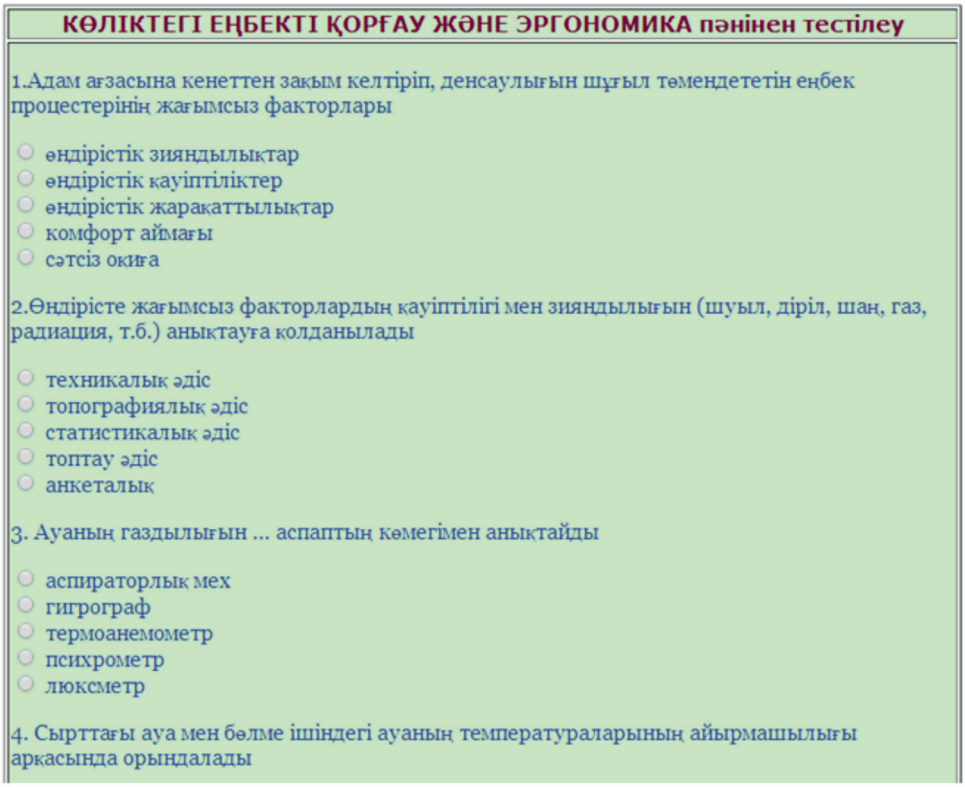
Электрондық оқулықтың құрылымы фреймдік ереже бойынша құрылып, фреймдік ереженің қағидалары сақталған. Сол себепті экран екі бетке бөлініп материал жіктелген. (Сурет 2.)



Сурет 2. Материалды ұсыну беті

Тестілеу бөлімі оқу материалын меңгеру деңгейін бақылау үшін арналған және тестілік тапсырмалар жиынынан тұрады. Олар студенттердің өзін-өзі тексеруі үшін арналған.

Электрондық оқу құралын студенттер аудиториялық емес уақытта өздігінен білім алу, өз-өзін тексеру, бақылау жұмыстарына дайындалу үшін пайдаланыла алады. (Сурет 3.)



Сурет 3. Өзін өзі тексеру беті

Қазіргі уақытта заман талабына сай студенттерге сапалы білім беруде электрондық оқу құралдарын оқу үрдісінде пайдалану оқытушылардың студенттерге білім беру ұстанымын қалыптастыруға, әлемдік білім кеңістігіне еркін енуіне, желілік шығармашылық қоғам арқылы тәжірибе алмасуға мүмкіндік береді [4].

Қорытындылай келетін болсақ, осы жобада әзірленген электрондық оқулық білім алушының жаңа пәнді жан-жақты және жоғары деңгейде меңгеруіне мүмкіндік береді. Қолданушы дәрістік кешенді мәтіндік түрде ғана қабылдамай, сонымен бірге жадысында сақталу мақсатымен алуан түрлі түсіндерме анимациялар мен динамикалық сұлбаларды көре алады. Меңгерген білімін көрнекі тәжірибелік жұмыстар бөлімінде толықтырып, межелік не қорытынды тестілеу арқылы бекітеді. Мұндай электрондық оқу курсы жоғары оқу орындарында Көліктегі еңбекті қорғау және эргономика пәнін меңгеруші студенттермен, сонымен бірге бұл салада қызығушылық танытқан адамдар үшін ыңғайлы да толыққанды оқу курсы болып табылады■

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. http://45minut.kz/?p=37772
2. Қазақстан Республикасы мектептік білім беру ұйымдарындағы электрондық оқыту жүйесі туралы ереже.
3. http://www.aikyn.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=8396
4. Нурбекова Ж.К. Теоретико-методологические основы обучения программированию: Монография. – Павлодар, 2004, 139с.

ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИИ (учебного пособия, брошюры, книги)

Если Вы собираетесь выпустить монографию, издать учебное пособие, то наше Издательство готово оказать полный спектр услуг в данном направлении

Услуги по публикации научно-методической литературы:
- орфографическая, стилистическая корректировка текста («вычитка» текста);
- разработка и согласование с автором макета обложки;
- регистрация номера ISBN, присвоение кодов УДК, ББК;
- печать монографии на высококачественном полиграфическом оборудовании (цифровая печать);
- рассылка обязательных экземпляров монографии;
- доставка тиража автору и/или рассылка по согласованному списку.

Аналогичные услуги оказываются по изданию учебных пособий, брошюр, книг.

Все работы (без учета времени доставки тиража) осуществляются в течение 20 календарных дней.

Справки по тел. (917) 372-06-78, post@nauchoboz.ru.

Уважаемые читатели!

Если Вас заинтересовала какая-то публикация, близкая Вам по теме исследования, и Вы хотели бы пообщаться с автором статьи, просим обращаться в редакцию журнала, мы обязательно переправим Ваше сообщение автору.

Также приглашаем Вас к опубликованию своих научных статей на страницах других изданий - журналов «Научная перспектива» и «Научный обозреватель».

Наши полные контакты Вы можете найти на сайте журнала в сети Интернет по адресу www.gnpi.ru Или же обращайтесь к нам по электронной почте mail@gnpi.ru

С уважением, редакция «Журнала научных и прикладных исследований».

Издательство «Инфинити».
Свидетельство о государственной регистрации ПИ №ФС 77-38591.
Отпечатано в типографии «Принтекс». Тираж 500 экз.
Цена свободная.