

ВЕСТИНИК

ПВГУС

ЭКОНОМИКА

ВЫПУСК № 1 (33)

2014

ВЕСТИНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 1 (33) 2014

ТОЛЬЯТТИ

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.
СЕРИЯ ЭКОНОМИКА

№ 1 (33) – 2014 февраль

Журнал основан в 1995 г.

Выходит 6 раз в год

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (редакция февраль 2010 г.)

Учредитель

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Поволжский государственный университет сервиса»
(ФГБОУ ВПО «ПВГУС»)

Редакционная коллегия:

д.э.н., проф. Л. И. ЕРОХИНА – главный редактор
д.э.н., проф. Е. В. БАШМАЧНИКОВА – зам. главного редактора

Члены редакционной коллегии:

д.э.н. С. А. Андреев
д.э.н. О. И. Васильчук
д.э.н. А. О. Блинов
д.э.н. Ш. З. Валиев
д.э.н. О. М. Горелик
д.э.н. А. П. Горина
д.э.н. Г. М. Кулапина
д.э.н. В. И. Макарова
д.э.н. А. А. Нечитайло
д.э.н. В. М. Рябов
д.т.н. А. Ч. Эркенов
д.э.н. В. В. Янов
Ответственный секретарь Е. Е. Спиридонова

Редактор Н. Г. Батырева
Технический редактор Н. В. Галиченкова

Подписка во всех отделениях связи:
– индекс **84641** каталога агентства «Книга-Сервис» – www.akc.ru

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Доступ и подписка на электронную версию журнала – www.elibrary.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-35376, выдано 16 февраля 2009 года
Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций.

Издательско-полиграфический центр
Поволжского государственного университета сервиса.
445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4.
rio@tolgas.ru, тел. (8482) 222-650.

Подписано в печать 28.02.2014.
Формат 60x80^{1/8}. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 26,25. Тираж 1000 экз. Заказ 1-14/02.

© Поволжский государственный университет сервиса, 2014

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале
«Вестник ПВГУС. Серия Экономика», допускается только
с письменного разрешения редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает
с точкой зрения авторов публикуемых статей.

СОДЕРЖАНИЕ

Международный опыт

Le Thi Huong Que 9

BUILDING BRANDS FOR VIETNAMESE FARM PRODUCE

This article points out the fact that a lot of Vietnamese farm produce has not trademarked. Therefore, it is necessary to build brands for some of these products and then suggest suitable solutions.

Государственное управление

Багдасарян Арег Меружанович 11РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена исследованию интеграционных возможностей рынка ценных бумаг на постсоветском пространстве. Рассматриваются возможности и проблемы интеграции регулируемого рынка ценных бумаг, а также депозитарных и расчетно-клиринговых систем.

Башмачникова Елена Валентиновна 17

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА РФ

Тема инновационно-инвестиционного климата чрезвычайно актуальна в связи с проблематикой экономического роста, а также в связи с развитием процесса глобализации мировой экономики и стремлением России занять достойное место в мировом сообществе. Выскажем ряд принципиальных суждений по данному вопросу.

Пыршева Марина Валерьевна 21ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ КЛИМАТА
И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Глобальные изменения климата стали актуальной проблемой современности. Воздействие этих изменений на мировую экономику становится все более очевидным и требует приложения определенных усилий со стороны международного сообщества с целью предупреждения их негативных последствий.

Шестакова Наталия Николаевна 25***Скворцова Маргарита Борисовна******Кузьмина Лидия Кузьминична***ВЛИЯНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА
НА ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА
И СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Рассмотрены проблемы формирования (накопления) человеческого капитала населения вообще и человеческого капитала молодого поколения в частности в плане воздействия на этот процесс трансформации социального пространства. Также исследовано влияние трансформации социального пространства на процесс реализации человеческого капитала в рамках социально-трудовых отношений.

Галиуллина Светлана Дмитриевна 32***Валиев Шамиль Зуфарович******Герасимова Дарья Игоревна******Сафина Елена Александровна***ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ
ПОПЕЧИТЕЛЬСКОГО ДВИЖЕНИЯ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В РОССИИ

К концу 19 века в России накопился огромный опыт управления попечительской и благотворительной деятельностью, который можно использовать в современной России. Анализируются поощрительные меры государственной политики Российской империи. Рассматриваются светские мотивы попечительской деятельности в Уфимской губернии (1865–1917 гг.). Все это способствовало успешному развитию системы попечительской деятельности как в российском государстве в целом, так и в Уфимской губернии в частности. Приведенные материалы, примеры реализации этой деятельности свидетельствуют о высоком уровне развития системы управления этой сферой.

