

ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА

ISSN 2587-8891



Периодическое издание
Выпуск № 1
Казань, 2018

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ**

"ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА"

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



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2018 год

Основное заглавие: Формула менеджмента

Параллельное заглавие: The formula of the management

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: 2587-8891

Редколлегия издания:

1. Глебова Ирина Станиславовна - канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
2. Макарова Елена Владимировна - канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
3. Нуртдинов Равиль Мулланурович - канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
4. Сирик Марина Сергеевна - канд. юрид. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
5. Алексеев Алексей Викторович - канд. экон. наук, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
6. Воробьева Елена Ивановна - д-р экон. наук, профессор, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
7. Бондарь Александр Петрович - канд. экон. наук, доцент, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
8. Блажевич Олег Георгиевич, канд. экон. наук, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь.
9. Алкадырова Чолпон Мукамбетовна - канд. экон. наук, доцент, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.
10. Палий Наталья Сергеевна - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.
11. Семенов Андрей Анатольевич - канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Украина.

ISSN 2587-8891



9 772587 889002 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Формула менеджмента. - 2018. - № 1 (3).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

«ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА»

Вопросы кадровой политики

Стр. 5 Кичатова Е.Ю., Кузнецов А.И., Архипова С.В.

Особенности кадрового менеджмента частной медицинской организации

Практический менеджмент

Стр. 10 Санникова К.А.

Система управления персоналом в российской транснациональной компании «Газпром»: характеристика, особенности, основные принципы

Секторальный менеджмент

Стр. 14 Эльканова А.А., Мараховская Г.С.

Особенности предпринимательства в индустрии моды

УДК 65.012.413

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЧАСТНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кичатова Елена Юрьевна,
Кузнецов Александр Иванович,
Архипова Светлана Викторовна

Самарский государственный медицинский университет
Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Самара
E-mail: arhipovas.v@mail.ru

Аннотация. Система управления кадрами зависит не только от решения вопросов квалификации и соответствия полученного образования занимаемой должности, нормирования, но и от внедрения различных моделей оплаты труда, организации непрерывного последиplomного образования, внедрения инновационного менеджмента.

В статье рассмотрены вопросы эффективности деятельности медицинских организаций в современных условиях. В качестве оптимального экономического мотивационного стимула медицинских работников медицинской организации частной формы собственности предлагается смешанная сдельно-повременная оплата с системой бонусирования.

Основная роль в ориентации частной медицинской организации на инновационный менеджмент принадлежит медицинским работникам основных специальностей, прошедших последиplomную подготовку в рамках реализации государственных программ.

Abstract. The control system of shots depends not only on the solution of questions of qualification and compliance of the got education of a post, rationing, but also on introduction of various models of compensation, the organization of continuous postdegree education, introduction of innovative management.

In article questions of efficiency of activity of the medical organizations in modern conditions are considered. As an optimum economic motivational incentive of health workers of the medical organization the mixed price-work time wage with the system of motivation.

The main role in orientation of the private medical organization to innovative management belongs to health workers of the main specialties which have had postdegree training within implementation of state programs.

Ключевые слова: кадровый менеджмент, оплата труда, инновационный менеджмент, программы инновационного развития.

Keywords: personnel management, compensation, innovative management, programs of innovative development.

В настоящее время существенно изменились подходы к кадровому менеджменту медицинских организаций. Прежде всего, это связано с общегосударственной политикой (реализация в медицинских организациях Указов Президента РФ, методических рекомендаций, утвержденных приказами Министерства здравоохранения РФ) [2-8].

Так, с января 2013 г. для всех экономических субъектов РФ предусмотрена обязательная процедура обеспечения внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, которая должна быть изложена по существу в учетной политике медицинской организации. Данная процедура должна включать отражение информации о контроле целевых оценочных показателей по использованию кадров и оплате их труда. В этих условиях возрастают требования к качеству менеджмента в медицинских организациях (МО), руководители которых в соответствии с уставами отвечают за вопросы формирования штатных расписаний и оплату труда.

