

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

ISSN 2587-5981



Периодическое издание

Выпуск №3

Казань, 2018

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ**

**"ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ"**

**Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»**



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2018 год

Основное заглавие: Экономика и парадигма нового времени

Параллельное заглавие: Economics and the paradigm of the new time

Языки издания: русский (основной), английский (дополнительный)

Учредитель периодического издания и издатель: Научное объединение «Вертикаль Знаний»

Место издания: г. Казань

Формат издания: электронный журнал в формате pdf

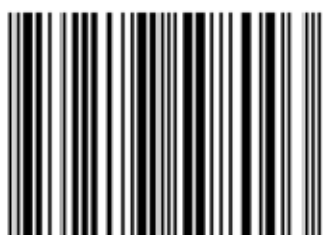
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

ISSN: 2587-5981

Редколлегия издания:

1. Кораблев Максим Михайлович - канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
2. Королук Елена Владиславовна - д-р экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
3. Мезенцева Екатерина Викторовна - канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
4. Кирова Татьяна Александровна - канд. экон. наук, доцент, Армавирский социально-психологический институт.
5. Буркальцева Диана Дмитриевна - д-р экон. наук, доцент, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
6. Святохо Наталья Валентиновна - канд. экон. наук, доцент, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
7. Самигуллин Эльдар Валиевич - д-р экон. наук, профессор, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.
8. Охременко Светлана Игоревна - канд. техн. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.
9. Гасило Елена Александровна - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.

ISSN 2587-5981



9 772587 598003 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Экономика и парадигма нового времени. - 2018. - № 3 (5).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

**«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Стр. 5 Коситов О., Абдусатторова Р.Ш.

Социально-экономические последствия миграционных процессов в Республике Таджикистан

Стр. 11 Лифанова М.И.

Формирование новых международных финансовых центров в контексте расширения эмерджентных рынков (на примере Польши)

Стр. 17 Попова В.Е.

Особенности маркетинговой деятельности в АО «Молочный комбинат «Ставропольский»

Стр. 22 Ставропольский Ю.В.

Ноосферный модус профессионально-личностного саморазвития в инновационной деятельности

УДК 3.33.331.5.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

*Коситов Одилбой, Институт экономики и торговли
Таджикского государственного университета коммерции,
г. Худжанд, Таджикистан*

*Абдусатторова Рано Шакиржановна, Институт экономики и торговли
Таджикского государственного университета коммерции,
г. Худжанд, Таджикистан,
E-mail: abdusattarova@rambler.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены возможности трудоустройства населения, проанализировано распределение численности городского и сельского населения Республики Таджикистан по возрастным группам за периоды 2001-2017 гг., а также уровень занятых трудовых ресурсов. Рассмотрены причины роста миграции за пределы страны, предложены меры по повышению эффективности миграционных процессов в стране.

Abstract. The article considers the employment opportunities of the population, analyzed the distribution of the urban and rural population of the Republic of Tajikistan by age groups for the periods 2001-2017, the level of employed labor resources, the reasons for the growth of migration outside the country, and proposed measures to improve the efficiency of migration processes in the country.

Ключевые слова: занятость, уровень занятости, рабочие места, миграция, рыночная экономика, трудовые ресурсы, рынок труда Республики Таджикистан, служба занятости.

Key words: employment, employment level, jobs, migration, market economy, labor resources, labor market of the Republic of Tajikistan, employment service.

*Личности эмигрируют, нации – никогда
Фредерик Дуглас*

Известно, что занятость населения является одной из главных и ключевых государственных задач. Достижение высокого уровня занятости, особенно в Республике Таджикистан, остается одним из вопросов развития государства. Проблема обеспечения трудоспособного населения Таджикистана рабочими местами существовала и в советские времена, когда государство гарантировало работу всем лицам трудоспособного населения, актуальна и по сей день.

Неслучайно в стране получили развитие такие трудоемкие отрасли производства, как хлопководство, овощеводство, хлопкоперерабатывающие и другие промышленные направления. Тем не менее, и советский период из-за отставания темпов создания новых рабочих мест от темпов роста населения в трудоспособном возрасте значительная часть населения оставалась незанятой. Миграция до 1970 года имела отрицательное сальдо для Республики Таджикистан.

В условиях рыночной экономики существенно меняется точка зрения на вопрос занятости, т.е. на смену идеологии всеобщей занятости лиц трудоспособного возраста приходит идея занятость по желанию. В стране создаются условия и возможности трудоустройства, а населения вправе принимать или не принимать участие в трудовой деятельности.

Тем не менее, высокий рост трудовых ресурсов и их концентрации в сельской местности при ограниченных возможностях расширения сферы приложения труда создает большой избыток населения в трудоспособном возрасте, что можно проследить по данным, приведенным в табл.1.

Таблица 1

Распределение городского и сельского населения
Республики Таджикистан по возрастным группам
(в %, на начало года) [1]

	Население в возрасте					
	Моложе трудоспособного		Трудоспособном		Старше трудоспособного	
	Городское	Сельское	Городское	Сельское	Городское	Сельское
2001	27,7	38,0	36,6	54,3	8,7	7,7
2005	26,8	36,0	64,9	56,5	8,3	7,5
2010	28,1	36,9	62,7	55,2	9,2	7,9
2015	35,1	35,5	63,4	59,5	5,3	5,0
2017	35,2	35,6	63,5	60,0	5,3	5,1

На сегодня в республике недостаточно быстро увеличивается количество работников индустриальной сферы. Численность лиц, занятых в промышленности и строительстве, растет медленно, следовательно, потребность в рабочей силе в этих отраслях небольшая.

В 2016 году в Республике Таджикистан на учете в службах занятости состояло около 100 тыс. человек. Однако по материалам экспертной оценки треть экономически активного населения Республики являются безработными.

Тяжелые социальные экономические условия вынуждают граждан Республики Таджикистан покидать родину.

Анализ собранных данных, личных наблюдений и бесед с представителями населения даёт основание выделить основные причины миграции: высокий уровень роста трудовых ресурсов, недостаточное количество рабочих мест, а так же низкая заработная плата и т.д. По данной причине многие трудоспособные граждане предпочитают трудоустроиваться за пределами Республики (в основном в России и Казахстане).

При этом миграционная политика РФ играет определяющую роль в формировании потоков внешней трудовой миграции населения Таджикистана в силу значительных экономических возможностей, действия культурно-исторических факторов и наличия спроса на трудовые ресурсы.

Действия социальных сетей является мощным стимулирующим фактором для граждан РТ, намеренных выехать в Россию из Таджикистана на заработки [5].

Трудовая миграция имеет множество как положительных, так и отрицательных последствий. Массовая трудовая миграция снижает напряженность на национальном рынке труда. Денежные переводы трудовых мигрантов является значительным источником иностранной валюты. Доходы трудовых мигрантов повышают уровень жизни населения, улучшают платежный баланс республики. В тоже время из страны уходит лучшая, наиболее конкурентоспособная и предприимчивая часть населения, ослабляя тем самым национальную экономику. Тем не менее, современная внешняя трудовая миграция в целом выгодна Республике, поскольку она способствует решению многих острых социально-экономических проблем.

