

ЖУСУП БАЛАСАГЫН атындагы
КЫРГЫЗ УЛУТТУК УНИВЕРСИТЕТИНИН

ЖАРЧЫСЫ ВЕСТНИК

КЫРГЫЗСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА имени ЖУСУПА БАЛАСАГЫНА

2010



ВЫПУСК 2

ISBN 9967-21533X



ЖУСУП БАЛАСАГЫН атындагы
КЫРГЫЗ УЛУТТУК УНИВЕРСИТЕТИНИН

ЖАРЧЫСЫ ВЕСТНИК

КЫРГЫЗСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА имени ЖУСУПА БАЛАСАГЫНА



ВЫПУСК 2

ISBN 9967-21533X

ГЛАВНАЯ РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

И.Ч. Исамидинов,
ректор КНУ им. Жусупа Баласагына,
доктор педагогических наук, профессор (*главный редактор*)

Т.Т. Каракеев,
проректор по научной работе и инновациям, доктор физико-математических наук
(*зам. главного редактора*)

М.Т. Артыкбаев,
член-корреспондент НАН КР, доктор философских наук, доктор политических наук, профессор

У.А. Асанов,
академик НАН КР, доктор химических наук, профессор

А.А. Борубаев,
академик НАН КР, доктор физико-математических наук, профессор

Ч.Т. Джолдошева,
член-корреспондент НАН КР, доктор филологических наук, профессор

А.Ч. Какеев,
академик НАН КР, доктор философских наук, профессор

С.О. Карабаев,
доктор химических наук, профессор

Э. Мамбетакунов,
член-корреспондент НАН КР, доктор педагогических наук, профессор

Г.А. Мукамбаева,
доктор юридических наук, профессор

В.А. Печенов,
член-корреспондент НАН КР, доктор биологических наук, профессор

А.С. Сарыбаев,
доктор экономических наук, профессор

С.Ж. Токтомышев,
академик НАН КР, доктор физико-математических наук, профессор

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

ЕСТЕСТВЕННЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

д-р биол. наук, проф. член-корр. НАН КР А. Токтосунов, д-р физ.-мат. наук, проф. Л.В. Тузов, д-р хим. наук, проф. Р.К. Сарымзакова, д-р физ.-мат. проф. Т.Д. Омуров, д-р физ.-мат. наук, доц. А.А. Чекеев, канд. геогр. наук, доц. Н.В. Бредихин, канд. геогр. наук, доц. Т.З. Ниязов.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

д-р фил. наук, доц. Т.С. Маразыков, д-р филос. наук, проф. А.А. Айтбаев, д-р истор. наук, доц. А.А. Арзыматова, д-р полит. наук, проф. Ж.Ж. Жоробеков, д-р соц. наук, доц. К.Б. Бектурганов, д-р истор. наук, доц. Т.Д. Джуманалиев, канд. юрид. наук, доц. С. Косаков, д-р истор. наук, доц. Б.М. Жумабаев, канд. фил. наук, доц. Н.Сардарбек кызы, канд. фил. наук, доц. П.К. Кадырбекова.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

д-р экон. наук, проф. А.А. Асанова, д-р экон. наук, проф. А. А. Саякбаева, д-р экон. наук, доц. А. Арзыбаев, канд. экон. наук, доц. Э.Ж. Лайлиева, канд. экон. наук, доц. А.Э. Имакеева, канд. экон. наук, доц. А.А. Абдукаримова, канд. экон. наук, доц. Т.Ю. Жолдошева.

ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИКА

д-р пед. наук, проф. Н.Ишекеев, д-р пед. наук, доц. Ж.А. Чыманов, канд. пед. наук, доц. А.Н. Гудимова, канд. пед. наук, доц. А.С. Раимкулова, канд. пед. наук, доц. Б.А. Байсабаев, канд. пед. наук, доц. Г.Т. Мунапысова, канд. пед. наук, доц. Б.К. Оторбаев.

СОДЕРЖАНИЕ

ЕСТЕСТВЕННЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ	6
<i>Абдукаримов А. М.</i> О КВАДРАТИЧНОЙ ИНТЕГРИРУЕМОСТИ РЕШЕНИЙ ЛИНЕЙНЫХ ДВУМЕРНЫХ ИНТЕГРО-ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ ТИПА ВОЛЬТЕРРА-СТИЛЬТЕСА ВТОРОГО ПОРЯДКА С ЧАСТНЫМИ ПРОИЗВОДНЫМИ НА НЕОГРАНИЧЕННЫХ ОБЛАСТЯХ	6
<i>Абдукаримов А. М.</i> ОБ ОГРАНИЧЕННОСТИ РЕШЕНИЙ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ С ЧАСТНЫМИ ПРОИЗВОДНЫМИ НА БЕСКОНЕЧНЫХ ОБЛАСТЯХ	13
<i>Алымбаев А. Т., Мырзакулова К. М.</i> ЗАДАЧА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ	18
<i>Баратова Б. Ш.</i> ВОДОПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИ ПРОГРАММИРОВАНИИ УРОЖАЕВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КУЛЬТУР	25
<i>Жолдошов Т. М.</i> РОБАСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ ЛИНЕЙНЫХ МНОГОМЕРНЫХ АВТОМАТИЧЕСКИХ СИСТЕМ	27
<i>Канетов Б. Э.</i> ОБ ОДНОМ СВОЙСТВЕ РАВНОМЕРНЫХ ПРОСТРАНСТВ И РАВНОМЕРНЫХ ОТОБРАЖЕНИЙ	33
<i>Канетов Б. Э.</i> О РАВНОМЕРНО ПАРА-ЛИНДЕЛЕФОВЫХ ПРОСТРАНСТВАХ	37
<i>Карамолдоев Ж. Ж., Авазов С. Г., Анкашов Ы. Б., Толукбаев С. К.</i> КЫРГЫЗСТАНДЫН СУУ АТГАРЫ	41
<i>Мегралиев Я. Т., Шафиева Г. Х., Матанова К. Б.</i> ОБРАТНАЯ КРАЕВАЯ ЗАДАЧА С ИНТЕГРАЛЬНЫМ УСЛОВИЕМ ДЛЯ ПСЕВДОПАРАБОЛИЧЕСКОГО УРАВНЕНИЯ ЧЕТВЕРТОГО ПОРЯДКА	45
<i>Молдобаев С. М., Джусуев С. М., Боркочев Б. М.</i> , МОНИТОРИНГ СОДЕРЖАНИЯ ТЯЖЕЛЫХ МЕТАЛЛОВ В ПОЧВАХ, РАСТЕНИЯХ И ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТАХ	52
<i>Уралиева Ч. К.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И СЕРДЕЧНО - СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ МАЛЬЧИКОВ- ПОДРОСТКОВ ГОРОДСКОЙ И СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	56
СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ	62
<i>Асаналиева Ж. Т.</i> ЗНАЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ДОКУМЕНТОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ И СВОБОД ЧЕЛОВЕКА В КЫРГЫЗСТАНЕ	62
<i>Гапаров С.</i> С. ЭГЕМЕНДУУ КЫРГЫЗСТАНДЫН АЗЫРКЫ ЭТАПТАГЫ РУХИЙ МАДАНИЯТТЫН АБАЛЫ ЖАНА ПРОБЛЕМАЛАРЫ	69
<i>Жумагулов М. Ж., Сыдыкбеков Р. Д.</i> ПРИРОДНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ КЫРГЫЗСКОГО КОСМИЗМА	74
<i>Жунушова С. О.</i> СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	79
<i>Жунушова С. О.</i> ВЛИЯНИЕ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ИДЕНТИЧНОСТЬ ГОРОДСКОЙ МОЛОДЕЖИ КЫРГЫЗСТАНА	83
<i>Мамасалиев А. Т.</i> ТЕНДЕНЦИЯ РЕФОРМЫ УГОЛОВНО-ИСПРАВИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КЫРГЫЗСТАНА	87
<i>Матиев Б. Т.</i> МОТИВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ	91
<i>Матиев Б. Т.</i> ЛИДЕР В УПРАВЛЕНИИ. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	96
<i>Маишухей З. Ш.</i> ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ АНГЛИЙСКОГО, РУССКОГО И ДУНГАНСКОГО ЯЗЫКОВ	103