В связи с этим, внедрение системы управления кадрами МО, направленной на повышение лояльности работников и совершенствование системы мотивации персонала необходимы на каждом этапе развития организации. При этом, ключевой проблемой использования кадрового ресурса медицинской организации является отсутствие оптимальной рыночной системы оплаты труда и мотивации основного производственного персонала - врачей и медицинских сестер [1].

В частных медицинских организациях нередко возникают сложности с использованием классических схем оплаты труда, таких как: повременная, сдельная, сдельно-повременная и другие. Как и в государственной системе, так и в бизнес-практике подтверждается существование «левых» пациентов практически у любого врача, медицинской сестры независимо от размера фиксированной заработной платы. Проблему составляет и то, что в здравоохранении до настоящего времени сохранилось представление о том, что опытный, высококвалифицированный специалист, обеспечивавший успешную деятельность структурного подразделения медицинской организации, может быть назначен ее руководителем (менеджером – главной сестрой, главным врачом, директором клиники и т.п.). Данное условие негативно сказывается на эффективной организации работы всех специалистов, занятых в лечебно-диагностическом процессе.

Существующая в большинстве частных медицинских организаций практика работы сестры - руководителя сводится к фиксации в виде плана ежедневного или еженедельного объема сдаваемых в кассу средств. В итоге, в большинстве случаев, имея хорошую текущую ликвидность, медицинская организация постепенно теряет клиентуру и разоряется, поскольку длительная работа «на потоке» невозможна в силу узости рынка медицинских услуг и высокой эластичности спроса на них [1,2].

Накопленный нами практический опыт указывает, что контроль сестрой-руководителем поступления денежных средств от деятельности медицинского персонала должен быть основан на совместном учете кассовой выручки, поступившей от работы конкретного специалиста, анализа показателя текущей эффективности первичного контакта врача и пациента (% лиц, оставшихся на лечении, сумма первичного счета и т.д.), и долгосрочной эффективности его работы для создания стабильной клиентской базы (соотношение первичных и повторных пациентов по объему поступлений и количеству посещений, частота повторных визитов и продолжительность интервалов между ними). Говоря другим языком, сестра-руководитель должна оценивать качество выполнения профессиональных функций сотрудниками медицинских организаций с позиций эффективности, безопасности и ориентации на интересы и личность пациента.

Следует отметить, что современные подходы по реформированию систем оплаты труда в здравоохранении РФ заставляют частные медицинские организации изменять порядок начисления выплат и конкурировать с государственной системой здравоохранения, опирающейся на персонификацию критериев выплат через утверждение для разных групп медицинских организаций и разных медицинских работников уникальных наборов индикаторов оценки их труда. В то же время часть мотивационных экономических стимулов может быть единой. При этом наиболее оправданной является смешанная сдельно-повременная оплата с системой бонусирования. Например, фиксированная часть - «оклад» - выплачивается при любых обстоятельствах и независимо от фактических результатов работы медицинского работника. Размер оклада определяется размером ставки, сдельная часть выплачивается в виде процента от фактического объема оказанных этим специалистом услуг. Бонус (премия) - при достижении плановых показателей бизнес-плана отдельно по подразделениям или по конкретным специалистам. Система депремирования в таком случае должна включать личную материальную ответственность работника в случаях неэффективного лечения первично обращающихся в центр пациентов, или же при высокой доле пациентов, недовольных качеством или стоимостью обслуживания. Косвенным, но наиболее достоверным показателем эффективности используемой системы мотивации является превращение потока пациентов в самоподдерживающийся. Это проявляется ростом удельного числа пациентов, обратившихся по рекомендации лиц, ранее лечившихся в данном центре или у данного специалиста.

Контроль за сферами, относящимися к управленческой деятельности медицинской организации должен осуществлять квалифицированный персонал. Если говорить о медицинских кадрах, то они находятся в более выгодной позиции по отношению к вспомогательному персоналу за счет внедрения в медицине политики непрерывного образования, требованиям к сертификации и

аттестации медицинского персонала [2]. Хуже обстоит дело с немедицинским и управленческим персоналом. Существующая на данный момент Ассоциация частных медицинских организаций не может обеспечить адекватное решение стоящих проблем, так как в большинстве случаев констатируется задача, но не предлагается путей решения.

