

The background of the cover is a vibrant blue color. It is decorated with a network of thin, white, intersecting lines that create a sense of depth and movement, resembling a complex web or a digital interface. The lines vary in thickness and orientation, some being straight and others slightly curved.

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ПРЕОБРАЗОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ**

Сборник научных трудов

Выпуск 4

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н.И. Лобачевского

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ПРЕОБРАЗОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ
Сборник научных трудов

Выпуск 4

Нижний Новгород – 2014

УДК 316
ББК 60.56
С69

Социально-экономические преобразования и проблемы. Сборник научных трудов (Выпуск 4). – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2014. – 172 с.

Серия основана в 2011 году

Редакционная коллегия:
д.с.н. Плотников М.В., д.с.н. Сизова И.Л., к.с.н. Ушакова Я.В.,
к.с.н. Чилипенюк Ю.Ю.

Статьи сборника посвящены анализу актуальных проблем в области законодательства, теоретическому анализу субъектов управления и управленческой деятельности, а также анализу подходов к построению бренда для инновационных продуктов. Исследуются актуальные проблемы влияния организационных факторов на проявление персональной инициативности административных сотрудников, основные методы мотивации применительно к формированию системы стимулирования участников проектных стартовых команд, основные мотивационные составляющие в коммерческих и некоммерческих организациях. Рассматриваются мотивы обращения к концепции «Бережливое производство» на российских предприятиях при проектировании операционных систем, процесс работы творческой группы на основе существующих теоретических аспектов и опыте российских компаний.

Представляет интерес для экономистов и социологов, преподавателей, студентов и аспирантов.

Ответственность за содержание представленных в сборнике материалов несут авторы статей.

ISBN 978-5-93116-170-9

© НИСОЦ, 2014

Александр
радик
Богаткина
деяте
Бутрюмов
инное
Гапонова
в инн
Городнова
в совр
госуд
Зинчак Е.И
Кузнецова
иници
на при
Сафронов
конце
на при
Сахаров А
и некс
на при
Смельцова
систем
Чилипенюк
к упра
Чилипенюк
взаимс
агента
Шубнякова
органи

Содержание

Александровский С.В., Фоменков Д.А. Особенности брендинга для радикальных и улучшающих инноваций	4
Богаткина М.С., Пелепейченко Ю.С. Управление группами творческой деятельности: понятие и рекомендации	17
Бутрюмова Н.Н., Назаров М.Г. Законодательные барьеры ведения инновационной деятельности в России	29
Гапонова О.С. Специфика формирования систем мотивации персонала в инновационных компаниях ранних фаз развития	45
Городнова А.А., Новикова Н.А. Управление качеством образования в современной школе в условиях внедрения федеральных государственных стандартов нового поколения	55
Зинчак Е.В. Магазин класса люкс как объект научного исследования	67
Кузнецова Ю.В., Носова Д.А. Исследование персональной инициативности административных сотрудников университета на примере НИУ ВШЭ – Нижний Новгород	77
Сафронова К.О. Качественный и статистический анализ внедрения концепции «Бережливое производство» в России: на примере компании ОАО «ПРОМИС»	98
Сахаров А.С., Калентьева В.А. Мотивация персонала в коммерческих и некоммерческих организациях – сравнительный анализ на примере предприятий Нижнего Новгорода	113
Смельцова С.В. Профессиональные управленческие роли как элемент системы управления	126
Чилипенко Л.С. Diversity Management как современный подход к управлению человеческими ресурсами	135
Чилипенко Ю.Ю., Сафина А.М. Стратегия развития сети взаимодействий современных организаций с ключевыми агентами внешней среды	148
Шубнякова Н.Г., Смирнова Н.М. Бизнес-модель социальной организации	159

Стратегия развития сети взаимодействий современных организаций с ключевыми агентами внешней среды

Ю.Ю. Чилипенко

*к.с.н., доцент кафедры общего и стратегического менеджмента
Национального исследовательского университета*

«Высшая школа экономики» г. Нижний Новгород, Российская Федерация

А.М. Сафина

*магистрантка 2 курса программы «Менеджмент»
специализации «Стратегический менеджмент»*

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики» г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация: В статье определена роль торгово-промышленных палат как ключевых агентов внешней среды современных организаций. Для торгово-промышленных палат республики Татарстан и Нижегородской области на основе авторской методики построены стратегические диаграммы, позволяющие проанализировать и определить основные направления совершенствования сети их взаимодействий.