Для рационального регулирования распределения трудовых ресурсов Республики Таджикистан необходимо разработать эффективную миграционную политику. Государственные органы управления должны усилить сотрудничество в сфере регулирования миграционных процессов с Россией и Казахстаном. В этой связи странами ЕАЭС целесообразно гармонизировать национальные законодательные акты, чтобы создать единую нормативно-правовую базу ЕЭП.

В ближайшие годы правительство РТ как основную часть мер по регулированию миграционных процессов запланировало снижение уровня стихийности внешней трудовой миграции населения. Для Республики особенно важно разработка и реализации долговременной программы по направлению избытка трудовых ресурсов за рубеж и созданию механизма привлечения финансовых средств мигрантов в экономику РТ.

Из-за низкого уровня профессионального образования мигранты выполняют неквалифицированные низкооплачиваемые работы. Многие трудовые мигранты – это сезонные работники, которые мигрируют на работу весной, а зимой возвращаются.

Многие трудовые мигранты устраиваются на работу по устной договоренности без оформления контрактов и, в результате, лишаются социальных гарантий государства. В случае травмы или смерти, они или их родные не могут рассчитывать на содержание или компенсацию, а также на социальное обеспечение в старости.

Не способствуют защите интересов трудовых мигрантов также отсутствие четкой правовой основы трудовой миграции в самой республике, многочисленные трудности на пути следования до места назначения. Косвенно страдают также семьи трудовых мигрантов во время отсутствия главы семьи [6].

Основными причинами привлекательности трудовой миграции остаются отсутствие новых рабочих мест, низкий уровень заработной платы, бедность, отсутствия перспектив в Республике. Кроме того, таджикская рабочая сила считается дешевой, и это вполне устраивает работодателей в странах СНГ [4].

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что экономическими факторами трудовой миграции в Россию и в другие страны СНГ является:

- потребность в рабочей силы;
- относительно высокий уровень заработной платы; возможность получения гражданства РФ, постоянной работы и жилья;
- обеспеченность качественными продовольственными и другими товарами;
- возможность получения профессии и повышения квалификации.

Анализируя нынешнее положение республики можно предположить, что безработные граждане Таджикистана и дальше будут продолжать выезжать в Российскую Федерацию в поисках работы.

Именно среди стран СНГ эта страна располагает большей возможностью поглотить значительную часть безработных, поскольку, несмотря на трудности, связанные с финансовым кризисом, ВВП страны имеет тенденцию к росту, а этого нельзя добиться без создания новых рабочих мест и использования трудовых мигрантов из других стран.

С одной стороны, Правительство Республики Таджикистан в определенной мере заинтересовано в выезде трудовых мигрантов за рубеж. Ведь каждый мигрант ввозит в республику определенную сумму денег и вносит определенную лепту в укрепление экономики своей страны. Известно, что трудовые мигранты ежегодно в республику в среднем переводят до 200-300 млрд. рублей, не говоря о суммах, ввезённых трудовыми мигрантами без использования услуг банков.

Таким образом, исключительная важность трудовой миграции для Таджикистана очевидна. Выезд на заработки в Российскую Федерацию сотен тысяч работоспособных людей позволяет Таджикистану решать целый ряд острейших социально-экономических задач. Прежде всего, трудовая миграция смягчает проблему безработицы в Таджикистане, снимает определенную социальную напряженность в обществе, позволяет получать значительные

валютные ресурсы, которые в конечном итоге работают на национальную таджикскую экономику.

С другой стороны, отток трудовых мигрантов за границу имеет негативные стороны, которые заключаются в следующем:

1. Существующая практика выезда безработных в поисках работы не создает приемлемые условия для реализации интересов мигрантов.

В Республике Таджикистан процесс трудовой миграции идет стихийно, и преимущественно граждане выезжают на поиски работы самостоятельно, без приглашения работодателя и заключения договора с ним. Поэтому они являются нелегальными трудовыми мигрантами и не могут пользоваться своими юридическими и социальными правами в полной мере.

2. Действующие законодательные документы ещё недостаточно обеспечивает регулирование миграционного процесса. Многие трудовые мигранты устраиваются на работу без заключения договора и оформления соответствующих документов, где указываются условия проезда, размеры, порядок и сроки выплат, сроки найма.

3. Выезд определенного количества трудоспособного населения, с одной стороны, при хронической нехватке рабочих мест создает условия для снижения напряженности рынка труда, но с другой – выезд высококвалифицированных рабочих и специалистов с высшим, среднетехническим и среднеспециальным образованием создало очень большую нехватку этих кадров в народном хозяйстве Республики. Для подготовки и переподготовки этих специалистов необходимы дополнительные средства и, безусловно, определенное время, что имеет значительное отрицательное экономическое последствие.

4. Трудовая миграция породила немало социальных проблем. Материалы опроса членов семьи трудовых мигрантов свидетельствует о том, что до 10 % трудовых мигрантов не отправляют домой заработанные деньги, и семьи практически бедствуют. Не все выехавшие на работу в Российскую Федерацию возвращаются домой; часть граждан годами не дают о себе знать, создают там новые семьи, а и их семьи на родине распадаются, дети растут без отцов.

Для повышения эффективности межгосударственных миграционных процессов целесообразно проводить следующие мероприятия:

- организации социально-психологической работы с трудовыми мигрантами Республики в целях сохранения заботы о членах своей семьи:

- разработать проект для повышения профессионального уровня и правового знания трудовых мигрантов страны, что поможет им в поиске достойной работы и источника дохода для своей семьи и внесет определенный вклад в снижении уровня бедности в Республике Таджикистан.

Таким образом, как уже отмечалась ранее, Республике необходима долговременная программа по направлению избытка трудовых ресурсов за рубеж и созданию механизма привлечения финансовых средств мигрантов в экономику РТ.

Список использованных источников:

1. Статистический сборник. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Душанбе, 2017.
2. Олимова С. Трудовая миграция из Таджикистана. Душанбе, 2003. С. 21-102.
3. Рыбаковский Л.Л. Трансформация миграционных процессов на постсоветском пространстве. - М.: 2009. С. 432.
4. Рязанцев С.В. Трудовая миграция в России и странах СНГ: тенденции и управление. М.: 2009. – 210 с.
5. Рынок труда. Научный журнал. Государственное учреждение научно-исследовательского института труда, миграции и занятости населения. Душанбе, 2017. - № 32.
6. Умаров Х. Внешняя трудовая миграция в Таджикистане. Перспективы миграции. Восточная Европа и Центральная Азия. Планирование и управление трудовой миграцией МОМ, ЦТС в ЕЦА. – Вена, 2006. – С. 110-114.