Опыт работы, как в высшем учебном учреждении, так и в практической медицине показывает, что в отличие от «карьерных дипломатов» подготовить эффективных «карьерных менеджеров» для медицинских организаций невозможно. Остается одно – дополнительное профессиональное образование в области современного инновационного менеджмента специалистов, имеющих последипломное образование «Общественное здоровье и организация здравоохранения», «Управление сестринской деятельностью» и отвечающие за принятие управленческих решений.

Следует отметить, что инновационный менеджмент в медицинской организации предусматривает одновременную системную работу по многим направлениям, но ведущими из них являются следующие:

- кадровый менеджмент (управление персоналом и обучение);
- медицинский технологический менеджмент – организация и мониторинг лечебно-диагностических процессов;
- ресурсный менеджмент (комплектация штатных должностей персонала, экономика и финансы, лекарственное и техническое обеспечение – оборудование);
- хозяйственный менеджмент (строительство, реконструкция, ремонт, транспорт, связь, материально-техническое обеспечение);
- информационный и коммуникативный менеджмент;
- средовой менеджмент (представительство, взаимодействие с руководством и с другими организациями);
- перспективный менеджмент – ситуационно-тактическое и стратегическое проектирование и планирование.

На наш взгляд возможно направление перспективных специалистов на обучение по действующим Президентским программам в Фонд содействия развитию малых форм предприятий, что поможет решить вопросы с профессиональной подготовкой управленческих кадров для медицинской организации.

В настоящее время Фонд реализует программы инновационного развития, которые направлены на создание новых и развитие действующих высокотехнологических компаний, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности, привлечение инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства, создание новых рабочих мест.

Целевую группу для подготовки по Президентской программе «Подготовка управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской

Федерации» составляют граждане Российской Федерации (специалисты, претендующие на обучение в Самарской области, должны иметь соответствующую регистрацию) предприятий народного хозяйства Российской Федерации и организаций всех форм собственности, отвечающие следующим требованиям:

- высшее образование;
- общий стаж работы не менее 5 лет;
- опыт работы на управленческих должностях не менее 3 лет.

Таким образом, для частной медицины интерес последипломной подготовки таких специалистов имеет первостепенное значение, так как данная подготовка позволяет получить компетенции в сфере государственного и муниципального управления, приобрести практические навыки по организационно-массовой работе, социально-проектной деятельности и изменить кадровую политику в медицинской организации.

Список использованных источников:

1. Габуева Л.А., Зими́на Э.В. Оплата труда персонала медицинских организаций: эффективный контракт . - М: Проспект, 2015. - 295 с.
2. Конаныхина А.К., Зими́на Э.В., Кочубеей А.В., Наваркин М.В. Особенности нормативного правового регулирования системы непрерывного образования управленческих кадров в сфере здравоохранения // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 6. - С. 1014.
3. Постановление Правительства РФ «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2007/08 – 2017/18 учебных годах» от 24.03.2007 г. № 177 (ред.от 17.08.2017 г.).
4. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Комплекса мер по обеспечению системы здравоохранения РФ медицинскими кадрами до 2018 г.» от 15.04.2013 г. № 614-р.
5. Распоряжение Правительства РФ «О Программе поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012— 2018 гг.» от 26.11.2012 г. № 2190-р.
6. Распоряжение Правительства РФ о плане мероприятий («дорожной карте») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности здравоохранения» от 28.12.2012 г. № 2599р.
7. Указ Президента РФ «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» от 07.05.2012 г. № 597.
8. Указ Президента РФ «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения» от 07.05.2012 г. от № 598.

УДК 331.108.2

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИЙСКОЙ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ КОМПАНИИ «ГАЗПРОМ»: ХАРАКТЕРИСТИКА, ОСОБЕННОСТИ, ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Санникова Ксения Александровна,
Ижевский государственный технический
университет им. М.Т. Калашникова, г. Ижевск
E-mail: sannikova.ka@mail.ru

Аннотация. Актуальность темы связана с развитием транснациональных компаний по всему миру, в качестве проблемы выступает совокупность особенностей управления персоналом в транснациональных компаниях. Целью исследования является рассмотрение системы управления персоналом на конкретном примере – объектом исследования выступает Группа Газпром. В работе проанализирована система, методы, принципы, подходы к управлению персоналом, для этого была проведена работа с отчетностью компании Газпром. Выявлено, что компания обеспечивает условия для постоянного профессионального развития персонала и высокий уровень социальной защищенности.