Ключевые слова: внешняя среда, агенты внешней среды, торгово-промышленные палаты, сеть взаимодействий.

Быстрое изменение условий внешней среды российских организаций, вызванное развитием конкуренции на фоне интеграции России в мировое экономическое сообщество, а также особенностями постиндустриальной экономики, связанных с развитием информационных технологий и глобализацией бизнеса, ставит перед современными организациями задачу поиска оптимальных форм взаимодействия с внешней средой, факторы которой определяют характер социально-экономических преобразований. Как отмечает американский экономист Дж. Траут, «...успех связан... не с правильными методами, не с правильными ролевыми моделями, не с правильной организационной структурой. Все это, конечно, помогает, но не настолько, чтобы преодолеть грань, отделяющую победу от поражения. Успех связан с наличием правильной, верной стратегии»¹. Долгосрочная стратегия взаимодействия современных организаций с внешней средой становится основой построения всех процессов управления.

¹ Траут, Дж. Траут о стратегии: пер. с англ. / Дж. Траут. – СПб: Питер, 2004. – С. 17. 148

Для любой организации разработка и осуществление эффективной стратегии деятельности возможно только при учете того факта, что организация является частью сложной и динамичной среды своего окружения, с которой постоянно и непрерывно взаимодействует в течение всей своей деятельности. И только хорошо изучив механизм этого взаимодействия, организация может эффективно планировать свою деятельность в долгосрочном периоде и своевременно и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде.

Особое значение в исследовании данной проблемы имеют торгово-промышленные палаты (ТПП) как ключевые агенты внешней среды, что продиктовано ролью данных организаций в развитии регионов и общества в целом в сложившихся экономических и социальных реалиях.

Правительства многих стран используют предложения торгово-промышленных палат для совершенствования своего национального законодательства в области экономического развития. На региональном и местном уровнях палаты стали постоянными консультантами органов власти по вопросам экономического развития, инициаторами новых экономических проектов¹.

Российские торгово-промышленные палаты еще не накопили достаточно опыта вовлечения предпринимателей в общественную деятельность. По разным оценкам, в их рядах находится не более 5% от числа зарегистрированных предпринимателей², что отрицательно сказывается на эффективности деятельности палат в России.

Все вышеизложенное свидетельствует о значимости исследования современных условий, в которых вынуждены функционировать организации России, в частности торгово-промышленные палаты, играющие существенную роль в отношениях между бизнесом-сообществом и государством; а также значимости поиска эффективных форм взаимодействия современных организаций с ключевыми агентами внешней среды.

Поэтому предметом нашего исследования явилась роль торгово-промышленных палат, как ключевых агентов внешней среды, при выстраивании оптимальной сети взаимодействия современных организаций с глобальным окружением.

¹ Федотов, В.И. Торгово-промышленные палаты. Ч.2. Теория и практика. – Саратов: Изд-во СГТПП, 2006. – С.2.

² Дерябина, Н.Н. Международный опыт деятельности торгово-промышленных палат : дис. ... кандидата экон. наук : 08.00.14 / Дерябина Наталья Николаевна. – Москва, 2010. – С.4.

Гипотеза 1. Торгово-промышленная палата является ключевым агентом¹ внешней среды современных организаций, т.е. выполняет посредническую² функцию при взаимодействии данных организаций с базовыми субъектами глобального окружения.

Гипотеза 2. Посредническая роль ТПП позволяет обеспечивать диалог бизнес-сообщества как с государственными органами, так и с международными организациями, а фактор организации эффективного взаимодействия торгово-промышленных палат с субъектами их непосредственного окружения выступает важным условием исполнения данной посреднической роли.

Для анализа факторов глобального окружения организаций, являющихся членами торгово-промышленных палат Республики Татарстан (ТПП РТ) и Нижегородской области (ТПП НО) был проведен PEST-анализ. Затем была составлена матрица определения итоговой оценки данных факторов, что позволило сделать отбор наиболее существенных факторов, оказывающих влияние на выстраивание эффективного взаимодействия исследуемых ТПП с субъектами внешней среды.