УДК 339.72

**ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ФИНАНСОВЫХ ЦЕНТРОВ В КОНТЕКСТЕ
РАСШИРЕНИЯ ЭМЕРДЖЕНТНЫХ РЫНКОВ
(НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬШИ)**

*Лифанова Марьяна Игоревна,
Тернопольский национальный экономический университет
г. Тернополь, Украина
E-mail: lifanovamaryana@gmail.com*

Аннотация. В данной статье рассматриваются базовые условия получения страной статуса растущей экономики. Проанализированы особенности экономического развития региональных стран-лидеров, рассмотрено взаимодействие и конкурентная борьба ведущих мировых центров в условиях глобализации в контексте геоэкономической многополярности как формирующейся иерархической структуры мировой экономики. Изучены тенденции формирования новых международных финансовых центров в контексте расширения эмерджентных рынков.

Ключевые слова: международные финансовые центры, эмерджентные рынки, глокализационные процессы, растущей экономики.

Abstract. This article examines the basic conditions for the country to receive the status of a growing economy. Analyze the features of the economic development of regional leaders, the interaction and competitive struggle of the world's leading centers in the context of globalization in the context of geo-economic multipolarity, as the emerging hierarchical structure of the world economy. The trends in the formation of new international financial centers in the context of expanding emergent markets have been studied.

Key words: international financial centers, emergent markets, glocalization processes, growing economy.

Постановка проблемы. Глобальная экономика в сегодняшних условиях терпит значительные трансформационные изменения: появляются новые рынки, развиваются информационные технологии, возникают новые финансовые инструменты, потребители становятся более требовательными к качеству товаров и услуг, что вызывает соперничество между производителями. Современный мир уже нельзя назвать одно- или двухполярным, он стал многополярным и многовекторным.

Ведущую роль в создании новой мировой системы хозяйствования играют так называемые эмерджентные рынки. Эмерджентные рынки – это рынки,

которые охватывают регионы, в которых происходит быстрый рост экономики в условиях ограниченной индустриализации [1].

Цель исследования. Целью данного исследования является анализ особенностей формирования новых международных финансовых центров в условиях расширения эмерджентных рынков.

Результаты исследования. В странах с эмерджентной экономикой высокий темп экономического роста обеспечивается благодаря использованию новых видов энергии, средств коммуникаций и информационных технологий. Они реформируют национальные экономики с целью перехода к рыночной модели хозяйствования и активно участвуют в международной торговле, осуществляют трансфер технологий и привлекают значительные объемы прямых иностранных инвестиций [1].

Обобщение различных исследовательских позиций позволяет определить базовые условия получения страной статуса растущей экономики – функционирование действующих базовых рыночных институтов; достаточно высокий уровень интеграции страны в мировые товарные и финансовые рынки, обеспечивающий доступ к инвестиционным ресурсам и опережающий рост экспорта; активное использование технологических инноваций и преимуществ информационно-коммуникационного глобального пространства. Все эти предпосылки способствуют обеспечению высоких темпов национального экономического роста на протяжении длительного периода, что позволяет их определять как восходящие экономики [2].

Специфика выявления восходящих региональных государств-лидеров в рамках эмерджентных экономик, соотносится, с одной стороны, с предпосылками наличия динамической экономики с ростом производства и экспорта высокотехнологичной и наукоемкой продукции и, с другой, с потенциалом существенного регионального геоэкономического и геополитического влияния, часто выражается или в тенденциях региональной экономической интеграции, в рамках которой данные экономики объективно являются центрами интеграционной консолидации, или в наличии неформальной группы государств [3]. В этом аспекте проявляется геоэкономическая специфика данной группы стран, что не соотносится с тенденциями формирования собственной периферии (к числу таких стран можно отнести Мексику, Южную Корею, Аргентину и ряд др.) [4, с. 30].

В отличие от названных стран, есть примеры стран, которые формируют региональные центры геоэкономического влияния и интеграционного притяжения, сочетают высокую собственную динамику с функциями консолидации формальных и неформальных региональных блоков. К числу ведущих центров регионального влияния можно отнести прежде всего такие страны, как Индия, Бразилия, Турция, Польша. Рельефным проявлением глокализационного эффекта в рамках мировой экономики рассматривается

динамика регионального лидерства стран Восточной Европы и Центральной Азии. В Центральной и Восточной Европе также есть страны, которые стремительно развиваются и относятся к эмерджентным экономикам [5]. Это, в частности, Болгария, Хорватия, Чехия, Эстония, Венгрия, Латвия, Литва, Польша, Россия, Словакия, Румыния, Украина, Молдова. В этом регионе по состоянию на 01.03.2018 г. действуют 13 финансовых центров, лидерами среди которых является Варшава (сорок пятое место), Прага (семьдесят первое), Кипр (семьдесят второе). Уже во второй раз в рейтинг включено два новых центра - Астана и Баку [6].

Таблица 1

Финансовые центры Восточной Европы
и Центральной Азии во всемирном рейтинге

Финансовые центры	01.03.2018		01.03.2017	
	Место	Рейтинг	Место	Рейтинг
Варшава	45	620	36	664
Прага	71	567	58	637
Кипр	72	566	76	619
Стамбул	76	562	78	617
Таллин	79	559	44	653
Москва	83	555	89	601
Рига	87	551	53	642
Астана	88	548	New	New
Будапешт	89	547	72	623
Санкт-Петербург	91	531	87	603
Афины	92	525	84	611
Алма-Ата	94	519	80	615
Баку	95	511	New	New

Источник: составлено автором на основе [6]

Лидером в данном регионе является Польша. Важным аспектом геоэкономических интенций Польши есть желание создания регионального финансового центра в Варшаве. Можно отметить, что положительные предпосылки для успешного воплощения этой идеи в будущем есть. На сегодняшний день Польша является не только крупнейшей экономикой региона, которая привлекает значительные инвестиционные потоки (главным образом из стран-партнеров по ЕС), но и демонстрирует значительную положительную

динамику в плане предоставления различных финансовых услуг. Злотый также является относительно стабильной и респектабельной локальной валютой. Примечательно, что доверие к польской финансовой системе растет не только в странах Вышеградского региона, но и со стороны бывших советских республик, в том числе и Украины [3].

Фондовый рынок Польши основывается на Моноцентрической биржевой системе, которую возглавляет Варшавская фондовая биржа (ВФБ). Торги на ВФБ проводятся на двух площадках – основной (официальное котирование) и параллельное. По количеству эмитентов ценных бумаг (487 компаний) ВФБ является абсолютным лидером Центрально-Восточной Европы в 2016 году. Для сравнения, на Немецкой фондовой бирже (Deutsche Börse AG) размещены ценные бумаги 619 эмитентов, Euronext – 1068, Афинской фондовой бирже (ATHEX) – 240 [7].

Польша, создавая инфраструктуру свободного рынка, особое внимание уделила становлению фондового рынка, который превратился в мощный источник финансирования как для частного, так и для государственного сектора экономики. Привлекая в среднем 1,5 млрд. евро новыми размещениями на финансовый рынок ежегодно в течение последних 20 лет, польский фондовый рынок уже традиционно входит в число лидеров европейского фондового рынка по темпам роста (3-е место по количеству новых размещений в 2015 году) [7].

