

УДК 658

Сапрыкина Т.В.

Белгородский государственный университет

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье рассмотрены вопросы управления эффективностью деятельности хозяйствующих субъектов, применения бенчмаркинга в качестве инструмента управления эффективностью. С этой целью охарактеризовано понятие бенчмаркинга, эффективности деятельности. Приведены основные аспекты методики оценки управления эффективностью.

Переход российской экономики к рыночным условиям хозяйствования выдвинуло и сделало возможным применение новой системы управления фирмой, позволяющей мгновенно оценивать изменения рыночной ситуации и быстро реагировать на них, находя при этом оптимальные решения. В последние годы в России под влиянием глобализации и расширения внешнеэкономических связей растет интерес к бенчмаркингу, как методу управления эффективностью хозяйствующего субъекта. С его помощью предприятия стремятся отыскивать новые резервы роста конкурентоспособности, новаций и улучшений в разных областях своей деятельности, разрабатывают мероприятия, позволяющие сокращать издержки производства и реализации, а также эффективные формы сотрудничества.

Актуальность применения данного метода управления эффективностью хозяйствующих субъектов усиливается в условиях экономического кризиса, когда необходимо повышать все стороны жизнедеятельности предприятий. Бенчмаркинг как новый современный инструмент конкурентной борьбы и метод управления бизнесом позволяет предприятиям совершенствоваться, взаимодействуя с другими игроками рынка, выявляя инструменты превосходства, целенаправленно внедряя их в свою деятельность.

За рубежом за последние десять лет бенчмаркинг стал одним из эффективных и признанных методов совершенствования бизнеса и входит в число самых популярных инструментов управления. По данным консалтинговой компании «Bain and Co» последние два года бенчмаркинг входит в тройку самых распространенных методов управления бизнесом в крупных международных корпорациях [3]. Причина подобной популярности легко объяснима – бенчмаркинг помогает относительно быстро и с меньшими затратами совершенствовать бизнес-процессы. Он позволяет понять, как работают передовые компании и добиться таких же, а возможно, и более высоких результатов.

Таким образом, проведенные исследования позволили обосновать использование в составе пенообразных молочных десертов λ -карагинана и крахмала, которые обеспечивают необходимые показатели качества. Определено рациональное содержание λ -карагинана и крахмала, которое составляет 0,5 и 3,4% соответственно при содержании восстановленного обезжиренного молока 7,5%.

Дальнейшие исследования следует проводить по определению условий и следствий комплексообразования белков и λ -карагинана как в дисперсионной среде, так и на разделе фаз.

Литература

1. Сачук, О.П. Технология молочного пудинга [Текст] / О.П. Сачук, Е.В. Грек // Молочная промышленность, 2006. – №10 – С 32-33.
2. Ермак, И.М. Каррагенан из красных водорослей для лечебно-профилактических продуктов [Текст] / И.М. Ермак, Т.Ф. Соловьева // Пищевая промышленность. – 1998. – №4. – С 20-21.

УДК 352:005.732 (470.325)

Сакулина Ю.М., аспирантка

Белгородский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье кратко изложены основные каналы и проблемы формирования имиджа государственных гражданских служащих Белгородской области. Предложен алгоритм создания структуры по формированию имиджа гражданских служащих.

Последняя треть XX и начало XXI века характеризовались резким усилением роли исполнительной ветви власти, укреплением ее позиций и изменением функций и полномочий в системе разделения властей, механизмов взаимоотношений с гражданами и объединениями граждан. В стране идет административная реформа. Процессы реформирования государственной службы Российской Федерации предполагают как трансформацию ее внутренней среды, так и изменение технологий взаимодействия с внешней средой. Одновременно с этими изменениями должен трансформироваться и образ государственного служащего. Это обуславливает тот факт, что отрицательные оценки деятельности чиновников преобладают. Негативное отношение к осуществлению своих функций государственными органами и служащими находят отражение в неблагоприятном имидже чиновников [4]. Формирование позитивного имиджа государственной службы и государственных служащих является необходимым ус-

ловием эффективного функционирования и развития данного социального института [3].

Таким образом, выявляется противоречие между необходимостью формирования позитивного имиджа государственного гражданского служащего Белгородской области и недостаточной реализацией технологий формирования имиджа государственного гражданского служащего Белгородской области.

Существуют различные каналы формирования имиджа. Среди них личные встречи и беседы представителей власти с населением. Отдельным каналом являются средства массовой информации. Источником информации выступает выпуск органами государственной власти печатной продукции – брошюр, информационно-аналитических бюллетеней, справочников. Представители общественных объединений, профсоюзов и политических партий, коллеги, родные, близкие, знакомые также могут выступать источником информации. Необходимо отметить, что информация может быть не только явной, но и скрытой (символика государственной службы, невербальное поведение государственных служащих). Организационная культура государственной службы как комплекс ценностей, разделяемых государственными служащими, также оказывает формирующее воздействие на конструирование имиджа государственных служащих.