Сравнительный анализ факторов внешней среды торгово-промышленных палат Республики Татарстан и Нижегородской области позволил выявить особенности выстраивания сети взаимодействий данных Палат, а также сравнение форм и направлений взаимодействия ТПП РТ и ТПП НО с субъектами внешней среды позволило выявить наиболее эффективные из них.

Изучение взаимодействия современных организаций с субъектами внешней среды в данной работе ограничивается временным отрезком от 2012 до 2014 года. С 22 августа 2012 года - Россия стала полноправным членом Всемирной торговой организации (ВТО). Поэтому 2012 год выступает в исследовании как точка отсчета функционирования российских организаций в новых условиях внешней среды³.

¹ Агент (лат. agens, родительный падеж agentis - действующий) - физическое или юридическое лицо, гражданин или организация, выступающие в роли доверенного лица, посредника // Энциклопедический словарь экономики и права // <http://enc-dic.com/ecolaw/Agent-2295.html>.

² От слова посредник. Посредник – тот, кто содействует осуществлению связи, общению между кем-л. // Тот, кто является посредствующим, связующим звеном в чем-л., в каком-л. отношении // Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой // <http://www.вокабула.рф/словари/толковый-словарь-ефремовой/посредник>.

³ Вступление в ВТО к определенным изменениям внешней среды. Прежде всего, это усиление конкуренции на внутреннем рынке за счет выполнения требований ВТО, таких как снижение тарифных барьеров, уменьшение количественных ограничений, сокращение протекционистских мер государства и т.д., что приведет к облегчению проникновения на внутренний рынок импортных товаров и услуг и значительному увеличению их потока.

Перед современными организациями стоит задача поиска оптимальных форм взаимодействия с внешней средой, разработка модели сети взаимодействий, наиболее соответствующей современным условиям внешней среды.

В нашем исследовании под сетью мы будем понимать способ организации взаимодействия. Сеть взаимодействий организации – некая система связей организации с субъектами внешней среды, где наблюдаются опосредованные связи; круг взаимодействия увеличивается, а результаты работы становятся более продуктивными и качественными.

Современная организация может формировать опосредованные пути взаимодействия с внешней средой через агентов. В настоящее время одним из таких агентов внешней среды современных организаций является торгово-промышленная палата, статус которой позволяет обеспечивать эффективный диалог бизнес-сообщества как с государственными органами, так и с международными организациями.

Система торгово-промышленных палат России является мощным инструментом российского бизнеса для защиты своих интересов и создания четкой системы взаимодействия с государством, что позволяет оперативно транслировать свои интересы в государственные органы и обеспечивать их защиту при принятии решений государственными органами. Немалую роль система торгово-промышленных палат России призвана играть и в информационном, организационном и инфраструктурном обеспечении функционирования российского предпринимательства. Очень важно, что подобный статус торгово-промышленных палат нашел свое законодательное закрепление и имеет уже достаточно устоявшуюся нормативную основу, а также большую правоприменительную практику и опыт организации работы¹.

Все стратегические подходы признают доминирующей стратегическую парадигму, основанную на неразделимости организации и окружающей среды. Стратегическое поведение организации продиктовано характером ее взаимодействия с внешней средой².

PEST-анализ факторов внешнего окружения торгово-промышленных палат Республики Татарстана и Нижегородской области, которые выступают в

См. подробно: Линецкий, А.Ф. Вступление России во всемирную торговую организацию как важнейший фактор ее интеграции в мировую экономику/ А.Ф. Линецкий // Балтийский регион, 2011. – №4. – С.69 – 77.

¹ Чулюкова, С.А. Общественные организации (объединения) и их роль в становлении гражданского общества. – М.: Академия естествознания, 2012. – С. 71.

² Грант, Р. Современный стратегический анализ. Курс МВА по стратегическому менеджменту: пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. / Р. Грант. – СПб: Питер, 2011.– С. 33.

