

8. Земцов С.П. Оценка скорости диффузии инноваций и инновативности регионов России // Модернизация экономики и общества: XV Апрельская международная научная конференция. – Москва, 2014. – С. 7.

9. Журкевич М.В. Развитие субъектов инновационной инфраструктуры как инструмент ускорения модернизации экономики. – Минск, 2012. – С. 2.

10. Теляшева Э.А. Системные препятствия инновационного развития России // ИнВестРегион. – 2010. – №2. – С. 1.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю.А. Козликина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: hensu@mail.ru

Научный руководитель: Видяев И.Г., канд.экон. наук.

Изучена эволюция понятия политики предприятия. Ее необходимость в современном функционировании предприятия. Основные этапы, необходимые для разработки новой корпоративной политики. Рассмотрены основные требования, предъявляемые к корпоративной политике на предприятии.

Все больше компаний заинтересовано в разработке корпоративной политики. Единых правил формирования и реализации, которой сегодня не существует. Каждое предприятие вынуждено самостоятельно разрабатывать подходы к описанию ее основных положений и реализации. Что приводит либо к успеху, либо к провалу. Поэтому изучение основных требований является актуальным, благодаря корпоративной политике, руководители и сотрудники компании будут иметь четкие ориентиры, как в ходе текущей деятельности, так и при решении каких-то нестандартных задач.

Целью работы является выявление основных требований, которым должна соответствовать корпоративная политика. Поставлены следующие задачи: изучение сущности и содержания корпоративной политики; рассмотрение этапов внедрения новой корпоративной политики; выявление требований, предъявляемых к корпоративной политике предприятия.

Залогом эффективной деятельности большинства современных предприятий является сокращение издержек, связанных с обслуживанием клиентов, гибкого и оперативного взаимодействия с поставщиками, а также внутренним документооборотом предприятия. Подобные задачи, как правило, решаются двумя взаимодополняющими путями - внедрением на предприятии информационной системы автоматизации и разработкой новой корпоративной политики.

Вопросы, имеющие прямое отношение к корпоративной политике предприятия и предпринимательству, начали обсуждаться уже в начале века с появлением работ Ф.Тейлора "Научный менеджмент" (1916 г.) и А.Файоля "Промышленная и общая администрация" (1916 г.).

Анализируя данные работы, можно сделать вывод, что основу составляет вопрос о том, что обеспечивает предприятию стабильный успех, и каким образом он, может быть, достигнут с помощью политики предприятия.[1]

Таблица 1 – Эволюция понятия «политика предприятия»

№ п/п	Период	Представитель	Понятие политики предприятия
1.	Ранний этап 50-х годов	Х. Ульрих	Решения, определяющие судьбу предприятия: что и каким образом предприятие должно производить и организовывать производственный процесс.
		К. Зандиг	Должна касаться общесистемных и основополагающих решений. В центре внимания находится не только роль собственника и генерального директора, но и более широкий круг управленческих проблем.
2.	60-е годы: становление политики предприятия как теоретической дисциплины	В. Мюллер	Система четко сформулированных, независимых от времени принципов, под влиянием которых функционирует предприятие. 1) Рабочая политика – определяет способы и направления потенциала предприятия; 2) Потенциальная политика – отражает способ сохранения и преумножения потенциала предприятия; 3) Стиль управления – каким образом происходит привлечение персонала к решению поставленных целей и задач.
		В. Хиль	Включает предназначение предприятия, автономные фирменные цели, принципы поведения по отношению к группам интересов и управленческие концепции.
3.	70-е года	-	Эти годы характеризуются усилиями по созданию интегрированных, системных управленческих моделей, в которых политика предприятия нашла самостоятельное место.
4.	Развитие теории политики предприятия в 80-е годы	Э. Браухлин	Ориентироваться должна на экологию или проблемы «третьего мира»
		П. Гомес	Рассматривал повышение стоимости в качестве меры эффективности политики. предприятия
5.	90-е года	В. Хиль	Должна быть направлена на обеспечение легитимности и автономности его деятельности. При этом отношения с внешними и внутренними группами интересов должны строиться так, чтобы сохранить их заинтересованность в успехе предприятия и не лишить его критически важных ресурсов.