<i>Машухей З. Ш.</i> ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОВЫХ КОНТАКТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ	107
<i>Медетов А. С.</i> ДАСТАН ЖӨНҮНДӨ СӨЗ	111
<i>Медетов А. С. С.</i> МУКАНОВДУН ЭПИКАЛЫК ЖАНРДАГЫ ИЗДЕНУҮЛӨРҮ	115
<i>Орозобекова Ж. К.</i> СКАЗИТЕЛЬСКОЕ МАСТЕРСТВО МАНАСЧИ И ШАМАНСКАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ	118
<i>Орозобекова Ж. К.</i> «МАНАС» ЭПОСУ ЖАНА ТРАНСПЕРСОНАЛДЫК ПСИХОЛОГИЯ	125
<i>Орозобекова Ж. К.</i> ЗАМАНДЫН ЖАҢЫ САЛГТУУ МАНАСЧЫЛАРЫ ЖӨНҮНДӨ СӨЗ	128
<i>Сааданбекова Ч.И.</i> АЯЛДАРДЫН КЕСИПТИК ӨЗҮН-ӨЗҮ ИШКЕ АШЫРУУ, КАРЬЕРАЛЫК ӨСҮҮ ТҮШҮНҮКТӨРҮ ЖАНА МАҢЫЗЫ	132
<i>Сааданбекова Ч.И.</i> КООМДУК КУБУЛУШТАРДЫ ГЕНДЕРДИК ИЗИЛДӨӨНҮН ТАРЫХЫЙ-ФИЛОСОФИЯЛЫК НЕГИЗДЕРИ	135
<i>Таскужина А.Б.</i> ПРОВЕДЕНИЕ АГРАРНОЙ КОЛОНИЗАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ МЛАДШЕГО ЖУЗА В XV111 В. - ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В.	139
<i>Таскужина А.Б.</i> АГРАРНАЯ КОЛОНИЗАЦИЯ В СРЕДНЕМ ЖУЗЕ ВО II ПОЛОВИНЕ XV111 В.	143
<i>Токсобаев Б.Т.</i> ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	147
<i>Торалиева Г. Т.</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПАРЛАМЕНТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КЫРГЫЗСТАНЕ	153
<i>Турсунова Э.Т.</i> ИНТЕРНЕТТИН ТАРЫХ ИЛИМИНДЕГИ КОЛДОНУУ ТАРЫХЫ ЖАНА БАГЫТТАРЫ	160
<i>Урусова Г.Б.</i> КАРАМА – КАРШЫЛЫК, ОКШОШПОО (БИРИ – БИРИНЕ ДАЛ КЕЛБӨӨЧҮЛҮК) МААНИЛЕРИ ЖАНА АЛАРДЫ БЕРҮҮНҮН ЖОЛДОРУ	165
<i>Усекеев Э.Ж.</i> К ВОПРОСУ О ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ГОСУДАРСТВЕ И ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ АФИНСКОГО И РИМСКОГО ГОСУДАРСТВ)	169
<i>Усекеев Э.Ж.</i> ПЛАТОН, АРИСТОТЕЛЬ О ГОСУДАРСТВЕ И ВЛАСТИ	176
<i>Усубалиева А. А.</i> МОРАЛЬНО - НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	179
<i>Усубалиева А.А.</i> СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ..	184
<i>Шаршенбаев А. К.</i> КӨРКӨМ КОТОРМОНУН КЭЭ БИР МАСЕЛЕЛЕРИ	188
<i>Эшанкулова Ш.А.</i> РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ОПЕКИ И ПОПЕЧИТЕЛЬСТВА НАД НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ В КЫРГЫЗСТАНЕ	191
<i>Юсупова А. Т.</i> КЫРГЫЗСКО-КИТАЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В РАМКАХ ШОС	198
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	202
<i>Имаралиева Т.С.</i> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ	202
<i>Кенсенуалиева З.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)	206
<i>Кенсенуалиева З.</i> СТРУКТУРА И МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ)	211
<i>Пустовалова Г.Е.</i> ПЕНСИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ В КЫРГЫЗСТАНЕ – ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	219
<i>Темиров Н. Ж.</i> ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ТИП ВОСПРОИЗВОДСТВА	223
<i>Товма Н.А.</i> УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ	229

Аутсорсинг инноваций в настоящее время затронул практически все сектора экономики. Национальные инновационные системы на международном уровне интегрируются в глобальные инновационные сети.

Литература:

1. Журнал Экономист. - 2005. - №8.
2. Боконбаев К.Дж. И ВСЕ, ЧТО ЕСТЬ, ДАВНО УЖЕ БЫЛО... - Бишкек: КРСУ, 2009.-294 с.
3. www.literatura.kg
4. Экономист. - 2006. - №3.

Товма Н.А.

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация

В данной статье описываются основные элементы управления социальным развитием компании, приведена схема управления, в которой в логической последовательности отражены основные этапы управления.

In this article are described to the feature of social development of organizations, the aims of social development are presented and tasks are given. The social environment of organizations is shown, and also the classification signs of social development of organizations are given.

Феномен управления известен еще с античных времен и изучался многими общественными науками (философией, правоведением, социологией, политологией и др.), призванными изучать общество и законы его развития. Управление возникло в незапамятные времена. Там, где хотя бы два человека объединились в стремлении достичь какой-либо общей цели, возникала проблема координации их совместных действий, решение которой один из них должен взять на себя. В этих условиях он становится руководителем, т.е. управляющим, а другой – его подчиненным, т.е. управляемым. Проблему управления на научной основе пытались решать уже древние египтяне. Около 6 тысяч лет назад они признали необходимость целенаправленной организации деятельности людей, ее планирования и контроля за результатами, а также поставили вопрос о децентрализации управления. Значительное развитие управление получило в эпоху античности. За 400 лет до н.э. философ Сократ сформулировал принцип универсальности управления. Персидский царь Кир выдвинул идею о необходимости специальных исследований причин, побуждающих людей к действиям, т.е. к мотивации. Крупные государства древности имели многоуровневую структуру управления: армией, финансами, общественными работами, провинциями и т.п. [1, с. 19].

Многие ученые исследовали мировой опыт управления [2-9]. Как только люди заселили землю и стали жить племенами, то сразу же появилась потребность в искусстве управления. Законы и методы управления производством и обществом известны человечеству еще с древних времен. Обнаружены документы (одни из древнейших памятников письменности) шумерской цивилизации, существовавшей более 5 000 лет назад, из которых видно, что древние управленцы прекрасно доискивались истины путем раскрытия противоречий в рассуждениях оппонента и убеждали его в своей правоте. Ксенофонт - великий мыслитель - историк, гражданин Афин и практически современник Сократа, утверждал, что управление людьми - особый вид искусства [10, с. 36].

Шли годы, менялись эпохи, управление людьми и организациями становилось все более сложным, а сами организации – сильными и устойчивыми. Примером тому может служить Римская империя, просуществовавшая сотни лет [10, с. 20]. Истоки почти всех форм и видов современного управления можно обнаружить в организациях древности, хотя в целом характер и структура управления в те времена существенно отличались от современных. Соотношение между числом руководителей и подчиненных было гораздо меньше, практически отсутствовало ключевое звено управления – руководители среднего звена. Система управления была централизованной, во главе с диктатором [10, с. 20].

В научной литературе выделяют пять главных школ управления: «классическую», «человеческих отношений», «эмпирическую», «социальных систем» и «новую» [5, с. 49].

«Классическая школа» (Ф. Тейлор, А. Файоль, Л. Урвик и др.) рассматривает организацию как систему, определяемую формально установленной иерархической структурой подчиненности [5, с. 72]. Такой подход выражает отказ от анализа интеллектуальных аспектов трудовых процессов. Вместе с тем положительная роль «классической школы» проявляется в том, что она способствовала зарождению научного управления производством, как самостоятельного течения, развитию рационализации в области организации производства [5, с. 50].

Школа «человеческих отношений», называемая также «неоклассической» или «поведенческой» школой (Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер и др.), уделяет основное внимание психологическому анализу отношений людей в организации, личным качествам индивидов и побудительным стимулам, вызывающим с их стороны те или иные действия, то есть неформальной стороне функционирования организации [5, с. 51].

Доктрина «человеческих отношений» явилась своеобразной реакцией на недостатки «классической школы» [5, с. 51].

«Эмпирическая» школа, называемая также школой «менеджеризма», пытается объединить результаты двух предыдущих школ на чисто прагматической основе [5, с. 51].

В рамках школы «социальных систем» (Ч. Бернанд, Г. Саймон и др.) возникло несколько теорий, в которых результаты первых двух школ были пересмотрены на основе структурно-функциональных представлений (Т. Парсонс, Р. Мертон и др.) и некоторых идей системного подхода [5, с. 54].

Концепция «новой школы» не получила отчетливого выражения. Однако работы этой школы, так же как и школы «социальных систем», имеют системно ориентированный характер. Их отличительной особенностью является использование, наряду с общей теорией систем, системным анализом и прогностикой, также кибернетики, исследования операций и системотехники.

Проблемы «тайны» управления были в центре общества во все времена. Ибо управление на практике – это власть. Однако, как показывает мировой опыт, управление – это также тяжелая и рутинная работа, это профессия, требующая, как и любая другая, квалификации и опыта. Ибо управление – понятие категоричного характера. Управление имеет место в природе, в технике [5, с. 58]. Отсюда видно, что понятие управления значительно шире, чем менеджмент. Один из ярких представителей современного менеджмента Питер Друкер отмечает, что менеджмент, скорее, практика, чем наука, или профессия, хотя содержит в себе элементы и того и другого [5, с. 78].