Как отмечалось выше, имидж гражданского служащего целенаправленно формируется самими служащими, средствами массовой информации, Internet. Значительная часть общественного мнения о государственных служащих формируется с использованием широкого набора средств и, прежде всего, возможностей массовой коммуникации (70-80%) и публичных форм общения, таких как митинги, собрания, манифестации (10%).

По каждому из перечисленных каналов идёт формирование общественного мнения, которое складывается на основании собственного восприятия информации населением, а также эмоционально-психологического воздействия [1].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что формирование имиджа – процесс, связанный, прежде всего, с передачей различного рода информации о гражданских служащих.

В структуре органов власти Белгородской области информационно-аналитическое управление аппарата губернатора Белгородской области наиболее тесно связано с работой с информационными потоками.

Обозначим основные направления работы по формированию имиджа государственных гражданских служащих в Белгородской области:

– Обеспечение доступа населения Белгородской области к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в соответствии с принципами открытости, доступности, достоверности, свободы поиска, получения, передачи и распространения ин-

формации, соблюдения прав граждан на неприкосновенность частной жизни.

- Осуществление связей с политическими партиями, общественными и религиозными организациями.
- Изучение информационной активности населения.
- Преодоление негативных факторов, влияющих на состояние общественного мнения, защита жителей области от негативного информационного и деструктивного идеологического воздействия.
- Выпуск информационных брошюр, листовок, справочников.
- Мониторинг общественного мнения о государственных служащих, проведение социологического исследования о коррупции в органах государственной власти Белгородской области.
- Организация диалога между властью и обществом (пресс-конференции, брифинги).
- Улучшение качества человеческих взаимоотношений на государственной службе, а также между государственными служащими и обществом [2].

Осуществление государственными гражданскими служащими своей профессиональной деятельности по перечисленным направлениям связано с созданием образа чиновника.

Однако не существует, конкретного подразделения, функцией которого было бы формирование имиджа гражданских служащих.

Показательным является тот факт, что понятие «имидж» не упоминается ни в одном положении об органах исполнительной власти области.

Для формирования позитивного имиджа государственного гражданского служащего мы рекомендуем создание PR-службы (структурной единицы информационно-аналитического управления).

Данная структура вовсе не должна дублировать функции других управлений и отделов, касающиеся формирования позитивного имиджа гражданского служащего.

Основной её функцией станет формирование позитивного имиджа государственного служащего Белгородской области путём обеспечения взаимодействия государственных служащих различных структур, средств массовой информации, населения области, а так же мониторинг общественного мнения по вопросам государственной службы и иным вопросам. На PR-службу следует возложить ответственность за формирование имиджа гражданского служащего.

Основные этапы формирования PR-службы можно описать в виде алгоритма, который представлен на рисунке.