роли основных представителей интересов бизнес-сообщества данных регионов позволяют сделать следующие выводы:

Факторы внешнего окружения – политические, законодательные, социальные и технологические в основном имеют положительную направленность влияния на деятельность торгово-промышленных палат и Татарстана, и Нижегородского Новгорода, однако степень и характер влияния данных факторов отличаются. В Нижегородской области такое влияние на ТПП значительно ниже, чем в Татарстане. Такие результаты получились, прежде всего, как следствие учета технологических, политических/законодательных и экономических составляющих внешней среды. Главное отличие внешнего окружения палат обоих регионов – в степени влияния экономических факторов: Татарстан обладает более значительными минерально-сырьевыми ресурсами. Кроме того, совокупное влияние положительных факторов на деятельность ТПП РТ больше, чем на деятельность ТПП НО.

С целью сбора данных для выявления форм и направлений взаимодействий ТПП РТ с внешним окружением было проведено анкетирование среди работников Департамента деловой информации и внешнеэкономической деятельности ТПП РТ, Департамента по информационной политике.

По результатам анализа полученной информации можно сделать следующие выводы.

Департамент деловой информации и внешнеэкономической деятельности ТПП РТ взаимодействует с органами власти всех уровней, торговыми представительствами РФ; с ТПП РФ, зарубежными представителями ТПП РФ, зарубежными и смешанными ТПП, российскими ТПП; с иностранными и региональными партнерскими организациями, международными организациями; с представителями Республики Татарстан в регионах России и за рубежом.

Способы взаимодействия: организация и проведение деловых встреч, презентаций, семинаров, круглых столов организация деловых миссий.

Сеть взаимодействий Департамента по информационной политике ТПП РТ включает в себя телеканалы и радиокomпании республики и страны, профессиональные журналистские организации, пресс-службы, аналитические центры законодательной и исполнительной власти, партии, движения, общественные организации.

Среди способов взаимодействия следует отметить рассылку пресс-релизов, приглашение корреспондентов, подготовку интервью и репортажей, размещение информационных материалов в изданиях ТПП РТ, ТПП РФ, торгово-промышленных палат других регионов РФ, зарубежья; деловые встречи,

проведение PR- семинаров, пресс-конференций; формирование и развитие базы данных по проблематике деятельности ТПП РТ.

Для определения результативности и эффективности выявленных направлений взаимодействий ТПП РТ, а также других возможных направлений с внешним окружением использовались данные отчетов, аналитических материалов ТПП РТ.

Результатом проведенного исследования стала Стратегическая диаграмма развития оптимальной сети взаимодействий ТПП РТ с субъектами внешней среды.

Самые сильные направления взаимодействия: взаимодействия ТПП РТ с Арбитражным судом РТ, органами власти РТ, предприятиями и организациями РТ, Наука, СМИ – все те направления, которые необходимы для выполнения посреднической функции между государственной властью и бизнесом и содействия развитию малого и среднего предпринимательства в регионе.

Региональные и международные взаимодействия палаты развиты средне. Учитывая положительное влияние факторов внешней среды на деятельность ТПП РТ, можно предположить, они могут быть значительно улучшены.

В ТПП НО с целью получения информации о ключевых направлениях и формах взаимодействия Палаты с субъектами внешней среды анкетирование проводилось среди работников Департамента международного сотрудничества, межрегиональных связей и конгрессной деятельности ТПП НО, Департамента по развитию внешнеэкономического и инвестиционного сотрудничества, Департамента правовой работы.

Полученная информация позволяет сделать следующие выводы:

Сеть взаимодействий Департамента международного сотрудничества, межрегиональных связей и конгрессной деятельности ТПП НО очень большая и включает в себя:

- федеральные, региональные, муниципальные органы власти, в том числе Государственная дума Российской Федерации и Законодательное собрание Нижегородской области, взаимодействие с которыми направлено на совершенствование законодательства;

- бизнес-сообщества и органы власти различных государств, в т.ч. Нидерландов, Республики Корея, Бельгии, США, Израиля, Латвии, Малайзии, Индонезии¹;

¹ Торгово-промышленная палата Российской Федерации. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. Отчет о работе Торгово-промышленной палаты Нижегородской области за 2012 год.