Так, некоторые представители экономической науки понятие управления ограничивают сферой народного хозяйства, промышленности, предприятия [5, с. 78]. Иногда управление сводят только к деятельности аппарата управления [5, с. 78]. И так, под системой управления понимается, прежде всего, единство субъекта и объекта управления, которое достигается в результате не только саморегулирования в сложных

социальных системах, но и целенаправленного воздействия объекта управления на субъект [11, с. 78]. Вместе с тем важно видеть, что задачей науки управления служит изучение как принципов управления и наиболее полное и глубокое исследование самого объекта управления, который находится в постоянном движении, развитии, связи с другими явлениями общества. Таким образом, под управлением понимается универсальная функция высокоорганизованных систем [12, с. 78]. По мнению отдельных учёных управление может быть лаконично определено как «целенаправленное воздействие на социальный организм при достижении определенных целей» [3, с. 34]. На рубеже XX - XXI веков современное корпоративное управление окончательно оформилось в управление компанией, как открытой системой, которая постоянно испытывает на себе внешнее воздействие. Как отмечает д.э.н., доцент Доскеева Г.Ж. основной задачей реформ, проводимых в экономической системе нашей страны является формирование социально-ориентированной рыночной экономики. Новые условия ведения хозяйства во всех отраслях экономики, в том числе сфере охраны здоровья населения требуют использования новых методов организации и управления [13]. Корпоративное управление – это процесс, в соответствии с которым устанавливается баланс между экономическими и социальными целями, между индивидуальными и общественными интересами [14, с. 34]. Принятие управленческого решения - важнейший этап управленческой деятельности, реализации управленческих отношений и лидерских способностей каждого управленца [14, с. 34].

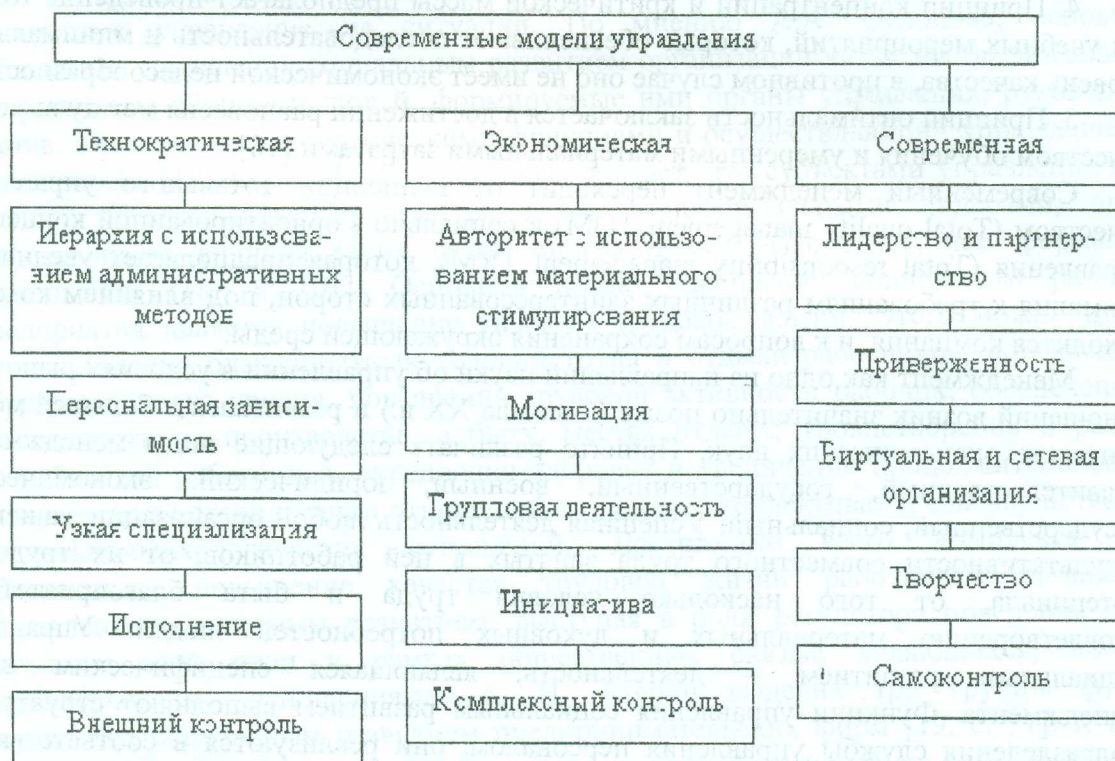


Рисунок 1. Современные модели управления

Примечание – составлено по данным литературы

Профессор Г. М. Осипова утверждает, что управленческое решение оформляется в виде документа. Документирование занимает значительное место в управленческой деятельности, позволяя фиксировать и однозначно интерпретировать смысл всех важнейших управленческих действий [15, с. 110]. В целом можно выделить следующие модели управления (рисунок 1).

Как отмечает в своих трудах д.э.н. Адамбекова А.А. применение всестороннего подхода в процессе исследования позволило нам определить пять принципов образовательного менеджмента, по совокупности определяющих эффективность деятельности системы образования.

1. Принцип индивидуальных различий – заключается в различии обучающихся по способностям, скорости и способам усвоения информации. Это означает, что обучающийся лучше обучается, если средства обучения приведены в соответствие с его индивидуальными качествами.

2. Принцип самообразования и целенаправленности состоит в том, что каждый обучающийся независимо от его способностей, обладает врожденной любознательностью и может много усваивать самостоятельно при условии, если им правильно руководят и если он имеет свободный доступ к необходимому материалу, представленному в приемлемой форме. И наоборот, его любознательность и желание могут быть подавлены, если учебный процесс не соответствует наиболее приемлемому для него уровню.

3. Принцип единства человеческих знаний и технических возможностей состоит в том, что объем работы намного возрастет. В то же время это означает, что при применении дорогостоящего оборудования в учебных помещениях удельная стоимость обучения снижается при использовании их большим числом обучающихся.

4. Принцип концентрации и критической массы предполагает проведение только тех учебных мероприятий, которые обеспечивают последовательность и минимальный уровень качества, в противном случае оно не имеет экономической целесообразности.

5. Принцип оптимальности заключается в достижении равновесия между высоким качеством обучения и умеренными материальными затратами [16].

Современный менеджмент переходит от концепции тотального управления качеством (Total quality management TQM) к социально - ориентированной концепции управления (Total responsibility management TRM), которая предполагает увеличение внимания к требованиям различных заинтересованных сторон, под влиянием которых находится компания, и к вопросам сохранения окружающей среды.

Менеджмент как одно из направлений науки об управлении в условиях рыночных отношений возник значительно позже (в начале XX в.) и развивался в большей мере в контексте экономических наук. Принято различать следующие виды менеджмента: правительственный, государственный, военный, юридический, экономический, государственный, социальный. Успешная деятельность любой организации зависит от результативности совместного труда занятых в ней работников, от их трудового потенциала, от того насколько условия труда и быта благоприятствуют удовлетворению материальных и духовных потребностей людей. Управление социальным развитием – деятельность, являющаяся специфическим видом менеджмента. Функции управления социальным развитием выполняют структурные подразделения службы управления персоналом, они реализуются в соответствии со стратегическими планами социального развития организации. Главными целями социального развития являются: создание благоприятных условий труда и отдыха работников организации, вознаграждение за труд, социальная защита персонала, поддержание оптимальной морально-психологической атмосферы в коллективе, обеспечение социального партнерства и делового сотрудничества. Миссия социальной службы организации – управление социальными процессами в организации с целью обеспечения труда и качества жизни с использованием адекватных форм, методов, способов. Управляют социальным развитием организации структурные подразделения.

Субъект социального менеджмента - управленческие подразделения и круг должностных лиц, призванные заниматься вопросами социального развития организации и социальным обслуживанием ее персонала, наделенные надлежащими полномочиями и несущие определенную ответственность за решение социальных

проблем. Наличие социальной службы в организации тем более необходимо, что перемены в жизни общества, вызываемые ускорением научно-технического и социального прогресса, ведут к возрастанию роли человеческого фактора в трудовой деятельности и значения личностных качеств работников, усиливают потребность в социальном партнерстве.

Фактически на каждом крупном предприятии зарубежных стран, особенно тех, которые следуют социальной ориентированности национальной экономики, управление социальными процессами обособленно и специализированно. Имеются управленческие звенья, которые занимаются работой с кадрами (человеческим ресурсом), регулированием социально-трудовых отношений и связей с профсоюзами, предоставлением социальных услуг персоналу, расходованием средств на благотворительные цели.

В новых условиях функционирование таких служб обуславливается, с одной стороны, формой собственности, масштабами, отраслевой принадлежностью и местоположением организации, а с другой - количественной и качественной характеристикой ее персонала, возросшей ответственностью предпринимателей и руководителей любого уровня за усложнившееся решение как производственно-хозяйственных, так и социальных задач.