Учитывая современные трансформационные изменения глобальной финансовой среды и европейских финансовых рынков в частности, позиции стран Центрально-Восточной Европы в мировом рейтинге финансовых центров ожидают повышения. Финансовой столицей Центрально-Восточной Европы стабильно остается Варшава (+23 позиции за последние 2 года), опередив даже классические западноевропейские рынки Осло и Брюсселя [8].

В условиях трансформации глобальной финансовой среды отличительной чертой развития фондового рынка Польши является относительно низкая капитализация, а также невысокое соотношение активов финансовой системы к ВВП страны. Как и в других странах Центрально-Восточной Европы развитие финансового посредничества остается относительно низким по сравнению с соответствующим средним значением для стран Еврозоны. Так, активы финансовых учреждений Польши не превышали 123% от ВВП страны в 2015, отставая от стран еврозоны в 3,5 раза (467% от ВВП) [7].

Среди основных субъектов финансовой инфраструктуры фондового рынка Польши можно выделить кредитные институты (72,8% всех активов финансовой системы), инвестиционные фонды (12,3%), страховые компании (8,2%) и пенсионные фонды (6,4%). В последнее время наблюдается положительная динамика изменения активов коммерческих банков и инвестиционных фондов с одновременным сокращением привлеченных пенсионных фондов и кредитных

союзов денег. Как и в других странах Центрально-Восточной Европы ведущая роль принадлежит банковскому сектору, хотя Польша является одной из наименее банковско-ориентированных государств в регионе (показатель Чехии есть в 1,5 раза выше) [9].

Это компенсируется за счет сектора общественного инвестирования – пенсионных и инвестиционных фондов, страховых компаний, доля которых в общей структуре финансовых посредников значительно выше по сравнению с другими странами Центрально-Восточной Европы. Более того, опыт предыдущего глобального финансового кризиса доказал, что чрезмерное участие банков в финансовых системах ряда государств Европы вызвало повышение системного риска и негативного влияния на экономический рост [9].

В ходе исследования установлено, что в условиях трансформации мировой среды фондовый рынок Польши является безусловным лидером среди других стран Центрально-Восточной Европы как по капитализации, так и по количеству эмитентов, опережая даже лидеров стран Западной Европы по последнему показателю. По результатам анализа факторов, влияющих на объем капитализации Варшавской фондовой бирже, выявлена зависимость капитализации биржи от иностранных портфельных инвестиций в акции польских эмитентов [10].

Заключение. Перспективы Польши как нового международного финансового центра в рамках многополярных тенденций современного мира следует считать крайне благоприятными. На данный момент Польша является самой быстрорастущей экономикой ЕС и Европы в целом, обладает значительными темпами роста экспорта, что существенно укрепляет геоэкономические перспективы Польской Республики в сегодняшних условиях переформатирования мировой экономики и глобальной экономико-политической неопределенности.

Список использованных источников:

1. Задувайло Л.Н. Эмерджентные рынки Центральной и Восточной Европы и их конкурентные пре-имущества [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=16008&chapter=1>
2. Петкова Л.О. Країни зі зростаючими ринками в світовій економіці / Л.О. Петкова // Ефективна економіка. – 2014. – № 3 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2813>
3. Русак Д.М. Формування нових поліцентричних конфігурацій в контексті експансії емерджентних ринків / Д. М. Русак [Электронный ресурс] – Режим доступа: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/2971-10873-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/2971-10873-1-PB%20(2).pdf)
4. Худякова Л.С. Международные финансовые центры в многополярном мире / Л. С. Худякова // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 1. – С. 30

5. A Libman. Ex Ante and Ex Post Institutional Convergence: Case of the PostSoviet Space. Paper presented at the European School on New Institutional Economics, May 2006.
6. The Global Financial Centres Index 22. – URL: http://www.luxembourgforfinance.com/sites/luxembourgforfinance/files/files/GFCI22_Report.pdf
7. Polish exports: Short- and long-term development prospects, 2016. – URL: <http://www.msp.gov.pl/en/polish-economy/economic-news/4074/Polish-exports-shortand-long-term-development-prospects.html>
8. Циганов С.А. Сучасні тенденції структурних трансформацій світового фінансового ринку в умовах глобалізації / С.А. Циганов // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Випуск 118 (Частина І). - С. 124-133.
9. Яковец Ю.В. Глобальные экономические трансформации XXI века / Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2011. – 382 с.
10. Globalization as Evolutionary Process. Modeling Global Change / Eds: G. Modelski, T. Devezas, W.R. Thompson. London; New York, 2007.

УДК 3977

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АО «МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ «СТАВРОПОЛЬСКИЙ»

*Попова Виктория Евгеньевна, Ставропольский государственный
аграрный университет, г. Ставрополь
E-mail: viktoriyapopova2012@mail.ru*

*Научный руководитель: доцент Глотова Ирина Ивановна, Ставропольский
государственный аграрный университет, г. Ставрополь
E-mail: irin-glotova@yandex.ru*

Аннотация. Актуальность данной статьи выражена тем, что основная цель деятельности каждого предприятия – получение и увеличение прибыли. Одним из немаловажных решений для осуществления этой цели является маркетинговая деятельность. Основная проблема данной статьи выражена в изучении особенностей маркетинговой деятельности предприятия АО «Молочный комбинат «Ставропольский».

Abstract. The relevance of this article is expressed by the fact that the main goal of each enterprise's activity is to obtain and increase profits. One of the important decisions for this purpose is marketing. The main problem of this article is expressed in the study of the features of the marketing activity of the enterprise JSC "Dairy Plant "Stavropol".

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, SWOT-анализ, проблемы маркетинга, маркетинговая цепочка.

Key words: marketing activity, SWOT-analysis, marketing problems, marketing chain.

Осуществление маркетинговой деятельности в компании АО «Молочный комбинат «Ставропольский» происходит благодаря целеориентированной установки. Данная модель организации осуществляется за счет анализа степен удовлетворения потребностей, а также предпочтения каждого потенциального покупателя.

Особенностью маркетинговой деятельности в молочном комбинате является сезонная работа. В настоящий момент времени АО «Молочный комбинат «Ставропольский» осуществление маркетинга основывается на концепциях [3]:

- усовершенствования производственного процесса;
- усовершенствования выпускаемой продукции;
- реализации классического маркетинга.

Осуществление первых двух концепций основывается на традиционных

экономических условиях, которые являются распространенными в рыночной системе.

Реализация классического маркетинга происходит на основе изучения потребностей, предпочтений и желаний клиентов продукции АО «Молочный комбинат «Ставропольский». Реализацией данной концепции является, например, производство йогурта в разных упаковках, таких, как политероловые стаканчики или специализированные пакеты. Т.к. классический маркетинг основывается на потребительских нуждах [1], считаем необходимым исследовать особенности маркетинговой деятельности предприятия АО «Молочный комбинат «Ставропольский» именно с позиции классического подхода.