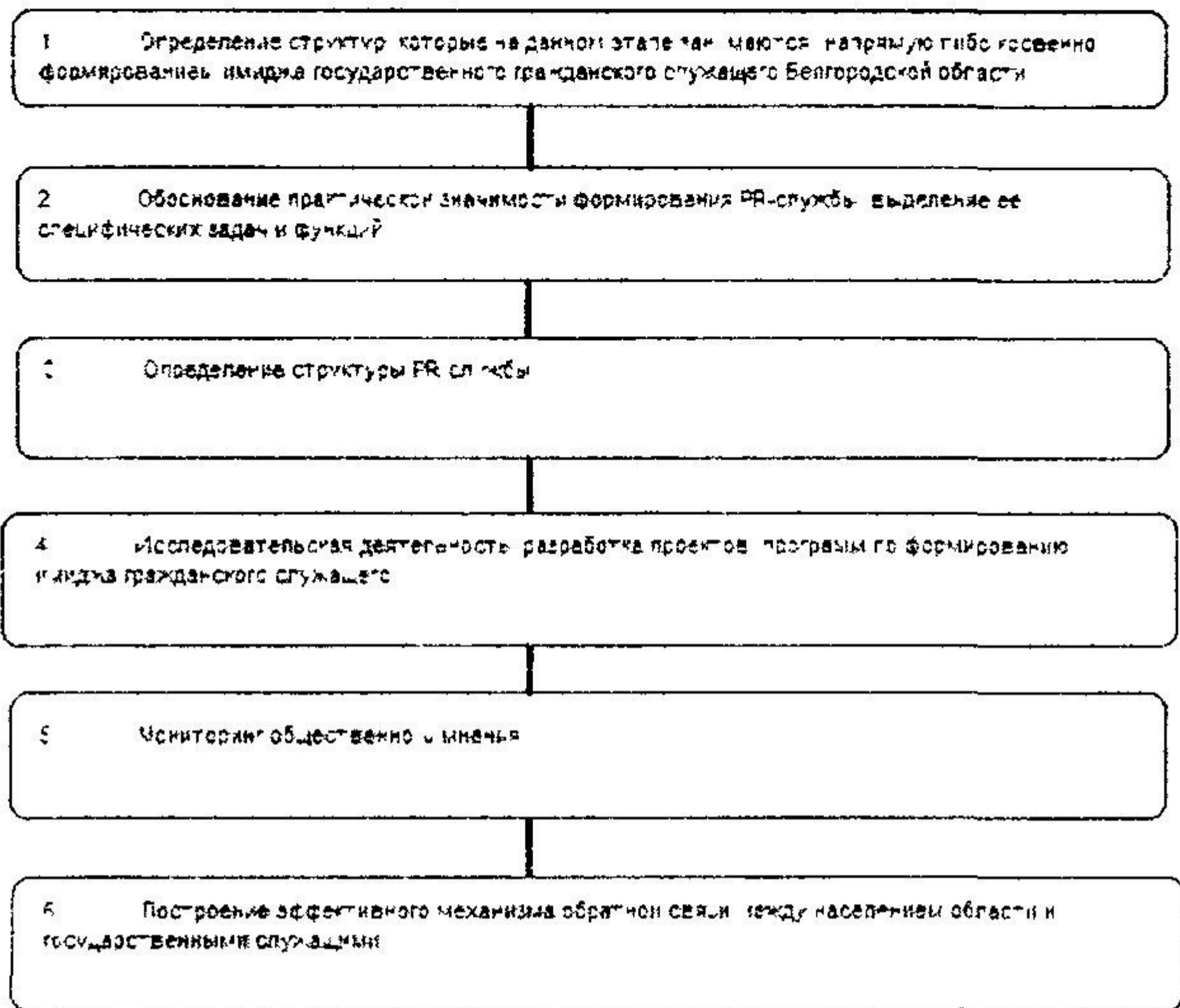


Рис. Основные этапы формирования PR-службы

Показателями эффективности PR-службы могут являться результаты мониторинга общественного мнения, объемы выполняемой работы (количество публикаций, мероприятий).

Решение проблемы формирования позитивного имиджа государственного гражданского служащего путем консолидации усилий и действий различных структур возможно лишь при обеспечении их координации из единого центра управления.

Создание новой структурной единицы должно обеспечить взаимодействие органов государственной власти Белгородской области между собой, с органами власти других уровней, представителями общественных объединений, средствами массовой информации, физическими лицами по вопросам, касающимся формирования имиджа государственного служащего.

Значительным шагом на пути к формированию позитивного имиджа государственного гражданского служащего Белгородской области может стать формирование антикоррупционного стандарта поведения гражданского служащего (как в учебных заведениях, при подготовке молодых специалистов, так и в органах государственной власти области), мониторинг общественного мнения о государственных служащих, взаимодействие государственных органов со средствами массовой информации с целью формирования позитивного имиджа чиновников, создание и налаживание каналов эффективной обратной связи.

Очевидно, что осуществление действий по предложенным направлениям совершенствования будет являться необходимым условием фор-

мирования позитивного имиджа государственного гражданского служащего Белгородской области.

Литература

1. Джадан, И. Профессионализм как PR-технология. – Режим доступа к изд. <http://www.lib.gin.ru> – Систем. требования. IBM PC; Internet Explorer. – Загл. с экрана.
2. Информационно-аналитическое управление аппарата губернатора Белгородской области. – Режим доступа к изд. <http://www.belregion.ru/department/part10/> – Систем. требования: IBM PC; Internet Explorer – Загл. с экрана.
3. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. – Режим доступа к изд. <http://www.advertme.ru> – Систем. требования: IBM PC; Internet Explorer. – Загл. с экрана.
4. Шуваева, В.В. Организационная культура государственной службы как фактор формирования имиджа государственных служащих: Дис. ... канд. соц наук / В.В. Шуваева; РАГС. – Волгоград, 2003. – 135с.

УДК 332.13

Салихова Э.С., аспирант

**Башкирская академия государственной службы и управления
при Президенте Республики Башкортостан**

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматривается дифференциация уровней экономического развития регионов, анализируются условия активизации инновационных процессов в российских регионах. Приводятся результаты расчета индекса инновационности регионов Российской Федерации.

В середине XX века возникла и начала быстро расширяться инновационная составляющая экономики, позволяющая ускорить национальное развитие, повысить уровень жизни населения.

На сегодняшний день необходимость инновационной деятельности, постоянного инновационного обновления признается всеми учеными и практиками как залог успешного экономического развития страны.

Переход к инновационной экономике требует соответствующих институциональных преобразований, главным из которых является создание национальной инновационной системы (НИС), обеспечивающей условия для устойчивого развития экономики на основе использования интеллектуального потенциала, генерации, распространения и реализации новых системных знаний.

Инновационная система для России на сегодняшний день рассматривается как один из эффективных инструментов динамичного развития