- предприятия Нижегородской области, других регионов РФ и зарубежные организации. Установлены устойчивые связи с партнерскими организациями зарубежных следующих стран: Беларусь, Латвия, Литва, Иран, Республика Корея, Финляндия, Япония, Республика Сербская (Босния и Герцеговина)¹;

- общественные организации (Нижегородская Ассоциация промышленников и предпринимателей (НАПП), Опора России, Деловая Россия);

- Торговые представительства Российской Федерации за рубежом;

- ТПП РФ, региональные ТПП, зарубежные ТПП. Заключены договоры о сотрудничестве с ТПП РФ, ТПП Парижа и Всемирной Федерацией палат по внедрению и реализации проектов Chamber Trust². На регулярной основе осуществляется сотрудничество с территориальными ТПП (Пензенской, Волгоградской, Томской, Пермской, Саратовской, Московской, Уральской, ТПП Татарстана, ТПП Камчатского края и др.) по поиску и подбору потенциальных партнеров для предприятий, а также размещению коммерческих предложений российских организаций на сайте ТПП НО. С данной группой взаимодействие направлено на налаживание торгово-экономического сотрудничества и инвестиционных связей между регионами.

Департамент по развитию внешнеэкономического и инвестиционного сотрудничества в основном взаимодействует с Министерством промышленности и инноваций Нижегородской области, Министерством поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области, Министерством инвестиционной политики Нижегородской области.

Департамент правовой поддержки и Третьей инстанции осуществляет взаимодействие с Федеральным Арбитражным судом Волго-Вятского округа, Арбитражным судом Нижегородской области, Министерством государственного имущества и земельных ресурсов Нижегородской области, НРО ООО «Ассоциация юристов России».

11 февраля 2014 года было подписано Соглашение о сотрудничестве между Уполномоченным по защите прав предпринимателей в Нижегородской области и ТПП НО. Одним из направлений взаимодействия является развитие и

¹ Торгово-промышленная палата Российской Федерации. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. Отчет о работе Торгово-промышленной палаты Нижегородской области за 2013 год.

² Торгово-промышленная палата Российской Федерации. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. Отчет о работе Торгово-промышленной палаты Нижегородской области за 2011 год.

популяризация третейского разбирательства, посредничества (медиации), а также других альтернативных способов разрешения экономических споров¹.

Среди способов взаимодействия были выделены следующие: рабочие встречи с деловыми кругами регионов РФ; деловая переписка; для взаимодействия ТПП РФ – ТПП НО: информационный обмен, деловая переписка, полугодовые, годовые отчеты ТПП НО для ТПП РФ; бизнес-миссии с участием нижегородских предприятий в страны ближнего и дальнего зарубежья и регионы России; организация семинаров, презентаций, бизнес-переговоров, тренингов и круглых столов и т.д.

На основе результатов исследования были составлена стратегическая диаграмма развития сети взаимодействий ТПП НО.

Эффективность содействия, которое торгово-промышленные палаты призваны оказывать предпринимателям, зависит от реальных взаимоотношений, складывающихся у каждой отдельной палаты с теми органами государственной власти и органами местного самоуправления, на территории которых она действует². А это, в свою очередь, определяется четкостью распределения ролей и степенью согласованности усилий участников взаимоотношений при решении общих задач³.

Торгово-промышленные палаты – это организации, призванные способствовать развитию региона в сложившихся экономических и социальных реалиях; и которые могут выдвигать инициативы, предлагать возможные решения проблем и способствовать принятию адекватных решений на самом высоком уровне. В связи с этим взаимодействие «бизнес-сообщество – торгово-промышленная палата – органы государственной власти» является ключевым в сети взаимодействий ТПП с субъектами внешней среды.

Для Палат Республики Татарстан и Нижегородской области данное взаимодействие можно охарактеризовать как среднее⁴, и оно может быть улучшено.

Можно сформулировать несколько конкретных предложений по совершенствованию данного взаимодействия.

¹ Торгово-промышленная палата Нижегородской области. Отчеты по Третейскому суду: 2007-2014 годы.

² Robson, P. D. and Bennett, R. J. The Use and Impact of Business Advice by SME's in Britain: an Empirical Assessment Using Logit and Ordered Logit Models – Applied Economics. 2000. - PP.1675-1688.

³ Жилинский С. Э. Предпринимательское право: Учебник для вузов. - 3-е изд., изм. и доп. - М.: НОРМА, 2001. - С. 802.

⁴ Взаимодействие считается средним, если его значение на стратегической диаграмме больше пятидесяти и меньше восьмидесяти.