Abstract. The relevance of the article is connected with the development of transnational companies around the world, as a problem is a set of features of personnel management in transnational companies. The purpose of the study is to review the personnel management system using a specific example - Gazprom Group is the object of the study. The work analyzes the system, methods, principles, approaches to personnel management, for this purpose work was carried out with Gazprom's reporting. It was revealed that the Company provides the conditions for permanent professional development of personnel and a high level of social security.

Ключевые слова: управление персоналом, транснациональная компания, Группа Газпром, корпоративная культура, мотивация труда.

Key words: personnel management, transnational company, Gazprom Group, corporate culture, motivation of work.

Персонал является одним из важнейших ресурсов организации, необходимых для достижения всех ее целей и задач. Именно от персонала непосредственно зависят возможности организации. Управление персоналом - целенаправленная деятельность руководящего состава организации,

руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, включая разработку концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления персоналом. В зависимости от размеров организации, ее положения на рынке существуют специфические особенности управления персоналом.

Транснациональная компания (ТНК) представляет собой организацию, имеющую подразделения во многих странах, ее активы за пределами страны базирования превышают 25% от общего объема, а филиалы этой компании располагаются более чем в двух странах. Разумеется, управление такой компанией имеет ряд отличительных особенностей, однако в рамках данной работы будут рассмотрены особенности управления персоналом.

К отличительным чертам управления персоналом в ТНК относятся: отличия рынка труда в странах, где расположены дочерние предприятия ТНК; перемещение работников между подразделениями компании, которые расположены в разных странах; отличия практики управления человеческими ресурсами в разных филиалах; национальная ориентация персонала; усложнение контроля исполнения; завышенные требования к кандидатам для зарубежной деятельности; международная ротация; особый подход к мотивации в зависимости от страны [1].

В качестве объекта исследования в данной работе выступает Группа Газпром.

В ходе выстраивания модели управления Газпрома его филиалы были преобразованы в самостоятельные юридические лица. Они начали функционировать как региональные корпорации в газовой сфере. Каждый филиал Группы де-юре независим от основной компании, хотя, безусловно, развивается в контексте тех стратегических приоритетов, что выработаны головным офисом корпорации.

Одним из ключевых приоритетов Группы Газпром является создание эффективной системы управления персоналом, способствующей раскрытию потенциала работников и созданию благоприятной корпоративной культуры. Группа Газпром, являясь ответственным работодателем, реализует кадровую политику в соответствии с российским законодательством, конвенциями Международной организации труда, Политикой управления человеческими ресурсами и другими внутренними документами.

Подбор персонала осуществляется в двух ключевых сегментах должностей: массовом и немассовом (специалисты и руководители). Газпром стремится привлекать талантливых людей, которые смогут внести свой вклад в его развитие. На массовые должности Газпром, в основном, привлекает внешних кандидатов. В подборе сотрудников для немассовых должностей приоритет отдается внутренним кандидатам. С внешнего рынка привлекаются редкие и уникальные специалисты. Группа Газпром активно сотрудничает с крупнейшими

российскими вузами, в том числе создает в них базовые кафедры. При поддержке Группы действует 26 базовых кафедр в 13 вузах. На протяжении нескольких лет Группа Газпром создает специализированные классы в среднеобразовательных учреждениях, основными задачами которых является профессиональная ориентация на инженерные специальности.

В связи со спецификой производства часть персонала работает в условиях вахтового метода. Общая численность вахтового персонала составила 34,6 тыс. человек, 95 % из которых работали в отдаленных регионах с суровым климатом. Группа осознает свою ответственность перед людьми, работающими далеко от дома в сложных климатических условиях, и обеспечивает им комфортные условия труда, в том числе: доставляет персонал на вахту от пункта сбора до места выполнения работы и обратно; развивает инфраструктуру вахтовых поселков с целью обеспечения необходимого уровня и качества жизни вахтового персонала в период нахождения на объекте производства работ; предоставляет медицинское и социально-бытовое обеспечение; следит за строгим соблюдением режима труда и отдыха [2, с. 64].