Реализация маркетинговой деятельности концентрируется на изучении рынка, формировании и изменении спроса, а также стимулировании сбыта выпущенной продукции. Для этого отдел маркетинга осуществляет ежедневное изучение сложившейся ситуации на рынке на основе таких источников, как интернет, реклама на каналах в телевизоре, на баннерах и в СМИ. Немаловажный вклад в сбор необходимой информации вносят фирменные магазины предприятия, благодаря которым покупатели со своими просьбами, пожеланиями и претензиями обращаются к директорам и продавцам магазинов, далее эта информация доставляется на комбинат.

Актуальной проблемой маркетинговой деятельности АО «Молочный комбинат «Ставропольский» является построение информационной цепочки маркетинга. Это сложный процесс, требующий доведения до каждого отдела на комбинате информации и документации, которая основывается на принципе «маркетингового круга»: информация — анализ — цели — предпосылки — стратегия — оптимальная стратегия — действия — контроль — информация [3]. Маркетинговый круг может также быть выражен в схеме процесса принятия маркетингового решения, которая представлена в рисунке 1

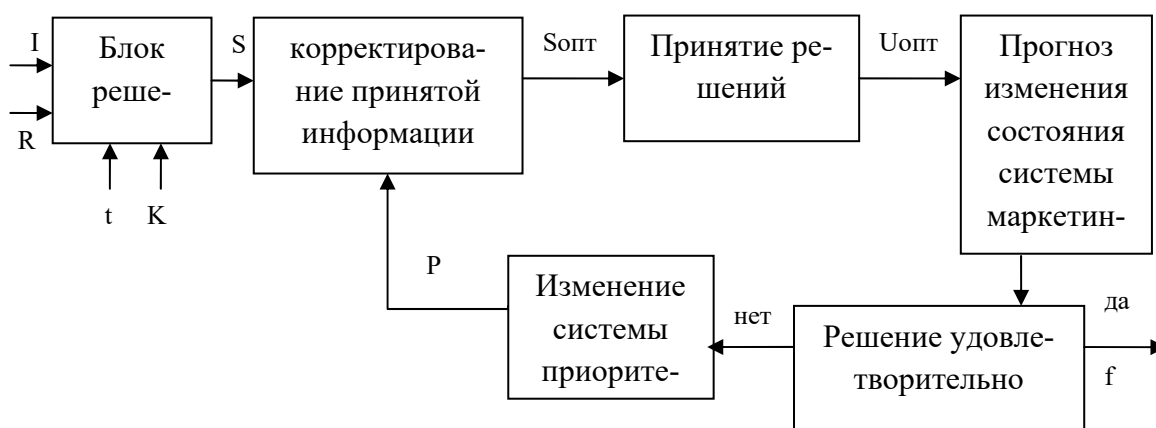


Рис. 1 Схема процесса принятия маркетингового решения

где:

- I – ввод информации объекта маркетинга и внешней среды;
- R – ввод информация о ресурсах;
- K – набор критериев принятия решений;
- t – определяет тип задачи принятия решений;
- f – окончательная оценка состояния объекта и маркетинга;
- P – система предпочтений, отражающая стратегию выбора решений;
- S – множество допустимых решений;
- S_{опт} – оптимальное решение с учетом ограничений R (R – ресурсы);
- U_{опт} – физическая реализация оптимального решения S_{опт}

Авторами подготовлены предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности АО «Молочный комбинат «Ставропольский». В частности авторы считают, что руководителям необходимо провести консультативные мероприятия по вопросам обеспечения структурированности в деятельности работников отдела маркетинга. Данное мероприятие поможет максимально раскрыть потенциал этого отдела.

При выстраивании маркетинга взаимоотношений весьма важен учет характера связей с партнерами. Основные связи с внешней средой, в которых участвует Ставропольский молочный комбинат, отражены на рисунке 2.

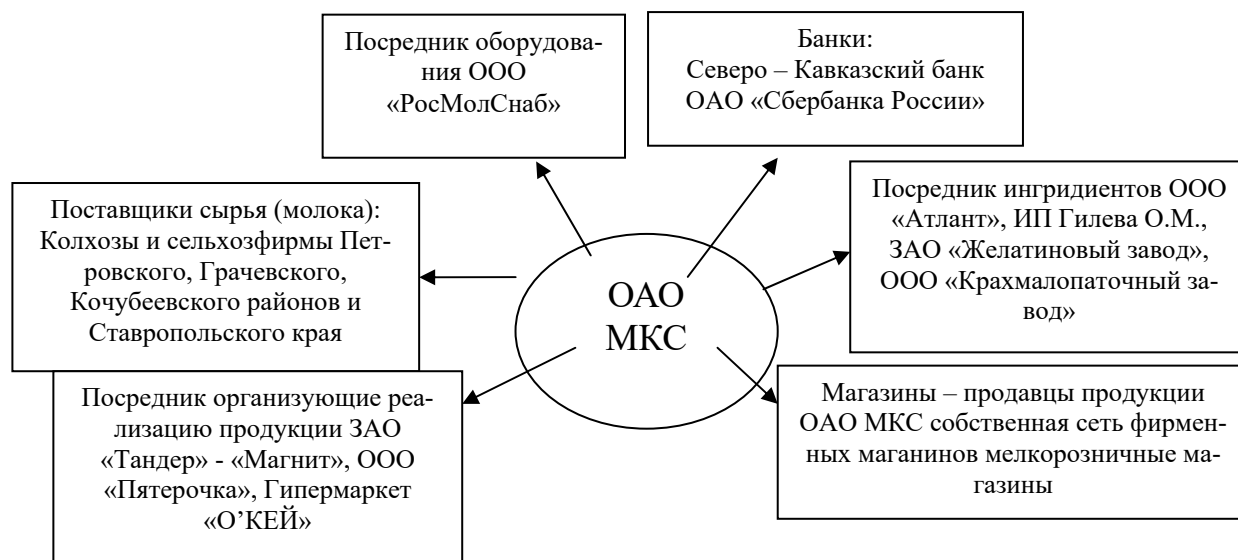


Рис. 2 Взаимосвязь рыночной структуры с АО МКС

Из данной схемы заметно, что связи предприятия достаточно многообразны, которые распространяются на поставщиков сырья, оборудования и материалов, а также следует учесть связи, которые появились за счет магазинов – продавцов продукции комбината.

Чтобы выявить слабые позиции компании на рынке, нужно учитывать основные проблемы компании. Это позволит сделать маркетинговый анализ комбината, который будет дополнен также SWOT-анализом [4].

Благодаря SWOT-анализу удалось выявить сильные стороны ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский»:

- позитивная, признанная репутация компании в регионе и за пределами его;
- гибкая ценовая политика;
- использование новых безопасных технологий, в том числе безопасных и с экологической точки зрения;
- компания является финансово устойчивой;
- большой охват целевых сегментов рынка;
- высокая конкурентоспособность, в том числе в связи со слабостью конкурентов в регионе;
- значительный кадровый потенциал.