Сегодня политика предприятия – это совокупность принципов, используемых менеджментом организации при управлении работой предприятия. В соответствии,

с которыми система ведет себя в целом, и по которым действуют люди, входящие в эту систему. [2]

Корпоративная политика предприятия (Corporate Policy) – это сборник документально зафиксированных руководящих принципов и подходов, из которых должны исходить и которым должны следовать руководители, должностные лица и сотрудники предприятия. Четко и ясно сформулированные принципы и подходы корпоративной политики могут служить эффективным инструментом как управления предприятием, так и его развития.

Эти принципы призваны:

- 1) Служить основой для разработки и внедрения системы мер внутреннего контроля;
- 2) Дать ориентиры для осуществления текущей деятельности предприятия;
- 3) Установить критерии принятия решений по вопросам учета, контроля, отчетности;
- 4) Обозначить рамки должного поведения служащих предприятия.[3]

Разработка новой корпоративной политики является одним из ключевых этапов в процессе функционирования предприятия. Этот этап позволяет повысить общую эффективность деятельности предприятия путем снижения издержек.

Собственно сама разработка новой корпоративной политики состоит из двух частей: разработки корпоративных стандартов и реинжиниринга существующих на предприятии бизнес-процессов.

Разработка новой корпоративной политики может быть представлена тремя уровнями, которые позволят увидеть в какой последовательности необходимо организовать процесс. Первый уровень - это разработка корпоративных стандартов или трансформация имеющихся; второй уровень - это комплекс мероприятий по обеспечению реинжиниринга бизнес-процессов, третий уровень - это повышение эффективности работы предприятия за счет достигнутых на первых двух уровнях результатов (рис. 1).[4]



Рис.1. Уровни разработки корпоративной политики

Рассмотрим в таблице 2 перечень корпоративных стандартов, являющийся необходимым для практически любого предприятия:

Таблица 2 – Перечень корпоративных стандартов[4]

№ п/п	Наименования стандарта	Описание
1.	Организационно-штатная структура предприятия	Этот стандарт регламентирует штатную структуру предприятия, штатное расписание, должностные обязанности и т.д. Частично данный стандарт может дублировать учредительные документы.
2.	Бухгалтерские стандарты	Эти стандарты регламентируют весь бухгалтерский документооборот, включая общий план счетов для всех сотрудников, типовой перечень хозяйственных операций, структуру аналитического учета, принципы консолидации данных, корпоративные принципы бюджетного управления и финансового анализа.
3.	Классификатор продукции и иных товарно-материальных ценностей	Этот стандарт соотносит выпускаемую продукцию (оказываемые услуги) определенной внутрикорпоративной номенклатуре.
4.	Классификатор клиентов и партнеров	Этот стандарт создается с учетом целей анализа товарных и финансовых потоков.
5.	Стандарты процедур основных функциональных операций	Этот стандарт регламентирует проведение как минимум особо критичных для бизнеса операций, таких, как продажа, закупка, складирование и внутреннее перемещение, и других.
6.	Стандарты принятия решений и разрешения противоречий	Эти стандарты регламентируют должностные отношения, порядок принятия тех или иных решений на всех уровнях предприятия.

Вторым уровнем разработки новой корпоративной политики является реинжиниринг существующих бизнес-процессов, чем достигается повышение удовлетворенности клиентов и поставщиков, обеспечения качества и сокращения издержек. Для обеспечения решения задач реинжиниринга бизнес-процессов проводится комплекс мероприятий по обеспечению оптимизации работ и функций на всех уровнях предприятия. Целесообразным является определение и отказ от несущественных целей предприятия, то есть от целей, не соответствующих стратегии его развития, а

также снижения издержек, оптимизируя бизнес-процессы по максимальному числу критериев.

Принятие корпоративных стандартов в целом благоприятно отразится на повышении удовлетворенности клиентов и поставщиков, а также позволит добиться улучшения качества поставляемых товаров (услуг). Что же касается сокращения издержек, то в случае принятия корпоративных стандартов они автоматически будут сокращены за счет введения на предприятии формализованного документооборота. Проведение реинжиниринга бизнес-процессов также позволит добиться снижения издержек на уровне целей [4].

Очень часто создание политики осуществляется для виду, что она есть. Например, для того чтобы пройти сертификацию или создать себе репутацию для привлечения клиентов и поставщиков. В итоге вместо эффективного инструмента управления компанией получается заброшенный документ. Все может быть совершенно по-другому. Правильно разработанная и внедренная корпоративная политика может стать хорошим инструментом, помогающим как в управлении компанией, так и в ее развитии [5].