Искусство социального управления основано на эмпирических обобщениях, на базе конкретного опыта управления, что позволяет создать образы управления, конкретные управленческие ситуации. По мнению А.А. Ослопова, основными субъектами управления социальным развитием организации являются организационно оформленные общности людей, формируемые ими органы управления, руководящий состав, наделенный управленческими функциями и осуществляющий управленческую деятельность [17, с. 15]. Л. Н. Коновалова считает, что субъектами управления могут быть и неформальные группы во главе с неформальными лидерами, причем эффективность влияния таких групп иногда может быть выше, чем формальных образований [18, с. 101]. Основной целью управления социальным развитием предприятия является повышение качества трудовой жизни. Этого можно достичь путем создания благоприятных условий труда и отдыха работников, повышения их образовательного уровня, повышения трудовой активности рабочих, обеспечения их безопасности на производстве, в быту, местах отдыха; удовлетворения и развития потребностей работников, укрепления здоровья и увеличения продолжительности их жизни, а также стабилизации отношений в трудовых коллективах и совершенствования социально-психологических отношений. Достижение всего комплекса целей обеспечивает повышение качества трудовой жизни работников организации. Управление социальным развитием, выступая в роли регулятора поведения людей, достигает этой цели в рамках общественных связей, являющихся, по сути, управленческими отношениями. А. Н. Аверин выделил три группы функций управления социальным развитием предпринимательских фирм [19, с. 71]. К первой группе относятся функции, направленные на формирование и оптимизацию социальной организации коллектива, и на совершенствование его социальной структуры, то есть на прогрессивное развитие имеющихся в нем социально-профессиональных и других групп и отношений между ними. Вторую группу составляют функции, направленные на удовлетворение материальных и духовных потребностей сотрудников трудового коллектива и создание благоприятных возможностей для реализации работниками своих социальных прав. Третья группа функций управления социальным развитием предприятия включает в себя решение задач развития социально значимых качеств людей, к ним можно отнести формирование системы материальных и духовных потребностей работников, развитие трудовой, творческой и других видов общественной активности членов коллектива. В процессе управления социальным развитием организации Ф. А. Мустафаева выделила

ряд последовательно связанных этапов, каждый из которых имеет самостоятельное значение [20, с. 30-37]. Такими этапами являются формирование информационной базы о состоянии объекта управления социальным развитием организации, оценка состояния объекта, его социального потенциала и выявление существующих проблем, проведение специальных исследований с целью определения эффективных путей использования социальных ресурсов организации и решения социальных проблем, выработка управленческих решений, направленных на повышение уровня социального развития объекта, разработка плана социального развития, реализация управленческих решений и контроль. Управление социальным развитием организации есть совокупность способов, приемов, процедур, позволяющих решать социальные проблемы на основе научного подхода, знания закономерностей протекания социальных процессов, точного политического расчета и выверенных социальных нормативов. Системный подход к управлению социальными процессами позволяет выделить объект управления. Как отмечает д.э.н., Кошебаева Г.П. без разработки стратегии невозможно успешное внедрение, даже самых совершенных с точки зрения полноты и точности описания желаемых результатов экономических трансформаций [21, с. 16]. Система управления социальными процессами в области развивается в изменяющихся условиях внешней среды, характеризуемой взаимодействием элементов правовой, экономической, научно-технической, культурной, демографической направленности, а также таких ее элементов, как потребители социальных услуг, учреждения социальной сферы (рисунок 2).

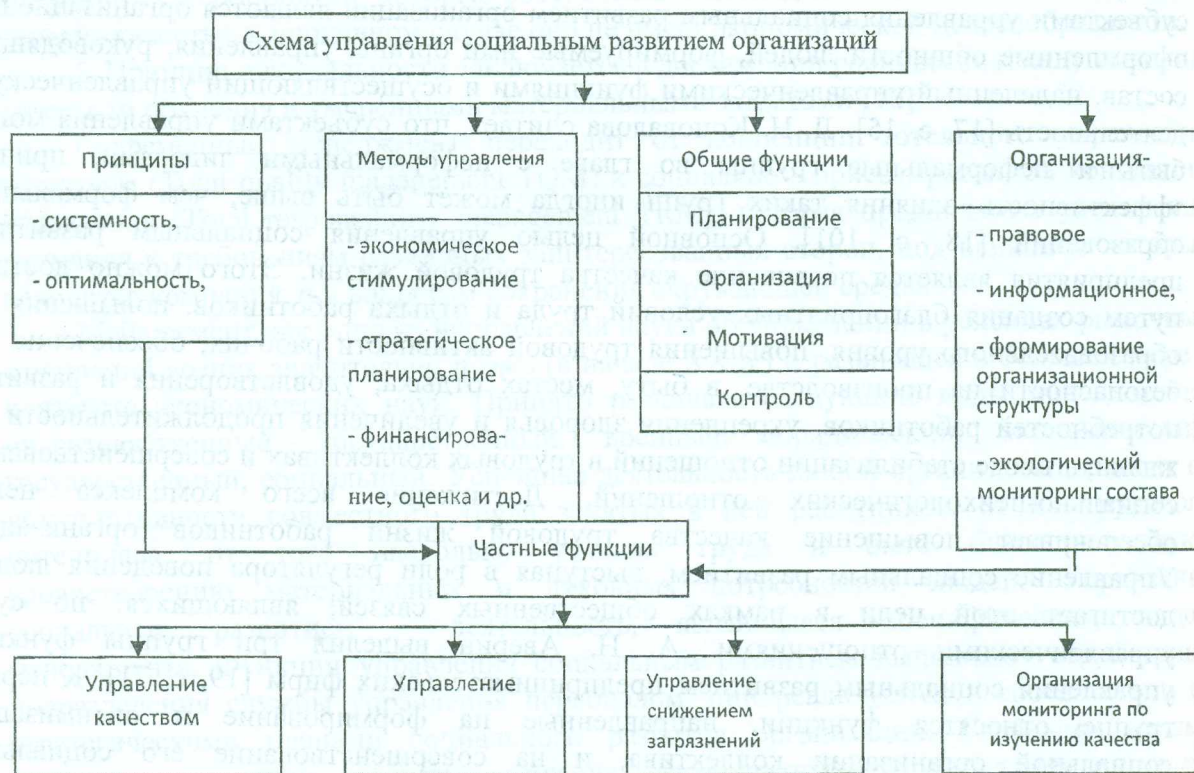


Рисунок 2 . Схема управления социальным развитием

Примечание – разработано автором

Менеджмент на предприятии включает в себя четыре функциональные подсистемы (в соответствии с рисунком 3).

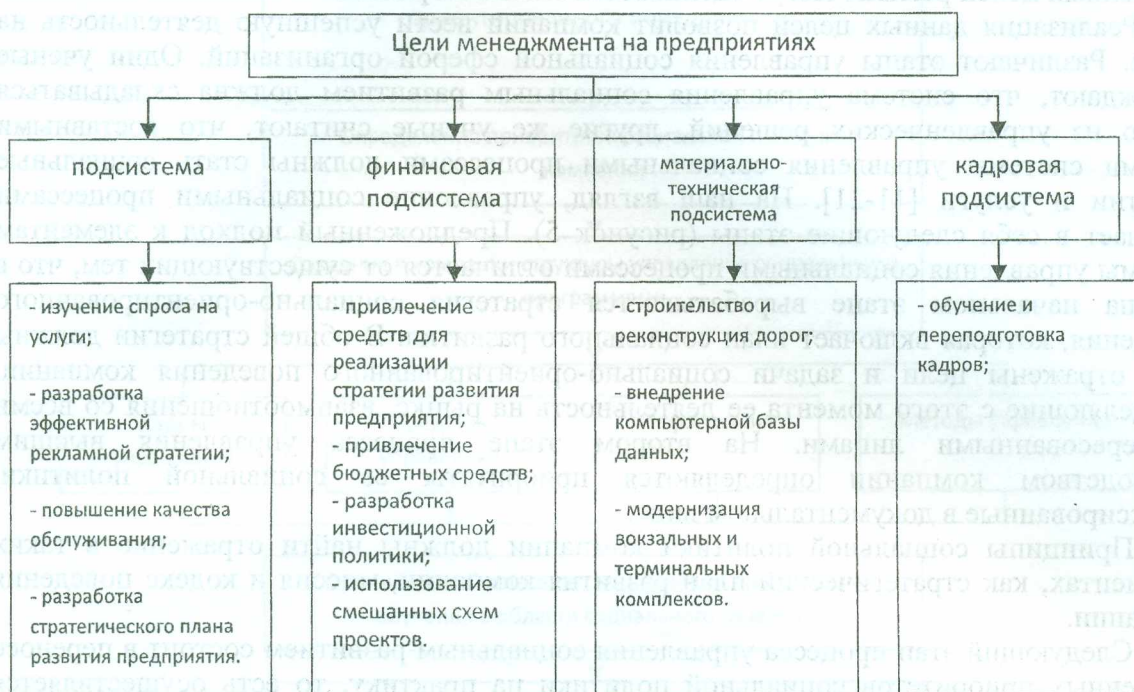


Рисунок 3. Стратегические цели менеджмента

Примечание – разработано автором

Исходя из этого, важнейшей задачей менеджмента является организация сервиса с учетом спроса потребителей на основе имеющихся ресурсов. При этом к задачам менеджмента также относятся задачи, приведенные в соответствии с рисунком 4.