Несмотря на такой весомый список достоинств, как в любой крупной компании присутствуют и слабые стороны, которые включают в себя:

- несоответствия условий хранения скоропортящихся продуктов по сравнению с европейскими требованиями;
- слабо налаженная цепочка «поставщик – производитель – посредник – потребитель» требует корректировки;
- достаточно высокие затраты и невысокая прибыльность молочной продукции;
- сложная и трудоемкая организация маркетинговой деятельности;
- необходимость обеспечения максимально возможного разнообразия товаров и предоставления потребителю максимально широкого выбора.
- отсутствует система переобучения кадров, включая семинары.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать определенные выводы. Предприятие ОАО «Молочный комбинат «Ставропольский» обладает большими возможностями, такими, как:

- охват новой целевой аудитории за пределами региона;
- разработка эффективного товарного комплекса;
- увеличение числа рабочих мест.

Однако существуют определенные риски как с внешней, так и с внутренней стороны:

- активизация конкурентов, количество которых увеличивается на региональном рынке;

- перепады в поставках сырья, связанные с сезонностью; дефицит на сырьевом рынке, например, на рынке молока;
- относительная большая текучесть кадров по рабочим профессиям

Все перечисленные выше возможности и угрозы со стороны внешней и внутренней среды необходимо учесть в маркетинговой деятельности организации. Авторы считают, что у предприятия есть все необходимые предпосылки для дальнейшего развития и улучшения деятельности предприятия.

Список использованных источников:

1. Брэддик У. Менеджмент в организации. - М.: Инфра-М, 2013.
2. Гудушаури Г.В., Литвак Б.Г. Управление современным предприятием. - М.: ЭКМОС, 2014.
3. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. – М.: Дело, 2014.
4. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения: учебное пособие. – М., 2015.

УДК 376.623

**НООСФЕРНЫЙ МОДУС ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО
САМОРАЗВИТИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Ставропольский Юлий Владимирович, Саратовский национально-
исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов
E-mail: abcdoc@yandex.ru

Аннотация. *Произошедший в бизнес-менеджменте в XX веке переход от секретности к открытости свидетельствует о том, насколько большое значение стало придаваться в обществе общечеловеческим ценностям, ибо ныне без них невозможен прибыльный бизнес. В XX веке инновационная деятельность в предпринимательстве характеризовалась стремлением скрывать результаты собственных научных исследований, защитить внутренние ресурсы компании от конкурентов. Сегодня условием эффективности имманентного инновационного процесса выступает способность компании делиться знаниями и сотрудничать с теми партнёрами, которые в состоянии воспользоваться имеющимися технологиями.*

Abstract. *The transition from secrecy to openness in business management in the twentieth century shows how much importance has been attached in society to universal values, because now profitable business is impossible without them. In the twentieth century, innovative activity in business was characterized by the desire to hide the results of their own research, to protect the internal resources of the company from competitors. Today, the ability of the company to share knowledge and cooperate with those partners who are able to use the available technologies is a condition of efficiency of the immanent innovation process.*

Ключевые слова: *развитие, инновация, ответственность, ноосфера, изменение, мышление, деятельность.*

Key words: *development, innovation, responsibility, noosphere, change, thinking, activity.*

Историческое развитие общества характеризуется непрерывно ускоряющимся темпом изменений. В прежние исторические эпохи условия жизни человека практически не менялись. Благодаря научно-технической революции, во всём мире ход перемен стал стремительным, не обходя сферу предпринимательства. XX век породил десятки теорий бизнес-менеджмента, которые раскрыли важность формирования и развития партнёрских отношений. Произошедший в бизнес-менеджменте в XX веке переход от секретности к открытости свидетельствует о том, насколько большое значение стало

придаваться в обществе общечеловеческим ценностям, ибо ныне без них невозможен прибыльный бизнес. Сегодня предпосылкой обретения социального и экологического благосостояния стала рационализация управления экономическим базисом. Если связать воедино открытость инновациям, сугубую нацеленность на цели бизнеса и корпоративную социальную ответственность, и с их помощью отследить влияние бизнеса на общество и на экологию, и на экономические прибыли, тогда возможно достижение синергетического эффекта – участие бизнеса в непрерывно развивающемся консенсусе умножится.

Понятие о сфере человеческого мышления, или о ноосфере, образовано от греческих слов nous – ум и sphaira – сфера. Исследователями ноосферы были П. Тейяр де Шарден [4] и В. И. Вернадский [2]. В. И. Вернадский считал, что ноосфера – третья фаза развития планеты Земля [3]. Первой фазой была геосфера, второй – биосфера. Ноосфера включает в себя две первые фазы и заметно на них влияет. П. Тейяр де Шарден определял ноосферу как стадию, подготовляющую возникновение новой эры – эры, когда человечество выйдет на максимальный уровень сложности и сознания. П. Тейяр де Шарден полагает, что человеческое развитие возможно лишь в условиях коллективной реальности, которая представляет собой более высокоразвитый организм – человечество. Коллективная реальность внутренне организована, а человек – клеточка коллектива.

Применительно к условиям, существующим в глобализирующемся обществе, безусловно, очевидно, что успешное развитие каждого отдельного человека связано с его готовностью творчески коллективно мыслить. Те человеческие склонности, которые влекут за собой поведение, несовместимое с полезным развитием, относятся к антисоциальным, девиантным мотивам. Тем самым, основу ноосферы образуют три фундаментальных характеристики человечества: рефлексия – способность к мышлению и к самосознанию; творческая изобретательность – образное мышление; способность мыслить и рефлексировать совместно с другими людьми.

Существенный сдвиг в понимании человеческого мышления произошёл благодаря работам П. Тейяр де Шардена, посвящённым ноосферной динамике. Благодаря влиянию ноосферной динамики, достигается интеграция различных культур в мультикультурное общество с учётом разнообразия культурных идентичностей. В мультикультурном обществе люди связаны друг с другом благодаря индивидуальным рефлексиям, через которые они прямо либо косвенно вовлекаются в процесс достижения общих целей. В наше время этими целями выступают экономические, социальные и экологические проблемы непрерывного человеческого развития.

П. Тейяр де Шарден описал общее будущее человечества – это неуклонное развитие. Для того, чтобы адаптироваться к новым горизонтам, к новому пониманию времени и пространства, необходимо навести баланс между

внутренним и внешним. Прогресс и развитие высвободят человечество из-под ига беспокойства и неопределённости. Избавление от беспокойства и обретение определённости в ходе развития ноосферы связаны с социальным развитием, которое приведёт к единообразию среди людей; с техническим развитием, благодаря которому знание станет максимальным, а усилия потребуются минимальные; с интеллектуальным развитием – способностью понимать.

К условиям развития ноосферы относятся выживание – сохранение экологии, использование возобновляемых источников энергии; здоровье – вопросы генетики, евгеники и перенаселения; синтез – создание такого социального объединения, где не будут ущемлены творческие личности. Эффективное развитие ноосферы требует, чтобы перечисленные условия превратились в цели неуклонного развития глобального общества. Неуклонное развитие становится инструментом, обеспечивающим процесс развития ноосферы и долгосрочной ноосферной стратегии.