1. Создание механизма постоянного мониторинга проблем предпринимателей, с целью их дальнейшего устранения:

- региональным ТПП необходимо провести исследование с целью выявления проблем предпринимателей, связанных с административными барьерами в своем регионе, и сформировать список ключевых проблем;

- в заранее установленный срок данный список направить в ТПП РФ;

- ТПП РФ собирает полученную информацию, проводит анализ и обобщение проблем. Результатом становится полученный общий список, который направляется обратно в территориальные Палаты;

- на местах проводятся консультации с бизнес-сообществом, ранжируются и отбираются те проблемы, которые отражают реальную картину и представляют собой первоочередные системные задачи, выполнение которых поможет не только снизить уровень конкретных административных барьеров, но и улучшить в целом в стране ситуацию развития малого и среднего предпринимательства;

- в результате этой работы ТПП РФ формирует реальный план работы, который учитывает конкретные пожелания и чаяния предпринимателей – членов Палат.

2. Для совершенствования взаимодействия торгово-промышленных палат с предпринимателями и государственными структурами на современном этапе необходимо изменение формы функционирования Палат, а именно предоставление услуг в электронном виде (сертификации, оценки, аудита, экспертиза, консультации, в том числе юридические, и др.). В качестве инструмента эффективного взаимодействия системы палат с предпринимателями и государственными структурами на современном этапе может стать Электронная ТПП. Электронное взаимодействие – неотъемлемая часть современного информационного общества.

3. Торгово-промышленные палаты также могут создать механизм регулярного мониторинга деятельности избираемых органов власти, отдельных депутатов и политиков. Исходя из результатов мониторинга, они могут вырабатывать рекомендации членам ТПП, как голосовать на очередных выборах, в связи с чем, государство, в лице избираемых органов власти, в свою очередь, тоже будет стремиться завоевать поддержку со стороны ТПП (членов ТПП).

Таким образом, ТПП должна придавать исключительное значение совершенствованию механизмов сотрудничества с органами законодательной и исполнительной власти.

Для диалога бизнеса и власти и совершенствования нормативно-правовой базы в территориальных палатах функционируют отраслевые комитеты. В за-

данном контексте это позволяет говорить о широких возможностях торгово-промышленных палат регионов активно влиять на формирование политики в поддержку российского предпринимательства, основываясь на законодательной платформе.

В результате проведенного исследования взаимодействий ТПП РТ и ТПП НО были разработаны стратегические диаграммы развития сети взаимодействий, на которых можно легко увидеть те стратегически важные направления, которые требуют своего развития на современном этапе деятельности исследуемых палат.

Среди самых сильных направлений взаимодействия ТПП РТ можно выделить взаимодействия ТПП РТ с Арбитражным судом РТ, с органами власти РТ, с предприятиями и организациями РТ, с наукой, со СМИ. Это все те направления, которые необходимы для выполнения посреднической функции между государственной властью и бизнесом и содействия развития малого и среднего предпринимательства в регионе.

Однако региональные и международные взаимодействия палаты развиты средне. Учитывая положительное влияние факторов внешней среды на деятельность ТПП РТ, можно предположить, что они на современном этапе могут быть значительно улучшены.

По результатам проведенного исследования также выявлены четыре направления развития сети взаимодействий ТПП НО: СМИ, образовательные и научные учреждения, предприятия и организации НО, органы власти Нижегородской области.

Последние три взаимодействия средние, первое – слабое. Учитывая то, что факторы внешнего окружения ТПП НО на современном этапе оказывают положительное влияние на деятельность Палаты, можно предположить, что данные взаимодействия могут быть улучшены.

Разработка эффективных и результативных форм взаимодействий для данных направлений является стратегически важным для развития самой ТПП НО.

Взаимодействие «ТПП НО – СМИ» необходимо, прежде всего, для совершенствования имиджа торгово-промышленной палаты Нижегородской области. СМИ являются самым сильным каналом воздействия на формирование общественного мнения. В качестве рекомендаций для усиления данного взаимодействия можно назвать следующее:

- своевременное информирование общественности о важнейших событиях в деятельности ТПП.

- формирование с помощью средств массовой информации у общественности объективного представления о ТПП.

- представление с помощью средств массовой информации отношения предприятия к экономическим, экологическим и социальным вопросам.

- распространение в печати, по радио и телевидению материалов об основных направлениях развития ТПП НО, социально-экономическом положении ТПП НО.