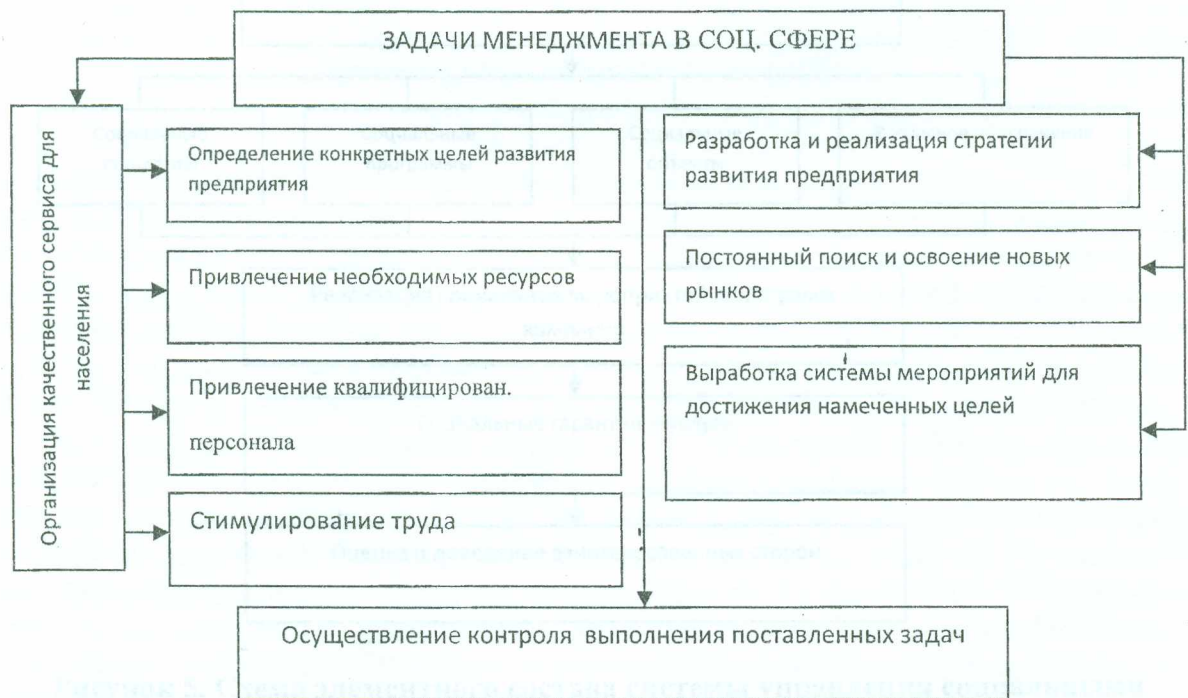


Рисунок 4. Основные задачи менеджмента на предприятиях социальной сферы

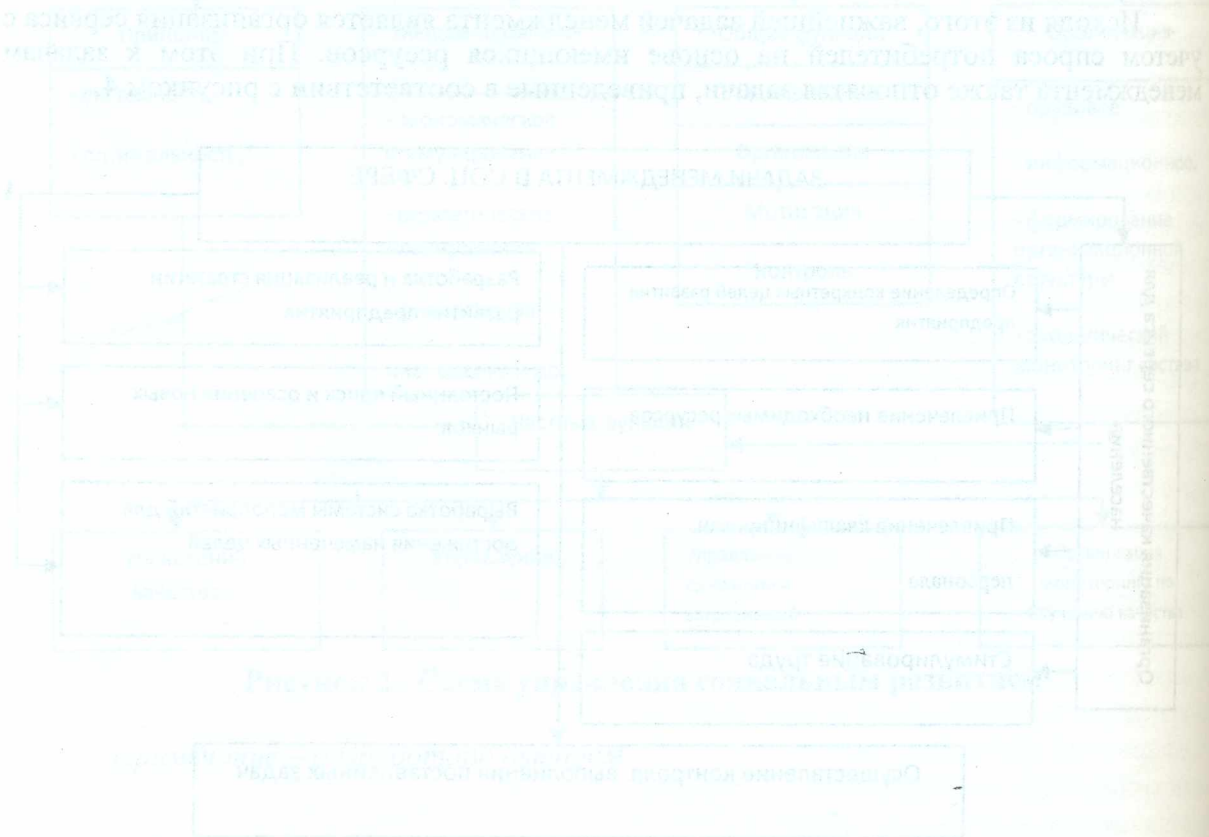
Примечание – разработано автором

Задачи менеджмента непрерывно усложняются по мере роста масштабов и развития сферы услуг и рыночных отношений. Результаты выполненных задач и намеченных целей реально могут оцениваться только на рынке.

Реализация данных целей позволит компании вести успешную деятельность на рынке. Различают этапы управления социальной сферой организаций. Одни ученые утверждают, что система управления социальным развитием должна складываться только из управленческих решений, другие же ученые считают, что составными этапами системы управления социальными процессами должны стать социальные гарантии и услуги [11-21]. На наш взгляд, управление социальными процессами включает в себя следующие этапы (рисунок 5). Предложенный подход к элементам системы управления социальными процессами отличается от существующих тем, что в нем на начальном этапе вырабатывается стратегия социально-ориентированного поведения, которая включает план социального развития. В общей стратегии должны быть отражены цели и задачи социально-ориентированного поведения компании, определяющие с этого момента ее деятельность на рынке, взаимоотношения со всеми заинтересованными лицами. На втором этапе процесса управления высшим руководством компании определяются приоритеты ее социальной политики, зафиксированные в документальном виде.

Принципы социальной политики компании должны найти отражение в таких документах, как стратегический план развития компании, миссия и кодекс поведения компании.

Следующий этап процесса управления социальным развитием состоит в переносе заявленных приоритетов социальной политики на практику, то есть осуществляется переход от формулирования стратегических целей к оперативному управлению. С этой целью создается структура управления, в ведение которой попадают вопросы социальной ответственности компании.