Достижение социальных и экологических целей неуклонного развития требует развития экономического базиса на местном, региональном и глобальном уровнях. Местная экономика в состоянии угнаться за новыми тенденциями и изменениями, ставшими ныне постоянными и неостановимыми. Мышление должно стать изобретательным. Нужно быть способным находить непредвиденные ответы на известные проблемы, и при этом мыслить ответственно и исходя из общественных интересов. Изобретательное мышление – придумывание большого количества идей, которые сами по себе не создают желаемого позитивного эффекта. Они создают предпосылки для применения изобретений, инноваций.

В контексте ноосферы, успех инноваций определяется человеческими особенностями – способностью мыслить, мыслить креативно, мыслить сообща, находить применение результатам совместного мышления. Всё перечисленное и есть коллективное инновационное мышление. Применительно к социально ответственному бизнесу, требуется создать пространство для коллективного инновационного мышления, поддерживать усилия по развитию, причём не только в деловом окружении, но и открыть для бизнеса возможности на региональном и на мировом уровнях.

В XX веке инновационная деятельность в предпринимательстве характеризовалась стремлением скрывать результаты собственных научных исследований, защитить внутренние ресурсы компании от конкурентов. Сегодня такая закрытая инновационная система снижает потенциал неуклонного развития предприятий. Если потенциал глобального рыночного развития не используется, то в долгосрочной перспективе бизнес развивается замедленно, по сравнению с рынком, следствием чего становится постепенное снижение конкурентоспособности и рыночной ценности компании. Неэффективность закрытой инновационной системы в значительной мере привела к тому, что,

начиная с восьмидесятых годов, в сфере бизнеса проявляется стремление к кооперации. Данный феномен представляется аномалией [1].

Согласно концепции внешней кооперации в бизнесе в инновационной сфере, иначе говоря, концепции открытой инновации, открытость инновациям – не привилегия, это необходимость в условиях конкуренции. Это ускорение внутренних инноваций, это расширение рынков ради внешнего применения инноваций при помощи целенаправленных притоков и оттоков знания. Кооперация предприятий с внешними субъектами образует потенциал и для тех, и для других, и для бизнеса, и для акционеров. С другой стороны, инновация играет важную роль в экономическом развитии, стимулируя эффективное распределение наличных ресурсов. В открытых инновационных системах отношения компании с внешними субъектами характеризуются тем, что источником стимулирования инноваций выступают потребители; источником научных данных выступают государственные научно-исследовательские институты и вузы; в обмен новыми идеями, технологиями и процессами вступают предприятия негосударственного сектора; существует конкуренция в сфере стандартов качества.

К основным процессам инновации относятся фронтальный, имманентный и парный. При фронтальном процессе инновации, в центре деятельности предприятия находятся интеграция потребителей и поставщиков, инновационные кластеры и приобретение интеллектуальной собственности. Условием эффективности фронтального инновационного процесса выступает способность к усвоению внешних мыслей, идей и знаний, понимание их ценности в связи с перерабатываемой информацией, получаемой из внешнего мира.

При имманентном процессе инновации, в центре деятельности предприятия находится распространение собственных знаний и инноваций вовне ради ускорения на этой основе рынка относительно внутренних исследований. Имманентный инновационный процесс ведёт к получению прибылей от торговли лицензиями, от передачи технологий, от разработки идей, предназначенных для других компаний. Условием эффективности имманентного инновационного процесса выступает способность компании делиться знаниями и сотрудничать с теми партнёрами, которые в состоянии воспользоваться имеющимися технологиями.

В случае парного инновационного процесса, все задействованные компании участвуют в кооперации и образуют стратегическую сеть. Эффективность парного инновационного процесса зависит от способности предприятия выстраивать и поддерживать с партнёрами отношения, обеспечивающие совместное развитие и стратегические альянсы. Подобного рода отношения с другими компаниями, с компаниями в других отраслях и с

конкурентами составляют важнейший актив и необходимое условие для связи частей процесса в открытой инновационной стратегии.

Кардинальным фактором успеха открытой инновационной парадигмы оказывается её неоспоримое влияние на принимаемые в бизнесе решения. В итоге непрерывной череды изменений, возникло понятие открытой инновации. Компании оказываются вынуждены создавать новые модели бизнеса, усиливающие динамичность процесса и повышающие значимость выполняемой деятельности. Открытая инновация не подменяет собой закрытой инновации. Это другая альтернатива процессу научных исследований и развития.

Европейский Союз рекомендует инновации в качестве главного фактора успешного экономического развития. В своём стратегическом документе под названием «Европа 2020», основной акцент ставится на научных исследованиях, образовании и инновациях. Поставлена цель – обеспечить к 2020 году финансирование научных исследований и развития на уровне трёх процентов ВВП, создать Инновационный Союз с учётом региональной диверсификации.

В 2007 – 2013 гг. в ЕС действовала утверждённая Европарламентом «Рамочная программа конкурентоспособности и инноваций», рассчитанная на то, чтобы догнать мировых конкурентов ЕС в сфере инновационной деятельности – США, Японию и страны БРИКС. Прилагались усилия к тому, чтобы поддерживать конкурентоспособность, инновации и релевантное неуклонное развитие.

Возрастание конкурентоспособности и привлекательности бизнеса в концентрированном виде выразилось в понятии корпоративной социальной ответственности. Сущность философии корпоративной социальной ответственности состоит в переходе от уровня, на котором только извлекается прибыль благодаря усилиям предпринимателя, а область достижений очерчивается предельно узко, на уровень так называемого тройственного горизонта, т. е. бизнес опирается на социальные, экологические и экономические столпы, что обеспечивает бизнесу неуклонное, прозрачное и ответственное развитие.

Смысл философии корпоративной социальной ответственности заключается в соблюдении законных требований, в выявлении и удовлетворении потребностей всех посредников, оставаясь в рамках закона. Экономическая сфера корпоративной социальной ответственности состоит в обеспечении прозрачности бизнеса и в налаживании хороших отношений с акционерами. Экономическая сфера корпоративной социальной ответственности оценивается по влиянию на местную, национальную и глобальную экономику. В социальной сфере, в центре деятельности компании оказывается работа с персоналом и покровительство местным сообществам в направлении повышения жизненного стандарта, уровня безопасности, здравоохранения, образования и культурного

развития населения. В экологической сфере в центре внимания оказывается осознание того, что бизнес влияет на окружающую среду. Компании надлежит осуществлять собственную деятельность в отношении живой и неживой природы, имея в виду оказание как можно наименьшей нагрузки на неё.

Негативно то, что понятие корпоративной социальной ответственности всё ещё не столь широко употребляется в свете непрестанных перемен. Главным препятствием на пути интегрирования в бизнес понятия корпоративной социальной ответственности в стратегическом смысле выступает стартовое увеличение расходов на квалифицированные кадры, ненадёжная поддержка со стороны государства и неосведомлённость рынка.

В наше время, когда врата бизнеса широко распахнуты, предприятиям выгодно искать внешних субъектов, желающих наладить кооперацию во имя достижения общих целей. Если определить сферы, возможности в которых прежде просто игнорировались, и последующее участие посредников в сети инновационной деятельности, тогда откроется перспектива капитализации новых возможностей.