В соответствии с Политикой в дочерних обществах и организациях ПАО «Газпром» действует повременно-премиальная система оплаты труда на основании Единой тарифной сетки и повременно-индивидуальная система на основе схем должностных окладов. Помимо должностных окладов, для работников предусматриваются ежемесячное премирование за результаты их производственной деятельности, доплаты и надбавки в зависимости от условий труда и объема выполняемых работ, единовременное премирование за значительные достижения, вознаграждение по итогам работы за год.

Для работников в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях оплата производится с учетом районных коэффициентов (до 1,8) и процентных надбавок к заработной плате (до 80%) в зависимости от региона выполнения работ [2, с. 66].

В начале 2016 г. было проведено повышение должностных окладов и тарифных ставок работников ПАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций, расположенных на территории Российской Федерации, на 7,4%.

Интересы работников Компании и ее дочерних обществ и организаций основных видов деятельности представляет Межрегиональная профсоюзная организация «Газпром профсоюз».

В Компании действует специальная корпоративная программа жилищного обеспечения, основанная на использовании механизма банковского ипотечного кредитования, а также разработанная в соответствии с принципами Стратегии долгосрочного развития пенсионной системы Российской Федерации система корпоративного пенсионного обеспечения работников.

В целях дополнительной мотивации, профессионального развития персонала и повышения престижа специальностей основных видов

деятельности Газпром на постоянной основе проводит конкурсы профессионального мастерства.

Для эффективного взаимодействия с персоналом в ПАО «Газпром» и его дочерних обществах действует развитая сеть корпоративных коммуникаций, в том числе: официальные сайты ПАО «Газпром» и компаний Группы; корпоративные издания и информационно-справочные системы.

В ПАО «Газпром» действует Система непрерывного фирменного профессионального образования (СНФПО). В 2016 г. более 337 тыс. работников Группы Газпром прошли обучение по программам повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Газпром активно сотрудничает с международными нефтегазовыми компаниями, в числе которых Uniper, Wintershall Holding GmbH, Nederlandse Gasunie B.V., ENGIE, Royal Dutch Shell, PetroVietnam, Linde AG, DNV, по вопросам совершенствования системы корпоративного обучения. Для работников компаний Uniper, ENGIE, PetroVietnam организуются стажировки на предприятиях Газпрома [2, с.69].

Таким образом, Группа Газпром уделяет большое внимание управлению персоналом. Высокопрофессиональный коллектив является главной ценностью и важным конкурентным преимуществом Газпрома на энергетическом рынке. Компания обеспечивает условия для постоянного профессионального развития и высокий уровень социальной защищенности.

Список использованных источников:

1. Управление персоналом в международных корпорациях // AdLoad.ru – образовательные материалы. - URL: http://www.adload.ru/page/up_0214_855.htm (дата обращения 22.02.2018)
2. Отчет о деятельности в области устойчивого развития Группы Газпром за 2016 год. Москва, 2017 год. – 154 с.

УДК 334.01:685.34.01

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Эльканова Алима Алиевна,
Мараховская Галина Самвеловна,
Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь
E-mail: alimaelkan@gmail.com
E-mail: galinamarahov@yandex.ru

Аннотация. Управление бизнесом в индустрии моды является многогранным и порою противоречивым процессом, требующим знаний не только в сфере дизайна и моды, но и в сфере менеджмента и предпринимательства. В силу этого в сфере моды возникает проблема отсутствия необходимых компетенций в данной отрасли у начинающих бизнесменов. Данная статья освещает проблему изучения основ предпринимательства в индустрии моды.

Abstract. Managing a business in the fashion industry is a multidimensional and controversial process that requires fashion design, management and economic knowledge. As such, new businesses in these sphere face the problem of lack of these certain knowledge. In this article we study the problem of entrepreneurship basics in the fashion industry.

Ключевые слова: индустрия моды, мода, основы предпринимательства, бизнес, менеджмент.

Key words: fashion industry, fashion, entrepreneurship basics, business, management.