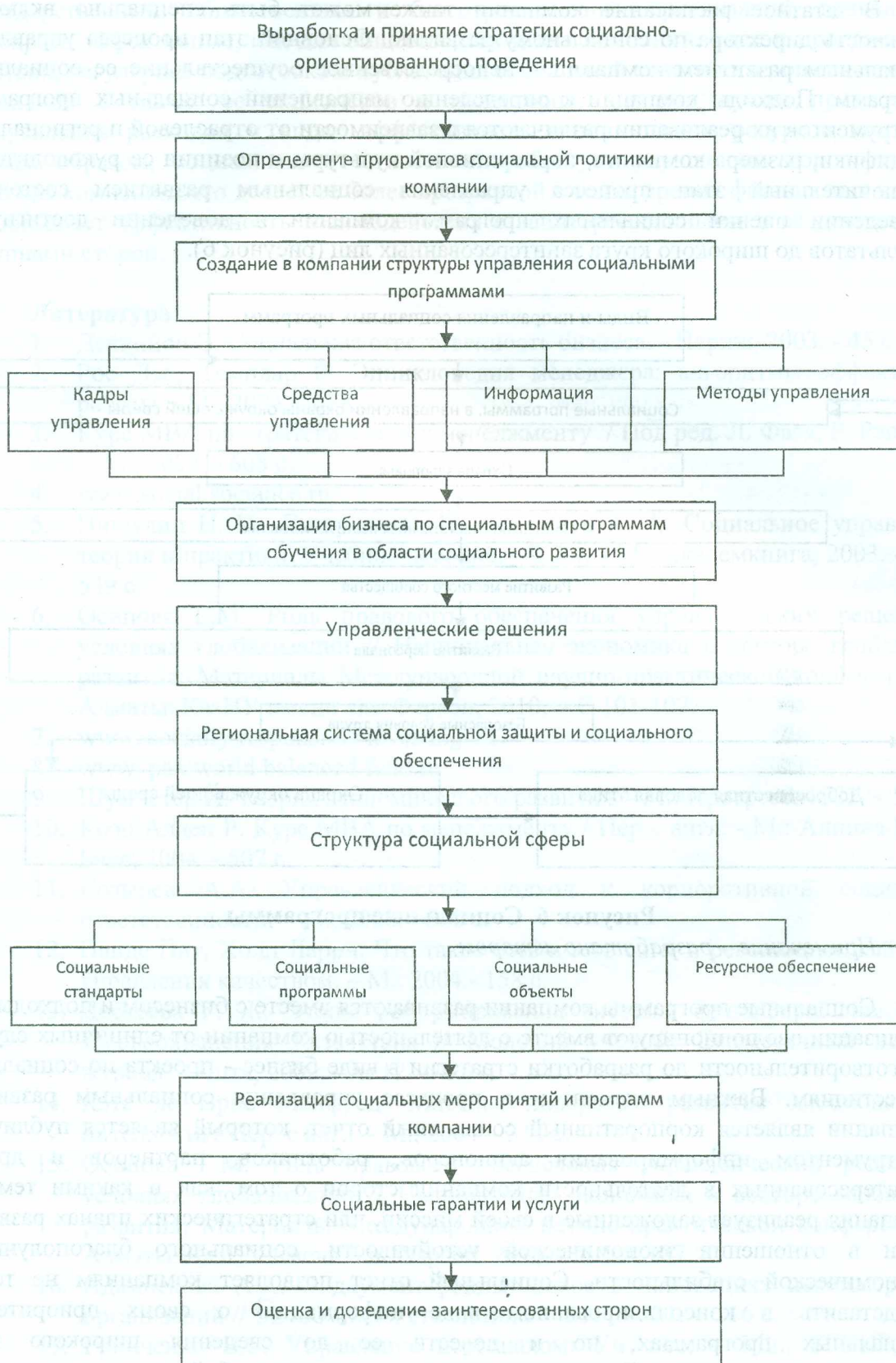


Рисунок 5. Схема элементного состава системы управления социальными процессами

Примечание – разработано автором

В штатное расписание компании также может быть специально включена должность директора по социальному развитию. Основной этап процесса управления социальным развитием компании – непосредственное осуществление ее социальных программ. Подходы компании к определению направлений социальных программ и инструментов их реализации различаются в зависимости от отраслевой и региональной специфики, размера компании, корпоративной культуры и позиции ее руководителей. Заключительный этап процесса управления социальным развитием состоит в проведении оценки социальных программ компании и доведении достигнутых результатов до широкого круга заинтересованных лиц (рисунок 6).

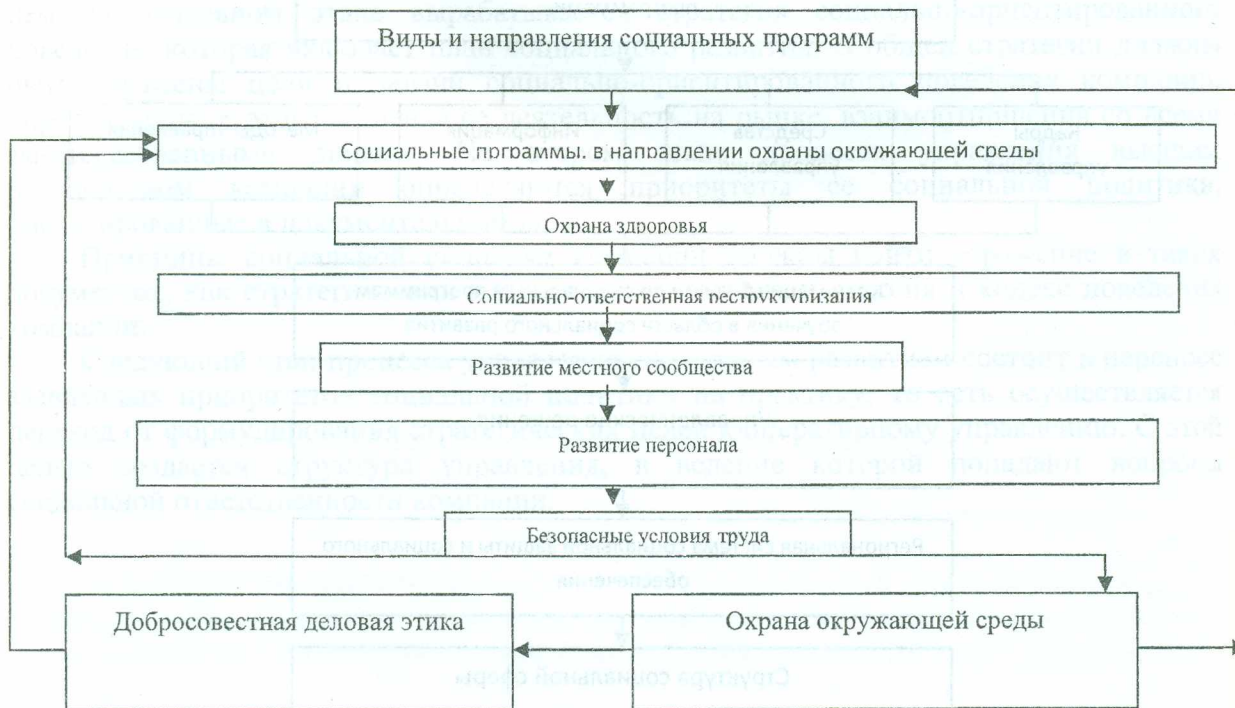


Рисунок 6. Социальные программы

Примечание – разработано автором

Социальные программы компании развиваются вместе с бизнесом и подходы к их реализации эволюционируют вместе с деятельностью компании от единичных случаев благотворительности до разработки стратегии в виде бизнес - проекта по социальным инвестициям. Важным элементом в процессе управления социальным развитием компании является корпоративный социальный отчет, который является публичным инструментом информирования акционеров, работников, партнеров и других, заинтересованных в деятельности компании сторон о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии, или стратегических планах развития, цели в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экономической стабильности. Социальный отчет позволяет компаниям не только представить в консолидированном виде информацию о своих приоритетных социальных программах, но и довести ее до сведения широкого круга заинтересованных лиц. Тем самым, он представляет собой еще и инструмент коммуникации социальной ответственности компании. Применительно к практике это означает следующее. Во-первых, действует как рекламная акция, приводя к улучшению репутации компании в глазах общества, что, в конечном счете, стимулирует спрос на товары, услуги гораздо существеннее, чем традиционные рекламные кампании, навязывающие потребителю какой-либо продукт. Во-вторых, компания, регулярно публикует отчеты о своих социальных проектах, получает «встречные» предложения от

государственных, общественных и благотворительных организаций, позволяя ей выбирать эффективные, как для общества, так и для компании, идеи и программы. В-третьих, регулярная подготовка и публикация социальной отчетности повышает оценку компании в глазах ее акционеров и инвесторов, которые лучше представляют направления расходов и видят эффективность использования ресурсов компании. Таким образом, социальная отчетность способствует улучшению корпоративного имиджа компании, что делает ее более прозрачной с точки зрения финансовых потоков и повышает эффективность взаимодействия с заинтересованными в ее деятельности группами сторон.

Литература:

1. Девинион Э. Социальная ответственность бизнеса. - Париж, 2003. - 45 с.
2. Рос Дж., Темплар Р. Энциклопедия менеджера: алгоритмы эффективной работы. - М., 2004. - 678 с.
3. Курс МВА по стратегическому менеджменту / Под ред. Л. Фазя, Р. Рэнделла. - М., 2002. - 608 с.
4. www.social.sociance.ru
5. Пищулин Н. П., Пищулин С. Н., Бегуганов А. А. Социальное управление: теория и практика: Учебное пособие. - В 2 т. - М.: Академкнига, 2003. - Т.1. - 549 с.
6. Осипова Г.М. Роль правового обеспечения управленческих решений в условиях глобализации // Национальная экономика в векторе глобального развития: Материалы Международной научно-практической конференции. - Алматы: КазНУ имени аль-Фараби, 2010. - С 101-107.
7. www.sociallyresponsibleinvesting.ru
8. www.paxworldbalancedfund.ru
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. - М.: Прогресс, 1982. - 56 с.
10. Коэн Аллен Р. Курс МВА по менеджменту / Пер с англ. - М.: Алпина Бизнес Букс, 2004. - 507 с.
11. Козырев А.А. Управленческий подход к корпоративной социальной ответственности. - М., 2008. - 560 с.
12. Панде Пит, Холи Ларри. Что такое есть шесть сигм и революционный метод управления качеством. - М., 2004. - 158 с.
13. Доскеева Г. Ж. Этапы реформирования системы финансирования сферы здравоохранения Казахстана // Молодой ученый: Ежемесячный научный журнал. - Чита, 2009. - № 12. - 420 с.
14. Кэте де Врис Манфред. Мистика лидерства: развитие эмоционального интеллекта / Пер. с англ. - М., 2004. - 311 с.
15. Осипова Г.М. Роль правового обеспечения управленческих решений в условиях глобализации // Национальная экономика в векторе глобального развития: Материалы Международной научно-практической конференции. - Алматы: КазНУ имени аль-Фараби, 2010. - С 101-107.
16. Адамбекова А.А. Эндаумент-фонды: новое в инновациях некоммерческих организаций // Экономика и статистика. - 2011. - №1. - 116 с.
17. Гринченко В.Г. Управление персоналом: Уч. пос. - Мн.: БГУИР, 1999.
18. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. Учебник. - Минск, 2005. - 40 с.
19. www.global.kz
20. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. - М., 2004. - 50 с.
21. Соловьева А. Благотворительность. - Алматы, 2008. - 320 с.
22. Кошебаева Гаухар Капеновна. Механизм повышения конкурентоспособности промышленно-производственных комплексов: методология формирования и направления реализации (на примере Карагандинской области Казахстана).

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности): Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. - Алматы, 2009. - 44 с.

Товма Н. А.

