

временные рамки. Как менеджер - осуществляет собственно планирование разделов бюджета, несет ответственность за принятые решения: определяет цели, средства и способы их достижения.

В результате освоения курса магистр развивает навыки и функции контроллера:

- координатор, ответственный за методы и организацию работ, коммуникацию, связь стратегического и оперативного планирования, сроки исполнения бюджета;
- модератор (умеряющий) и консультант, предлагающий услуги при поиске целей и путей решения проблем;
- интерпретатор бюджета в прозрачной и понятной форме [9].

Литература:

1. Зотикова О.Н., Абакумов А.Ф., Талалаева А.П. Совершенствование управления бизнес-процессами промышленных предприятий.// Современные научноемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности (Прогресс): сборник материалов международной научно-технической конференции. 2013. № 2 (1).
2. Зотикова О.Н. Обучение экономическим дисциплинам с использованием современных технологий // Сборник научных статей и воспоминаний «Памяти В.А. Фукина посвящается» Москва, 2014.
3. Виноградская Н.А., Елисеева Е.Н. Финансовый менеджмент. Бюджетное планирование и финансовый контроль на промышленном предприятии: // Учебное пособие. - Москва. МИСиС. - 2008.
4. Ларионова А.А. Бюджетирование на предприятиях индустрии туризма (статья) // Финансовый менеджмент №3, 2007
5. Т.В. Касаева, В.С. Рябиков Сбалансированная система показателей: особенности ее применения в условиях национальной экономики // «Вестник Витебского государственного технологического университета», 2014 №25
6. Хмельницкая Н.В., Боровяк С.Н. Бюджетирование – экономическая основа качества системы управления // Молодой ученый. – 2015. -№ 19 (99). - С. 362-365 // <http://www.moluch.ru>
7. Ларионова А.А. Оценка результативности реализации стратегии развития предприятия на основе модели экономической добавленной стоимости // Экономика в промышленности №3, 2012.
8. Вихрова Н.О. Прогнозирование развития компаний малого бизнеса на основе процессного подхода (статья) // Экономика в промышленности. 2012. № 1.
9. Виноградская Н.А. К вопросу формирования инновационного мировоззрения студентов при изучении экономических дисциплин Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2015. № 2 (4).

УДК 331.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЙТИНГОВОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

ВИХРОВА Н.О., доцент

Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»,

г. Москва, Российская Федерация

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, оценочные показатели, социальная ориентация бизнеса.

Реферат: рассмотрены оценочные показатели в составе рейтинговой модели корпоративной социальной ответственности, отражающие степень социальной ориентации бизнеса и дающие объективную картину динамики ее изменений.

В современных условиях назрела необходимость в пересмотре подходов предприятий к взаимоотношению с обществом и оптимизации своей социальной ответственности. Все большее значение приобретают социальные программы бизнеса, пытающегося смягчить социальную напряженность в обществе. Ограниченный финансовый и правовой арсенал способов решения

социальных проблем своих работников и окружающего сообщества дополняется отсутствием методологической базы, в том числе, оценочных показателей социальной политики. Нет концепции действий, в которой нашли бы отражение планируемые и реализуемые социально ориентированные мероприятия [1].

Помимо исследовательской функции система оценочных показателей социальной ответственности служит катализатором процесса формирования общественного мнения, задает направления развития социальных технологий, является инструментом повышения экономических и финансовых результатов компаний. Недобросовестное ведение деловой практики, нарушение экологических нормативов, приводят к снижению продаж, негативному отношению со стороны деловых партнеров и общества, к затратам на восстановление имиджа предприятия.

К числу основных проблем, препятствующих объективной оценке масштабов социально ответственных программ относятся:

1. Недопонимание собственниками роли, которую играет реализация КСО в стратегическом развитии компаний. Топ-менеджеры ведущих корпораций сталкиваются сейчас с необходимостью обоснования снижения текущей доходности бизнеса из-за социальных трат для последующего выигрыша в перспективе.

2. Недовольство общества проводимыми компаниями мероприятиями по реализации КСО. Масштабные социальные инвестиции предприятий, ориентированные на социальную защиту своих работников, вызывают конфликт в обществе между трудовыми коллективами компаний и социально уязвленными слоями населения. Выходом должно стать расширение мероприятий по поддержанию социальной стабильности в окружающем сообществе, повышение информированности людей о проводимой компаниями социальной политике.