Индустрия моды является источником развития народных экономик государств по всему миру. Управление бизнесом в сфере моды, как и другим видом деятельности, требует знаний основ предпринимательства, так как мода не ограничивается созданием новых коллекций. Роль предпринимателя в данной сфере требует не только дизайнерских способностей, но и качеств, необходимых для эффективного управления.

Бизнес в сфере моды требует от владельца знаний конъюнктуры рынка и его особенностей.

Современная индустрия моды образуется вследствие взаимодействия двух основных компонентов:

- объектов, которые представляют собой модную тенденцию и продукт - одежду класса «от кутюр», «прет-а-порте», «бридж», «массовая одежда» и «эконом-класс»;

- субъектов, которыми выступают дизайнеры, производители тканей, поставщики сырья потребители – все, кто вступает в отношения по поводу объектов индустрии моды.

Отметим, что каждый субъект по-своему интерпретирует понятие «модный продукт». Существует два основных условия, влияющих на эту интерпретацию:

- критерий модности, которому соответствует модный продукт. При данном условии товар удовлетворяет потребностям покупателей, и является модным именно с их точки зрения;

- модные тенденции, которые диктуют потребителям модность товара в данный момент времени.

Следует отметить, что модный товар относится к той категории товаров, которые удовлетворяют не только физическую, но и социальную потребность потребителя, поэтому подвергаются и физическому, и моральному устареванию. В условиях современности последнее обуславливается модным устареванием в связи с быстрым изменением модных тенденций.

На основе вышесказанного отметить основные особенности бизнеса в сфере моды, которые отличают его от других видов деятельности.

1. Субъективность рынка. Мода относится к креативным индустриям, и основывается на предпочтениях субъектов рынка, поэтому требует от производителя постоянного новаторства.

2. Сезонность. Традиционный метод выпуска коллекций учитывает два основных стандартных сезона – весна/лето и осень/зима. Однако, многие ритейлеры увеличивают число «времен года» и выпускают более десятка коллекций в год. Подобная политика помогает бренду отслеживать динамику тенденций и своевременно предлагать потребителю одежду, отвечающую текущим тенденциям.

3. Импульсные покупки. Зачастую решение потребителя приобрести товар формируется в точке продаж. Желание приобрести продукт формируется ввиду его «доступности» при столкновении с ним.

4. Высокая волатильность спроса на рынке. Спрос на модном рынке никогда не имеет стабильного и линейного вида. Источники нестабильности возникают среди покупателей, которые ориентируются на погоду, личные предпочтения, кино, актер и спортсменов, что снижает способность спрогнозировать объемы продаж [1].

Успех предпринимателя в индустрии моды обуславливается такими компонентами, как знания в сфере дизайна, личные качества, предпринимательские навыки, уровень образования, умение выстраивать грамотную коммуникацию (в том числе, в соцсетях), наличие бренда [2].

Дизайнер – человек, который должен быть «мультиобразованным», то есть иметь знания из разных сфер жизни. Для построения эффективной работы необходимо найти баланс между творческим и коммерческим – двумя совершенно разными направлениями деятельности. По словам Й. Ямомото, если бизнес не развивается, значит, между ними не найден баланс [3]. Создание собственной марки – это, зачастую, главная цель большинства дизайнеров. В каждодневном труде предпринимателя в данной сфере, моделирование одежды становится лишь одной из множества задач, требующих выполнения.

Исследования показывают, что большинство дизайнеров зачастую не имеют базовых знаний в сфере бизнеса, которые необходимы для создания собственного бренда. По их словам, они вникают в понятия и термины бизнес-структуры лишь тогда, когда это необходимо. Подобная позиция значительно снижает возможности бренда развиваться и расти, так как владелец, не имея нужных знаний, не может своевременно определить перспективные направления или угрозы со стороны среды функционирования. Сюда входят не только основы ведения предпринимательской деятельности, но и теория управления, маркетинг, финансы и иные составляющие, которые сопровождают любую коммерческую деятельность в условиях рынка; поэтому помимо прочего, дизайнерам необходимо получать знания и обучаться основам данных дисциплин.