МЕТОДИКИ КОЛИЧЕСТВЕННОГО И КАЧЕСТВЕННОГО ИЗМЕРЕНИЯ ИНДЕКСА СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотация

В данной статье показаны методики количественного и качественного измерения индекса социальных инвестиций. Отражена методика оценки индекса информационной открытости социальной политики. Дана методика оценки количественного индекса социальных инвестиций. Показана методика оценки качественного индекса социальных инвестиций.

In this article techniques of quantitative and high-quality measurement of an index of social investments are shown. The technique of an assessment of an index of information openness of social policy is shown. The technique of an assessment of a quantitative index of social investments is given. The technique of an assessment of a qualitative index of social investments is shown.

Под социально ответственным инвестированием (socially responsible investing) понимают процесс принятия инвестиционных решений, учитывающий в рамках традиционного финансового анализа социальные и экологические последствия инвестиций. В его основе лежит изучение и выделение в качестве приемлемых объектов для инвестирования компаний, удовлетворяющих определенным критериям корпоративной ответственности (corporate social responsibility), под которой понимается открытая и прозрачная деловая практика, базирующаяся на этических ценностях, уважении к своим сотрудникам, акционерам и потребителям, а также заботе об окружающей среде. Повышенно внимание инвесторов к тому, на какие цели направляются их средства, размещенные в банках и инвестиционных компаниях. К примеру, основанный в 1971 г. в США инвестиционный фонд «Pax World Fund», сейчас известный как «Pax World Balanced Fund» (PAXWX), начал свою деятельность в самый разгар борьбы против войны во Вьетнаме и за защиту окружающей среды. Сегодня наибольшую обеспокоенность у социально ориентированных инвесторов вызывают экологические угрозы, аварии на опасных производствах, особенно на атомных электростанциях, истощение озонового слоя, глобальное потепление, которые сопряжены с риском для жизни на планете. Другим приоритетом выступают трудовые отношения - справедливая политика занятости, равный подход при приеме на работу.

Социальные инвестиции бизнеса - это материальные, технологические, управленческие или иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен определенный (хотя и не всегда, и не просто измеряемый) социальный и экономический эффект.

I. Методика оценки индекса информационной открытости социальной политики. При анкетировании компаний учитываются как качественные, так и количественные показатели. Основными количественными показателями являются объем продаж, прибылей и социальных инвестиций компаний. При этом для каждого показателя возможны три варианта ответа: точное количественное значение, интервальное значение и отсутствие каких-либо сведений. В соответствии с принятой

методологией используется следующая система баллов Z_{ik} для каждой i -ой компании: при точном количественном значении k -ого показателя ему присваивается балл $Z_{ik}=1$; если k -ый показатель имеет интервальную оценку, то $Z_{ik}=0,7$; если k -ый показатель, вообще, не определен, то $Z_{ik}=0$. Данная система баллов предусматривает такую систему оценки, при которой указание интервальных значений трех показателей является более предпочтительным, чем указание точных значений для двух показателей и отсутствие каких-либо данных о третьем показателе.

На основе указанной системы баллов строятся общий и частный показатели информационной открытости социальной политики.

Индекс информационной открытости i -ой компании $IT(i)$ показывает готовность компании сообщать количественные параметры своих социальных программ (единица измерения – баллы) и рассчитывается следующим образом:

$$IT(i) = \sum_{k=1}^3 Z_{ik} \quad (1)$$

где Z_{ik} – балльный коэффициент k -ого показателя i -ой компании.

Частный индекс информационной открытости $IT(i)$ пронормирован и может принимать значения от 0 до 3.

На основе индекса информационной открытости i -ой компании $IT(i)$ все компании-респонденты распределяются на 3 группы в соответствии со следующим алгоритмом:

1 группа состоит из образцовых предприятий, для которых все показатели точно определены: $IT(i)=3$;

2 группа состоит из предприятий, дающих лишь ориентировочную оценку своих финансовых показателей: $2,1 \leq IT(i) \leq 3$;

3 группа состоит из предприятий, в значительной мере утаивающих точные значения некоторых финансовых показателей: $IT(i) < 2,1$.

Общий индекс информационной открытости IT показывает готовность отечественных компаний сообщать количественные параметры своих социальных программ (единица измерения – проценты) и рассчитывается следующим образом:

$$IT = \left(\frac{1}{3n} \sum_{i=1}^n \sum_{k=1}^3 Z_{ik} \right) 100\% \quad (2)$$

Общий индекс информационной открытости IT пронормирован и может принимать значения от 0 до 100%.

Для анализа степени прогрессивности распределения компаний по трем группам используется индекс оптимальности структуры компаний ID , который вычисляется по следующей формуле:

$$ID = \sum_{f=1}^3 D_f r_f \quad (3)$$

где: D_f – доля f -ой группы компаний в общем числе компаний-респондентов (в процентах); r_f – балл, присваиваемый f -ой группе компаний.

В прикладных расчетах используется следующая система баллов: компании 1-ой группы – 1,00, 2-ой группы – 0,67, 3-ей группы – 0,33.

Индекс оптимальности структуры компаний ID пронормирован и может принимать значения от 33 до 100%.

II. Методика оценки количественного индекса социальных инвестиций. Специфика информационного обеспечения процесса мониторинга корпоративной

социальной ответственности предполагает частичную корректировку существующей стандартной методики, получившей международное распространение.

В представленном исследовании используются 4 разновидности количественного индекса социальных инвестиций – два абсолютных и два относительных:

- абсолютное значение социальных инвестиций IA , представляющее сумму всех затрат обследованных российских компаний на социальные цели;

- индекс удельных социальных инвестиций IL , представляющий собой величину социальных инвестиций обследованных компаний, приходящуюся на 1 работника. Формула данного индекса имеет вид:

$$IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}, \quad (4)$$

где: C_i – объем социальных инвестиций i -ой компании (включая добровольные и обязательные затраты на социальные программы);

L_i – среднесписочная численность работников i -ой компании; n – число компаний, участвующих в обследовании.

При необходимости проведения межвременных сравнений индексы IA и IL могут дефлироваться путем домножения на соответствующие коэффициенты роста цен; в случае межстрановых сравнений указанные индексы могут переоцениваться в других видах валют путем домножения либо на валютный курс, либо на паритет покупательной способности.

Отношение (доля) социальных инвестиций обследованных российских компаний к суммарному объему их продаж IS (единица измерения – проценты). Формула данного индекса имеет вид:

$$IS = \left(\frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \right) 100\%, \quad (5)$$

где: C_i – объем социальных инвестиций i -ой компании; S_i – валовой объем продаж i -ой компании.

Все четыре разновидности количественного индекса социальных инвестиций не являются нормируемыми и могут принимать любые положительные значения. Чем больше величина индекса, тем выше социальная активность компании.

Специфика методики оценки всех разновидностей индекса социальных инвестиций заключается в том, что финансовые показатели деятельности компаний (объемы социальных инвестиций, прибыли и продаж) в большинстве случаев не могут получить в процессе социологического анкетирования точной количественной оценки. В связи с этим методика индекса социальных инвестиций опирается на интервальные значения финансовых показателей, когда компании-респонденты указывают лишь нижний и верхний интервалы соответствующих показателей. В связи с этим, для перехода от интервальных значений финансовых индикаторов к точечным в методике используется дополнительная процедура усреднения, в соответствии с которой искомое значение лежит посередине идентифицированного интервала. Для показателя объема продаж соответствующая формула имеет вид:

$$S_i = (S_i^{\min} + S_i^{\max}) / 2, \quad (6)$$

где: S_i^{\min} и S_i^{\max} – верхний и нижний интервалы объема продаж i -ой компании.

В идеале фактические показатели компаний не должны выходить за пределы S_i^{\min} и S_i^{\max} .

Применение формулы (6) приводит к определенным погрешностям при вычислении индекса социальных инвестиций, однако, на современном этапе более точные измерения данного явления невозможны. В дальнейшем рост информационной открытости компаний позволит отказаться от процедуры (6) и методика оценки индекса социальных инвестиций будет в большей степени отвечать международным информационно-методическим стандартам.

III. Методика оценки качественного индекса социальных инвестиций. В отличие от количественного индекса социальных инвестиций, который дает картину масштаба явления, качественный индекс социальных инвестиций призван оценить степень комплексности и полноты такого явления, как корпоративная социальная ответственность. Идея данного индекса состоит в учете факта наличия (или отсутствия) позитивных параметров у компании-респондента. В связи с этим различают частные и общие качественные индексы социальных инвестиций.

Качественный индекс социальных инвестиций для i -ой компании $IK(i)$ показывает уровень комплексности социальной деятельности компании (единица измерения – проценты) и рассчитывается следующим образом:

$$IK(i) = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\%, \quad (7)$$

где: X_{ij} – булева переменная, принимающая значение 1, если j -ый признак присутствует у i -ой компании, и 0, если этот признак отсутствует;

m – число признаков, по которым оценивается социальная деятельность компаний.

Качественный индекс социальных инвестиций для j -ого признака $IK(j)$ степень присутствия данного качественного признака в статистической выборке компаний-респондентов (единица измерения – проценты) и рассчитывается следующим образом:

$$IK(j) = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) 100\%, \quad (8)$$

где: n – число компаний, участвующих в обследовании.