- организация пресс-конференций, круглых столов, проведение встреч и интервью с представителями средств массовой информации по актуальным вопросам текущей деятельности ТПП.

- подготовка видеofilьмов, создание и пополнение видео- и фонотеки о деятельности ТПП.

- обеспечение взаимодействия с центрами изучения общественного мнения и составление собственных программ по изучению и определению мнения общественности о деятельности ТПП НО.

Взаимодействие «Предприятия и организации НО – ТПП НО – Органы власти Нижегородской области» – является основным в развитии экономики региона, защиты интересов малого и среднего предпринимательства Нижегородской области.

И, наконец, взаимодействие «ТПП НО – образовательные учреждения, наука» является важным, прежде всего, из-за необходимости воспитания нового поколения предпринимателей, способного успешно действовать в современных рыночных условиях России.

У ТПП РТ данное взаимодействие развито лучше. В Татарстане существует уникальная система развития молодых предпринимателей и один из самых успешных примеров в данном направлении – созданный в 2010 году Комитет по развитию молодежного предпринимательства при Торгово-промышленной палате РТ.

Таким образом, очевидно, что достаточно сложно выработать общую стратегию развития для всех организаций, даже если они схожи по типу и являются частью единой системы (в нашем исследовании ТПП НО и ТПП РТ входят в систему ТПП РФ). Процесс выработки стратегии развития сети взаимодействий для торгово-промышленных палат России, каждая из которых функционирует в определенной внешней среде, зависит от динамики ее развития, развития региона в целом, ее потенциала, поведения конкурентов, характеристик ею оказываемых услуг, состояния экономики, социокультурной среды и т.д.

Тем не менее, современные организации имеют уникальную возможность формировать широкую сеть взаимодействий с глобальным окружением через торгово-промышленные палаты.

Литература

1. Грант, Р. Современный стратегический анализ. Курс МВА по стратегическому менеджменту: пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. / Р. Грант. – СПб: Питер, 2011.
2. Дерябина, Н.Н. Международный опыт деятельности торгово-промышленных палат : дис. ... кандидата экон. наук : 08.00.14 / Дерябина Наталья Николаевна. – Москва, 2010.
3. Жилинский, С. Э. Предпринимательское право: Учебник для вузов. – 3-е изд., изм. и доп. – М.: НОРМА, 2001.
4. Линецкий, А.Ф. Вступление России во всемирную торговую организацию как важнейший фактор ее интеграции в мировую экономику // Балтийский регион, 2011. – №4.
5. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой // <http://www.вокабула.рф/> словари/толковый-словарь-ефремовой/посредник
6. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. Отчеты по Третейскому суду: 2007-2014 годы.
7. Траут, Дж. Траут о стратегии: пер. с англ. /Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2004.
8. Федотов, В.И. Торгово-промышленные палаты. Ч.2. Теория и практика. – Саратов: Изд-во СГТПП, 2006.
9. Чулюкова, С.А. Общественные организации (объединения) и их роль в становлении гражданского общества. – М.: Академия естествознания, 2012.
10. Энциклопедический словарь экономики и права // <http://enc-dic.com/ecolaw/Agent-2295.htm>
11. Robson, P. D. and Bennett, R. J. The Use and Impact of Business Advice by SME's in Britain: an Empirical Assessment Using Logit and Ordered Logit Models – Applied Economics, 2000.

Бизнес-модель социальной организации

Н.Г. Шубнякова

*к.э.н., доцент кафедры венчурного менеджмента
Национального исследовательского университета*

«Высшая школа экономики» г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Н.М. Смирнова

*аналитик проектно-учебной лаборатории
«Управление инновационными системами»*

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики» г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация: в статье представлены теоретические подходы к формированию бизнес-моделей социальных инноваций. Рассмотрена бизнес-модель соци-

Социально-экономические
преобразования и проблемы

Сборник научных трудов

Выпуск 4

Компьютерная верстка: И.В. Ситникова

Подписано в печать 4.12.2014.
Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 9,7
Тираж 500 экз.

Издательство НИСОЦ
г. Н. Новгород, Казанское ш., д.10/1, к.6

Отпечатано в типографии «ДТ-принт»
г. Н. Новгород, ул. Агрономическая, д.134, к.105а