При разработке корпоративной политике должны быть учтены следующие требования:

- 1) Наличие четко сформулированных целей предприятия;
- 2) Учет внутренних и внешних факторов, влияющих на предприятие;
- 3) Учет особенностей самого предприятия;
- 4) Оформление в письменном виде, утвержденным руководителем предприятия;
- 5) Содержание небольшого количества действующих на практике принципов;
- 6) Определение основного направления деятельности предприятия.

Мир не стоит на месте, и периодически происходят изменения самой компании, рынка на котором она работает, а также происходят изменения законодательства. В связи с этим, какие-то принципы корпоративной политики могут со временем утратить свою актуальность. В связи с этим важно периодически пересматривать корпоративную политику, для того чтобы дополнять ее новыми необходимыми принципами и исключать из нее неактуальные моменты. Это позволит обеспечить в любой момент времени четкие ориентиры, понятных как персоналу, так клиентам и партнерам, что будет благотворно сказываться на деятельности компании.

Список использованной литературы.

1. Эдвин Рюли Политика предприятия [Электронный ресурс] // Проблемы теории и практики управления – URL: http://vasilieva.narod.ru/20_4_97.htm (дата обращения 17.10.2015).
2. Технологии кадрового менеджмента / Под ред. И.В. Мишуровой. – Ростов-на-Дону, 2004.
3. Корпоративная политика [Электронный ресурс] // Корпоративная политика. – URL: <http://www.capitols.ru/services/consulting/policy> (дата обращения 17.10.2015).
4. Башкиров А. Разработка новой корпоративной политики предприятия [Электронный ресурс] // URL: <http://www.alib.spb.ru/blog/page/article-130> (дата обращения 17.10.2015).
5. Дудин Алексей Политика корпоративного масштаба // «ПРОДЕНЬГИ». – № 3 (16). – С. 30-32.

6. Саликов Ю.А., Науменко Е.А. Формирование и реализация промышленной политики на предприятии [Электронный ресурс] // URL: <http://www.lerc.ru/books/?part=bulletin&art=3&page=22> (дата обращения 18.10.2015).

7. Кузнецова В.А., Семенов С.С. Требования и принципы формирования экономической политики промышленного предприятия // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. – 2011. – №4.

ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ КОМПЕТЕНЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ИЦХАКА АДИЗЕСА

А.А. Кочергина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: Kochergina2807@mail.ru

Научный руководитель: Криницына З.В., канд. тех. наук

В статье подробно описана типология руководителей Ицхака Адизеса. Показано, как на основе данной типологии строить модели компетенций. Выявлено, что именно необходимо для того, чтобы наиболее точно отнести своих сотрудников или членов команды к тому или иному типу. Представлены проблемы, с которыми можно столкнуться, разрабатывая модель компетенций по Адизесу. Выделены достоинства и недостатки данного метода.

Ицхак Кальдерон Адизес – израильский и македонский ученый, один из экспертов в области повышения эффективности ведения бизнеса через подходы к типологии руководителей. Согласно И.К. Адизесу идеального руководителя, который мог бы всё, не существует в природе. Это объясняется тем, что такой «совершенный» человек просто обязан обладать несочетаемыми, но необходимыми и достаточными для достижения целей бизнеса, качествами. По мнению израильского ученого это невозможно.

Необходимых для осуществления эффективности качеств, автор выделяет всего четыре:

- *производитель* выдающихся результатов (P, producer);
- *администратор*, наводящий оптимальный порядок в процессах (A, administrator);
- *предприниматель*, для которого характерно новаторство, прогнозирование, поиск новых решений (E, entrepreneur);
- *интегратор*, создающий атмосферу, помогающую людям действовать сообща (I, Integrator).

Таким образом, образовалась аббревиатура *PAEI*, собранная из начальных букв этих слов. Легко заметить, что все эти качества противоречат друг другу, собственно, поэтому они и не могут сочетаться в одном человеке. Для эффективной и результативной работы фирмы, управлять ею должны сразу несколько руководителей, которые разделили бы между собой эти роли и на уровне осведомленности владели информацией об остальных качествах.