Васильчук Ольга Ивановна 39

Муравицкая Наталья Константиновна

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОНТРАКТОВ

ПРИ АУТСОРСИНГОВОЙ СИСТЕМЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ

ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

Рассматриваются проблемы заключения контрактов для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Особое внимание уделено способам закупок, порядку определения цены контракта. Сделан вывод о необходимости формирования системы внутреннего контроля.

Управление социальным развитием

Коляго Анна Леонидовна 47

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ

РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ В ВУЗЕ НА ОСНОВЕ РЕЙТИНГОВЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ

Рассматривается проблема распределения ресурсов как одна из важнейших задач управления вузом. Предлагаются к использованию модели, построенные на основе рейтинговых потенциалов подразделений вуза.

Региональное развитие

Корчагин Павел Валентинович 50

ФОРМИРОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ ДВУХ ТИПОВ РАЗВИТИЯ –

САМООРГАНИЗАЦИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЕ

Как известно, рыночная самоорганизация предполагает, что все экономические процессы (производство, распределение, сбережения, инвестирование и др.) должны осуществляться в форме взаимодействия спроса и предложения по коммерческим ценам, возникающим в ходе купли-продажи. Иначе говоря, эффективность самоорганизации в достаточно серьезной степени зависит от соотношения относительных цен.

Додонова Наталья Леонидовна 52

Кукольникова Елена Анатольевна

ПРОЦЕДУРА НЕЧЕТКОГО ВЫВОДА СОСТАВА РЕГИОНАЛЬНЫХ УПРАВЛЯЕМЫХ

ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ

Представлена процедура нечеткого вывода состава управляемых промышленных кластеров. Описаны этапы данной процедуры. Определены необходимые и достаточные условия существования управляемого промышленного кластера. Разработана база правил системы нечеткого вывода. Установлены степени принадлежности ряда предприятий Самарской области автомобильному кластеру региона. Представлен фрагмент структуры данного кластера.

Ротенберг Роман Борисович 58

СОСТАВ И СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ТРАКТОВКА

ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ СИСТЕМЫ

СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКОНОМИКИ

АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Рассмотрены проблемы стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований (АТО). Раскрываются сущность стратегического регулирования, базовые функции этого процесса для российских АТО, основные задачи, решаемые в рамках реализации этих функций. Особое внимание уделено важнейшему условию организации эффективного стратегического регулирования развитием экономики АТО – системе мониторинга.

Ерохина Лидия Ивановна 65

Ченцова Наталья Михайловна

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ Г. О. ТОЛЬЯТТИ

Инвестиционная активность характеризуется интенсивностью и масштабом инвестиционной деятельности в регионе. Под инвестиционной привлекательностью понимают интегральную характеристику потенциала отдельных предприятий, отраслей, регионов генерировать доход на вложенные инвестиции с учетом уровня инвестиционных рисков. Следовательно, инвестиционная привлекательность определяется одновременным воздействием двух групп факторов: факторов инвестиционного потенциала и факторов инвестиционных рисков.

Жигулев Артем Владимирович 69МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ КАК СТИМУЛЯТОР РАЗВИТИЯ
ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рассматривается возможность инвестирования и поддержки дошкольного образования в рамках системы образования, а также возможности перераспределения денежных потоков со стороны государства, по средствам коммерческих банков, в ту или иную отрасль экономики.

Гутюк Елена Назировна 73ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Представлены особенности продвижения образовательных услуг в современных условиях с использованием инновационных технологий.

Баканкова Елена Михайловна 78ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД
К УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ

Сложность и неопределенность процессов, происходящих в сфере услуг, обострение конкуренции среди производителей услуг акцентируют внимание на вопросах управления предприятием, на организационной культуре и ценностях, позволяющих совершать новые открытия и предоставляющих возможности построения эффективной системы деятельности предприятия.

Федорова Снежана Николаевна 81ПОДХОДЫ К РЕКРЕАЦИОННОМУ РАЙОНИРОВАНИЮ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Важной в рекреационном исследовании любой территории является проблема районирования. Районирование как выделение и изучение территориальных систем имеет два аспекта: гносеологический и прикладной. Первый связан с изучением территории, её познанием, второй – с ее организацией. Эти исследования проводятся в пределах определенного пространства. В большинстве случаев итогом работы является районирование территории. Районирование – это процесс, длящийся на протяжении столетий в рамках освоения территории... и незавершенный. В современных условиях появляются различные подходы к этому процессу.