Другим негативным эффектом от практического воплощения КСО может быть недовольство потребителей, считающих, что именно они оплачивают часть социальных мероприятий, отражающихся в высокой конечной цене на продукцию.

Одним из вариантов решения данной проблемы могло бы стать синхронное увеличение финансирования социально ответственных мероприятий с началом получения материального эффекта от модернизации и реструктуризации, позволяющих уменьшить затраты на производство или реализацию продукции. [2].

3. Нецелевое использование средств, выделяемых на социальные программы, проявляющиеся в нескольких разновидностях. Это либо превалирование доли высшего менеджмента в структуре потребителей социальных благ компаний, что приводит к недовольству трудового коллектива условиями распределения средств, либо количественное и качественное уменьшение социального пакета, основные пункты которого не всегда отражены в коллективном договоре, при этом все законодательно определенные нормативы социальной защиты остаются выполненными. В крупных корпорациях не следует сбрасывать со счетов возможное недовольство масштабами финансирования социальной политики в зависимости от региона или отрасли. Нецелевое использование средств, выделяемых на социальные программы, на деле может оказаться скрытым коррупционным налогом, когда под благовидным предлогом поддержки окружающего сообщества компании осуществляют финансирование различных благотворительных фондов, учрежденных местными органами власти [3].

Если указанные проблемы удастся разрешить, все равно возникает вопрос о теоретическом обосновании необходимости направления части ресурсов на указанные цели. [4]. Подобное обоснование в дальнейшем позитивно скажется на определении рейтинга социальной ответственности компании. К числу побудительных мотивов для проведения социально ориентированных мероприятий можно отнести [5].

1. Формирование положительного имиджа компании в глазах общества. В отличие от сферы общественных отношений, где положительный имидж зачастую создается без реальных, подкрепляющих предполагаемый позитивный эффект действий, в экономике проведение реальных постоянно действующих или одноразовых акций продиктовано наличием возможностей у заинтересованных сторон осуществить проверку на практике реализации продекларированных целей. В качестве примеров можно привести высокие заработные платы, многочисленные социальные льготы при медицинском обслуживании или выходе на пенсию у работников предприятий, традиционно относимых к тяжелым производствам: металлургов, шахтеров,

нефтяников или газовиков. Общественное мнение должно осознавать, что тяжелые условия труда достойно оплачиваются, социальные программы расширяются, а труд этих людей используется не только потому, что в данной местности нет других предприятий.

2. Конкретные проявления социальной ответственности отвлекают внимание общества от привилегированного положения отдельных корпораций, возникшего в силу различных причин: непрозрачной приватизации, мировой конъюнктуры на отдельные виды сырья или продуктов переработки, монопольного положения на рынке. Демонстрация реальных проблем и их решение производит двойной эффект: во-первых, остается нетронутой основная деятельность компаний, во-вторых, общество начинает понимать, что условия ведения бизнеса не столь легки, как кажется на первый взгляд, а менеджмент корпораций прилагает значительные усилия для решения не только внутрикорпоративных, но и социальных проблем.

3. Необходимость внедрения социальной ответственности и учет показателей системы оценки социальной ответственности диктуются развивающейся глобализацией мирового экономического хозяйства. Проектируя этические принципы ведения дел в России на возможные показатели оценки социальной ответственности предприятий, можно сформировать три возможные группы показателей:

Первая группа – показатели социальной ответственности перед работниками, включающие коэффициенты роста заработной платы, текучести кадров, приема молодых специалистов, роста образовательного уровня, производственного травматизма

Вторая группа – показатели социальной ответственности перед окружающим сообществом, включающие коэффициенты расходов на социальную поддержку окружающего сообщества, отношения расходов на социальную поддержку окружающего сообщества к чистой прибыли

Третья группа – показатели экологической ответственности - включает коэффициенты затрат на охрану окружающей среды к себестоимости и затрат на охрану окружающей среды к чистой прибыли

На их основе определены детерминанты, входящие в модель расчета рейтинга.

Для расчета детерминант использованы абсолютные показатели: средняя текучесть кадров, общее число сотрудников, количество принятых на работу молодых специалистов, число сотрудников, повысивших свой профессиональный уровень, число несчастных случаев на производстве, среднемесячная зарплата, чистая прибыль, показатели расходов на социальную поддержку окружающего сообщества, затраты на охрану окружающей среды, себестоимость продукции.