Не только предприятие нуждается в переменных – в переменных нуждается также местное сообщество. Когда перемены осуществляются одновременно, тогда компания извлекает двойную выгоду. Во-первых, выгодны такие частичные изменения в бизнесе, которые способствуют установлению отношений торговой кооперации. Во-вторых, выгодны такие перемены в местном сообществе, благодаря которым бизнес, в свою очередь, окажется в выигрыше. Если местное сообщество заметит неуклонность положительных изменений и то, что данный конкретный бизнес радеет во имя развития данного сообщества, то это станет предпосылкой для поддержки социально ответственного бизнеса.

Социальные инновации представляют собой случай неуклонных изменений в местном сообществе. Когда одной из сторон инновационного процесса выступает местное сообщество, тогда конкретный бизнес играет роль главного организатора инновационного процесса. Целью компании должно быть интегрирование ведущих действующих лиц местного сообщества в свой инновационный процесс. В качестве примера можно назвать сотрудничество с вузами в разработке нового программного продукта, взаимодействие с местными досуговыми центрами в деле придумывания новых идей, взаимодействие со средствами массовой информации в обозначении проблемных сфер местного сообщества, участие в решении выявленных проблем, стремление к отысканию новых талантов.

Открытой инновационной компании нужно выбрать один из трёх главных инновационных процессов и построить кооперацию в бизнесе. Применительно к парному процессу открытой инновации, следует отметить, что самая адекватная кооперация в бизнесе – кооперация на основе консенсусной корпоративной

социальной ответственности. Включить в инновационный процесс ведущих представителей местного сообщества поможет создание стратегической сети. Они займутся социальными инновациями, а тем временем бизнес будет капитализировать собственные усилия по улучшению качества жизни.

Помимо социальных инноваций, существенное значение имеет интегрирование посредников в стратегическую бизнес-сеть. Понятия корпоративной социальной ответственности и инновационной открытости служат типичными примерами того, как достижение желаемого синергетического эффекта обеспечивается благодаря связи между двумя понятиями. В философии за обоими понятиями скрывается открытость бизнеса внешнему окружению, выстраивание и поддержание взаимовыгодного взаимодействия. Если применить оба понятия на практике в формате кооперирования в сфере социальных инноваций, привлечения посредников к сотрудничеству в сфере инновационной деятельности, то достигается социально ответственное коллективное инновационное бизнес-мышление.

Сегодня каждый рад внедрить на предприятии новейшую теорию. Результатом становится большое количество изменений. Сущность этих разнообразных изменений не исчерпывается непрерывными и продуманными преобразованиями в масштабе всего предприятия. Неизменной остаётся сердцевина бизнеса, выраженная в кардинальных решениях, но всё прочее подвержено переменам. Постепенное реформирование отдельных составляющих компании влечёт изменение сущности предприятия, а затем возникает необходимость изменить сердцевину бизнеса со стороны менеджмента компании. Подобная адаптация необходима ради кооперации с внешними бизнес-партнёрами в процессе достижения общих целей. Партнёры ожидают от компании, что она будет вести себя тенденциозно в положительном смысле. В условиях перманентных перемен, любая организация обязана заняться творением нового.

В особенности это относится к менеджменту, которому в этой связи рекомендованы три модели поведения. Первая модель – непрерывное улучшение всего, что делается в организации. Вторая модель – обязательное усвоение того, каким образом использовать собственные знания. Третья модель – научиться инновациям и организовать инновации, превратив инновации в систематический процесс. Ответственность за управление переменами должны принять на себя ведущие менеджеры на всех уровнях управления. Они должны стать членами команды, несущей перемены. Они отвечают прежде всего за то, чтобы подготовить людей в бизнесе к процессу изменений, дабы избежать ненужных осложнений. Остальными членами команды должны стать внешние субъекты, обладающие опытом управления переменами. Успешное управление переменами нуждается в поддержке со стороны старшего менеджера, а, в особенности, руководителя предприятия.

Проведение перемен в жизнь требует отважного руководства. Характерными особенностями и признаками отважного руководства выступают уверенность в себе, решимость, увлечённость и настойчивость. Мужество, увлечённость и настойчивость вместе образуют большую тройку отважного мышления. Для того, чтобы начать что-либо менять, требуется быть в большой степени настойчивым и в малой степени благодушным. Перемены связаны прежде всего с такими людьми, для которых способность меняться и понимание того, что изменение есть не временный отказ от заведённых привычек и жизненных условий, но непрерывный процесс. Люди, исполненные мужества, увлечённости и настойчивости, способны решительно ввергнуться в процесс перемен и сделать перемены необратимыми в будущем. Нужно всё время работать, совершать маленькие изменения, не прятаться за определённую и рутину. Для непрерывных перемен не существует ни определённости, ни долгосрочной стабильности. Существует лишь способность человека обнаруживать такие феномены, которые служат сигналом для начала новых перемен.

В настоящее время, глобальные цели, общие для всего человечества, представляют собой план обретения общественного и экологического благополучия. Эффективное достижение этих целей немыслимо без создания и усовершенствования экономического базиса на местном, национальном и общемировом уровнях. Для этого требуется большое количество мыслей и идей, иначе говоря, изобретений и их практических приложений, а именно инноваций.

Открытость компании, выбор главных процессов открытых инноваций и сотрудничество с посредниками из стратегических бизнес-сетей стимулируют коллективное мышление в компании. Но только участие посредников из местного сообщества откроет пути к решению многих социальных и экологических вопросов. Благодаря осуществлению на местном уровне тех целей, через которые местное сообщество связано с бизнесом, появляется возможность говорить о возрастающем динамизме коллективного инновационного мышления, в данном случае – об инновационном коллективном мышлении социально ответственного бизнеса. Инновационное коллективное мышление социально ответственного бизнеса покоится на условии непрерывности изменений. Успешность социально ответственного бизнеса требует принятия ответственности на индивидуальном уровне, отважного труда, увлечённости и непоколебимости, да наступит истинное понимание ноосферы.

Список использованных источников:

1. Drucker P. F. Managing in a time of great change. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation, 2009. 323 p.
2. Вернадский В. И. Живое вещество и биосфера. М.: Наука, 1994. 669 с.
3. Вернадский В. И. Живое вещество. М.: Наука, 1978. 357 с.
4. Тейяр де Шарден П. Божественная среда. М.: Renaissance, 1992. 311 с.

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 3 / 2018

Подписано в печать 15.06.2018

Рабочая группа по выпуску журнала

Главный редактор: Барышов Д.А.

Верстка: Сятынова А.В.

Корректор: Хворостова О.Е.

Издано при поддержке

Научного объединения

«Вертикаль Знаний»

Россия, г. Казань

Научное объединение «Вертикаль Знаний» приглашает
к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов,
докторантов, а также других лиц, занимающихся научными
исследованиями, опубликовать рукописи в электронном
журнале **«Экономика и парадигма нового времени»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