Общий качественный индекс социальных инвестиций IK показывает уровень комплексности социальной деятельности обследуемой совокупности компаний (единица измерения – проценты) и рассчитывается следующим образом:

$$IK = \left(\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\%. \quad (9)$$

Все три разновидности качественного индекса социальных инвестиций пронормированы и могут принимать значения от 0 до 100%. Чем больше значение индекса, тем более комплексно осуществляется социальная политика компаний. Сравнение индексов позволяет определить лидеров и аутсайдеров по показателю комплексности организации процесса социального инвестирования.

Таким образом, компании, могут добиться мультипликативного эффекта для общественного развития и повышения собственной эффективности, что является крайне важной задачей в условиях глобализации экономики, усиления конкуренции и интеграции Казахстана в мировое сообщество наравне с развитыми странами.

Одна из основных проблем, с которой сталкиваются исследователи социальных инвестиций – это вопрос достаточности. В попытке найти ответ на вопрос о количестве расходов на социальные программы была создана методика расчета социальных инвестиций. Одна из них – подсчет индекса социальных инвестиций, разработанная Ассоциацией менеджеров.

В методике используются три группы критериев качественной оценки социальных инвестиций, базирующиеся на 12 показателях, наиболее адекватно характеризующих нынешний этап развития компаний.

1-я группа — институциональное оформление социальной политики. Данная группа предполагает учет по трем позициям: наличие специального документа, в котором закреплена социальная политика компании, наличие специального подразделения, отвечающего за реализацию социальных программ компании; наличие коллективного договора;

2-я группа — система учета социальных мероприятий. Данная группа предполагает учет по четырем позициям: наличие ежегодных финансовых отчетов в соответствии с международными стандартами; внедрение международных стандартов социальной отчетности, оценка эффективности осуществляемых социальных инвестиций; примеры социальных программ;

3-я группа — комплексность осуществляемых социальных инвестиций. Данная группа предполагает учет по пяти направлениям затрат: развитие персонала компании, охрана здоровья и труда персонала; природоохранная деятельность и ресурсосбережение, поддержание добросовестной деловой практики; развитие местного сообщества.

На основе сформулированных направлений 3-й группы формируется критерий максимального разнообразия социальной политики организации, так как концентрация социальных инвестиций на 1-2 направлениях ведет к диспропорциям в развитии всей социально-экономической системы.

Все три разновидности качественного индекса социальных инвестиций пронормированы и могут принимать значения от 0 до 100%. Чем больше значение индекса, тем целостнее социальная политика компаний. Сравнение индексов $IK(i)$ для разных компаний позволяет определить лидеров и аутсайдеров по показателю комплексности организации процесса социального инвестирования. Сравнение индексов для разных признаков позволяет выявить соответствующие «узкие места», то есть те признаки, которые представляют для компаний наибольшую проблему. Однако, приведенная методика имеет ряд недостатков:

1. Качественный индекс не отражает масштаба социальной ответственности, так как нет общего индекса.

2. Качественный индекс не учитывает величину значений каждого показателя в общем индексе, иными словами, все показатели имеют одинаковый вес.

3. Сравнение по качественному показателю будет явно не в пользу малого и среднего бизнеса.

4. Отсутствует учет цели взаимодействия с заинтересованными лицами.

5. Отсутствуют детальные показатели качества взаимодействия со стейкхолдерами (наличие или отсутствие признака в выборке не может адекватно представлять качество взаимодействия, которое является скорее интервальным показателем, чем показателем с выбором ответа «да-нет»).

6. Показатели качества взаимодействия находятся в прямой зависимости от пиар-потенциала взаимодействия, что необходимо учитывать при расчете.

7. Интегральный показатель количества и качества не раскрывает суть инвестиций, нет алгоритма действий в инвестициях: они направляются в те заинтересованные стороны, с которыми взаимодействие идет слабо или тем, с кем

взаимоотношения достаточно крепки, и для их развития требуются дальнейшие инвестиции.

В соответствии с этим, нами предлагается изменить подход к расчету качества взаимодействия компании с социальным окружением. Принимая во внимание тот факт, что качественным взаимодействием будет являться при условии ответного полезного эффекта от заинтересованного лица по отношению к компании, необходимо сравнить показатели $IK_{(i)}$ и показатель присутствия ответного признака со стороны стейкхолдера IS_i . Таким образом, если при присутствии некоего признака X_{i1} в компании у стейкхолдера появляется ответный признак Y_{i2} , то данное взаимодействие эффективно. В случаях, если у одной из сторон признак не проявляется в ответ на проявление признака - с другой, то такое взаимодействие признается неэффективным. Поэтому, объединив качественные индексы социальных инвестиций компании и заинтересованного лица, можно рассчитать эффективность социального развития.

Мы предлагаем исчислять частный индекс социальных инвестиций, показывающий эффективность компании по следующей формуле:

$$IQ(i) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - Y_j) \quad (10)$$

где: X_i – переменная, принимающая значение 1, если i -ый признак присутствует у компании, и равна 0, если этот признак отсутствует;

Y_j – переменная, принимающая значение 1, если j -ый признак присутствует у стейкхолдера, и равна 0, если этот признак отсутствует;

n – число признаков, по которым оценивается социальная деятельность компаний.

Показатель IQ варьируется от -1 до 1, нулевое значение означает эффективное взаимодействие.

Качество взаимодействия группы компаний с одним стейкхолдером рассчитывается по формуле:

$$IQT = \frac{1}{T} \sum_{n=1}^T IQ(i) \quad (11)$$

где: T – количество рассматриваемых компаний.

Показатель IQ принимает значения от -1 до 1; -1 означает проявление эгоизма по отношению к стейкхолдеру, 1 означает проявление благотворительности, 0 – эффективное взаимодействие.

Общий показатель эффективности увеличивает частный показатель на количество рассматриваемых стейкхолдеров, взаимодействующих с компанией, и на количество компаний в совокупности выборки, и рассчитывается по формуле:

$$QE = \frac{1}{T} \sum_{n=1}^T \sum_{s=1}^S IQ(i) \quad (12)$$

где: S – количество стейкхолдеров, принимаемых на рассмотрение;

T – количество компаний.

Показатель QE варьируется от -S до S, нулевое значение означает среднее эффективное взаимодействие компаний со стейкхолдерами.

На основании проведенного исследования по определению уровня социального развития были определены факторы эффективности в компаниях и определены значения эффективности взаимодействия каждой из компаний с 11 группами заинтересованных лиц, к которым относятся: работники, собственники, бизнес-партнеры, потребители, органы власти, средства массовой информации,

негосударственные организации, потенциальные инвесторы, профессиональные организации, широкая общественность, конкуренты.

Таким образом, в основе предполагаемой нами методики лежит синтез американской концепции стейкхолдеров и усиление роли государственного регулирования по европейскому сценарию, что в результате приводит к переосмыслению ранжирования интересов стейкхолдеров в зависимости от локальных точек экономических интересов субъектов социальной политики государства и корпораций.

Черикова Д. С.

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

На современном этапе экономического развития государства стоит актуальная проблема совершенствования налогово-бюджетной политики, в связи с усилением социальной расслоенности населения, низким уровнем заработной платы, незаинтересованностью предпринимателей в своевременной и полной уплате налогов, развитием теневого сектора экономики.

Одной из положительных сторон проведения реформ является динамический рост налоговых поступлений, являющийся основным источником доходной части Государственного бюджета, как один из путевых источников реализации необходимых и важных для народа социально-экономических стратегических планов развития государства.

Как показывают данные (таблица 1) доходная часть бюджета Кыргызской Республики за период 1999-2009 гг. возросла с 8,1 до 55,6 млрд сом.; или в 7 раз. За последний период 2005-2009 гг. доходная часть бюджета увеличилась в 3 раза, соответственно в 2009 г. составила 27,6% к ВВП, приобретая увеличение на 7,3% к ВВП по сравнению с 2005 г.

Динамика и структура доходов государственного бюджета за период с 1999 г. по 2009 г.¹

*Таблица 1
(млн сом.)*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всего доходов	8153	9888	12540	14412	16210	18336	20368	25078	35988	46598	55669
Доходы от операционной деятельности	8005	9865	12483	14282	16073	18121	20322	24940	35523	45481	55357
Налоговые поступления	5954	7676	9188	10475	11913	13987	16361	20022	26530	35901	36098
Неналоговые поступления	1771	1581	2673	2983	3699	3418	3568	4652	7204	8180	9058
Официальные трансферты	279	608	622	824	461	716	393	266	1789	1400	10201
Доходы от продажи нефинансовых активов	148	24	57	130	137	215	46	138	465	1117	312

¹ Данные Статистического ежегодного сборника Кыргызской Республики за 2005-2009. – Бишкек, 2010.
Данные годовых отчетов Национального банка Кыргызской Республики за период 1999-2009 гг.

Г.
О
а
я
к
л
д,
е
т
й
с
и
;
О
а
и
ь

Компьютерная верстка: *Мамбетова Ж.*
Редактор: *Козай О. И-Б.*
Компьютерный набор: *Боробаева Ж. С., Султанова Р.*
Бумага офсет. Формат 60*84 1/8
Объем 40 п.л. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии "Университет" КНУ им. Ж.Баласагына
г. Бишкек, просп. Манаса, 101
тел.: (+996 312) 32 31 91; 32 31 75