Комплексная система рейтинговой оценки корпоративной социальной ответственности включает в себя широкий набор взаимосвязанных компонент, поэтому результат такой оценки может быть представлен аддитивной моделью итогов действия по отдельным составляющим, входящим в перечисленные выше три группы показателей.

Приведенную методику в той или иной модификации можно применять с учетом особенностей сферы деятельности конкретного экономического субъекта. Необходимость ее применения связана с возросшим интересом к проблемам корпоративной социальной ответственности. Это связано как с политическими причинами, так и с заинтересованностью бизнеса найти новый общий язык с властью всех уровней и обществом, повысив, таким образом, свою устойчивость. Власть поддерживает эту деятельность, справедливо полагая, что прогрессивная часть российского бизнеса поможет решить хотя бы часть остройших социальных проблем.

Литература:

1. Ванкевич, Е.В. Организационно-экономические инструменты повышения социальной эффективности занятости на микроуровне / Е.В. Ванкевич, А.В. Шарапкова // Вестник Витебского государственного технологического университета. — 2015. — № 29. — С. 153.
2. Ларионова А.А. Оценка результативности реализации стратегии развития предприятия на основе модели экономической добавленной стоимости//Экономика в промышленности №3, 2012, стр.62 – 65.

3. Виноградская Н.А. Роль социально-ответственной деятельности промышленного предприятия в повышении его конкурентоспособности // В сборнике: Современные тенденции в науке и образовании Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. ООО "АР-Консалт". Москва, 2015. С. 128-130.
4. Виноградская Н.А. Новые приоритеты в работе финансового руководителя компании // Научные труды SWorld. 2014. Т. 24. № 3. С. 75-78.
5. Харитонова Н.А., Харитонова Е.Н. Экономическая оценка социальной деятельности металлургического предприятия. – М.: «Учеба», 2006.

УДК [677.024:51-77]:338.984

РЕАЛИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОПТИМИЗАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА ТКАНЕЙ

ВОРОНИН С.Ю., доцент, БАРАБАНЩИКОВА И.С., доцент

Ивановский государственный политехнический университет,
г. Иваново, Российская Федерация

Ключевые слова: оптимизация, производство тканей, ассортимент, прибыль

Реферат: в работе получена и оптимизирована табличная экономико-математическая модель плана производства продукции текстильного предприятия.

Одним из путей успешной работы любого предприятия в современных условиях является использование информационных технологий, позволяющих оперативно и гибко реагировать на изменения рынка, оптимизировать существующие технико-экономические процессы предприятия с учетом параметров тренда.

Проведенный анализ существующих бизнес процессов нескольких текстильных предприятий позволил определить направления повышения эффективности их работы с целью оптимальной загрузки технологического оборудования, рационального расхода сырья и выпускаемого ассортимента продукции.

Для решения задач оптимизации производства и реализации продукции текстильного предприятия было использовано программное обеспечение из состава пакета MS Excel, а именно надстройка «Поиск решения», позволяющее оперативно решать задачи оптимизации вырабатываемого ассортимента продукции текстильного предприятия, а также выполнять расчет технических и экономических параметров его работы: технический расчет тканей, расчет параметров заправки оборудования, отходов сырья и сопряженности работы технологического оборудования по переходам ткацкого производства. Дополнительно был разработан программный модуль для расчета и экспорта параметров расхода основной и уточненной пряжи для выпуска одного погонного метра ткани в среду табличного процессора MS Excel [1].

В работе построена, рассчитана и проанализирована табличная экономико-математическая модель определения месячного оптимального плана производства продукции по критерию максимизации прибыли ООО «Ивановские ситцы», г. Иваново. В качестве параметров оптимизации также может быть принято: количество поступающей в производство пряжи по ее видам; количество оборудования для обеспечения плановых показателей работы предприятия для выпуска, как отдельных видов продукции, так и всего ассортимента в целом; валовый объем продукции [2].

В общем виде задача оптимального годового производственного планирования по критерию максимизации прибыли имеет следующий вид:

$$Z(x) = \sum_{j=1}^n P_j x_j \rightarrow \max , \quad (1)$$