Не угасает полемика о том, можно ли научиться быть предпринимателем, или данное качество должно быть врожденным. Однако, в университетах, готовящих будущих работников индустрии моды, существует множество специальностей, напрямую не связанных с моделированием одежды. Отношение к моде как к самостоятельной сфере экономики приобретает с каждым годом более устойчивый характер. Дизайнеры перестают быть работниками искусства и занимают промежуточное положение между творчеством и бизнесом.

Помимо вышеперечисленных знаний владельцу модного бренда необходимы навыки построения коммуникации. Управление организацией требует от менеджера постоянного общения с поставщиками, сотрудниками, клиентами и иными участниками структуры. По словам известного дизайнера, талант обеспечивает 10% успеха бренда, остальные 90 % обеспечиваются созданием эффективной команды.

Важную роль в сфере индустрии моды играют харизма и личные качества предпринимателя и являются одними из важнейших ресурсов развития бизнеса. Следует учитывать тот факт, что в мире моды бренд всегда отождествляется с личностью дизайнера. Построение образа, который привлечет к себе внимание, требует не только труда и целеустремленности, но и харизматичности, а также умения быть гибким, в зависимости от ситуации.

Узнаваемость организации обеспечивается посредством создания узнаваемого бренда, который будет охватывать такие элементы, как название,

логотип и личность дизайнера, поэтому в мире моды развитие личных качеств и инвестиции в свою личность имеют большое значение.

Безусловно, совмещение двух направлений деятельности (творчества и бизнеса) является сложной задачей, в особенности для начинающих предпринимателей. В данном случае рациональным представляется обратиться к поддержке извне. Существует три вида поддержки: бизнес-инкубаторы, совместное ведение бизнеса дизайнером с бизнес-партнером, использование внешнего профессионального менеджмента [4].

Бизнес-инкубатор – это инструмент по развитию и продвижения бизнеса. Его основная задача заключается в создании условий, необходимых для ускоренных темпов развития малых предприятий. В фэшн-индустрии существуют специализированные бизнес-инкубаторы, которые предоставляют услуги в сфере маркетинга, изготовления товара, проведения выставок, внедрения инноваций.

Вторая концепция – бизнес-партнерство – подразумевает совместное ведение бизнеса дизайнера с бизнес-партнером. Мировая практика достаточно часто встречается с сотрудничеством, в котором дизайнер выполняет творческую часть работу и создает коллекцию, а партнер осуществляет остальные аспекты ведения бизнеса в сфере моды, о которых говорилось ранее.

Не менее распространена третья концепция, при которой в управление организацией внедряется внешний профессиональный менеджмент. Операции управления централизуются и полностью контролируются холдинговой компанией, которая принимает стратегические решения в сфере производства, пиара, человеческих ресурсов, маркетинга, финансирования, менеджмента и других аспектов. При данном сотрудничестве дизайнер имеет возможность сосредоточиться на создании продукта.

Несмотря на трудности, сопровождающие создание организаций в сфере моды, рынок дизайнерской одежды продолжает стремительно расти. Основная специфика модной индустрии заключается в творчестве, однако роль дизайнера в современном мире выходит за рамки искусства и требует знаний о предпринимательской деятельности. В целях повышения эффективности работы модной фирмы, дизайнеру-менеджеру необходимо совершенствоваться в сфере управления, маркетинга, финансов, и иных аспектов, сопровождающих коммерческую деятельность. Данное отношение позволит со временем превратить моду в независимую многомиллиардную индустрию, охватывающую не только крупные города, но и регионы.

Список использованных источников:

1. Семеркова Л.Н., Латынова С.В. Франт и... деньги. Особенности предпринимательской деятельности в индустрии модной одежды // Российское предпринимательство. - 2007. - № 10-2. - 174-178.
2. Elisa Kurz. Analysis on Fashion Design Entrepreneurship: Challenges and Supporting Models / University of Borås, Swedish School of Textiles. 2010, 62 p.
3. Jones, S.J. Fashion Design / Laurence King Publishing. - London, 2005.
4. Ченчик А.В. Особенности предпринимательства в индустрии моды // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 3. – С. 231-237.

ФОРМУЛА МЕНЕДЖМЕНТА

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 1 / 2018

Подписано в печать 15.01.2018

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 **«Формула менеджмента»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