Региональная сфера услуг:
экономика, организация и управление

Абрамова Любовь Андреевна 86

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Экономические процессы, протекающие в сфере услуг, несмотря на высокую степень саморегулируемости, предполагают целенаправленное внешнее воздействие на механизм функционирования рынка со стороны всех субъектов рыночных экономических взаимоотношений, которыми могут выступать отдельный индивид, предприятие и государство. В свою очередь, целенаправленное воздействие вообще и на экономические процессы в частности немислимо без применения определенной, научно построенной системы прогнозирования на всех уровнях рыночной экономики.

Гарифуллина Резеда Саитовна 90**Хисматуллин Марсель Мансурович**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Рассматриваются состояние и динамика туризма в Республике Татарстан. Анализируется положительный опыт реализации республиканских целевых программ в области туризма «Культурная Универсиада», «Путешествие к истокам», «Открой Приволжье», «Гостеприимная Казань», «Кодекс гостеприимства», запущенные крупномасштабными спортивными мероприятиями.

Журавлева Татьяна Айдыновна 95МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В СФЕРЕ СЕРВИСА КАК ЭЛЕМЕНТ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса необходимы для успеха деловой репутации при продвижении услуг, товаров.

- Нечипоренко Людмила Владимировна** 99
СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ
ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБСЛУЖИВАНИЕМ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ
Сложность проблемы управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг определяет необходимость системного подхода к данному виду деятельности. Рассмотрены элементы системы управления обслуживанием и их взаимосвязь, а также ожидаемые результаты эффективного управления обслуживанием клиентов на предприятиях сферы услуг; сформированы основные задачи, решить которые призвана система управления обслуживанием.
- Николаева Елена Ирфановна** 103
ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ
РЕФОРМИРОВАНИЕМ ЖКХ РЕГИОНА
Обоснована потребность в технологизации управления реформированием ЖКХ, обобщены существующие подходы к определению понятия «технология управления» и выявлены современные тенденции технологизации управления ЖКХ, уточнено содержание понятия «технология управления реформированием ЖКХ».
- Никитина Наталья Викторовна** 109
Лисова Елена Алексеевна
ЭКСПЕРТНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ
СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ
В современных условиях применение экспертного подхода, в основу которого положен квалитетрический метод по оценке показателей качества сервисных услуг, позволяет дать интегральную и комплексную оценку эффективности системы менеджмента качества на предприятиях сферы услуг, ориентированных на повышение конкурентоспособности.

Рынки: состояние и развитие

- Яшина Анна Олеговна** 114
СИСТЕМНО-КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД
К ПОСТРОЕНИЮ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ
УПРАВЛЕНИЯ ТВОРЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ
В ОБЛАСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ
И МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ
Рассматривается системно-когнитивный подход к построению методики оценки управления творческим потенциалом в области функционирования и развития регионального рынка колбасных изделий и мясных деликатесов. Актуальность становления управления творческим потенциалом на региональном уровне обусловлена тенденцией превалирования стратегических функций в управлении персоналом над традиционным инструментарием менеджмента организации.

Инвестиции и инновации

- Никулина Марина Николаевна** 118
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ
Исследуются подходы к пониманию содержания развития, инноваций, инновационного развития. Представлен систематизированный обзор основного терминологического и понятийного аппарата, используемого в отечественной и зарубежной литературе при изучении явлений и процессов в области инновационного развития.
- Чувашов Николай Александрович** 123
ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ПРОЦЕСС ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО
КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ
Инвестирование является неотъемлемой частью развития любого общества и страны в целом. Благодаря инвестированию процесс интеллектуального развития возможно реализовать в более сжатые сроки и с максимальной эффективностью для общества. Как правило, повышение интеллектуального капитала невозможно без инвестиционных вложений, поскольку оно способствует воплощению научно-технического прогресса и созданию современных технологий, способных повысить уровень жизнедеятельности страны.

 Предприятия

- Аппанова Юлия Эдуардовна** **126**
 АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ
 О КАТЕГОРИИ «РЕСУРСЫ»: ЭВОЛЮЦИОННЫЙ АСПЕКТ
Прослежена эволюция теоретических представлений о содержательной характеристике категории «ресурсы». Подтверждено, что современное понимание сущности экономических ресурсов является результатом длительного развития научной мысли. Систематизированы научные взгляды относительно ресурсной концепции в экономике, выявлена значимость исторической роли экономических ресурсов в развитии общественного хозяйства.
- Козловский Владимир Николаевич** **131**
Панюков Дмитрий Иванович
Полякова Екатерина Владимировна
 ОРГАНИЗАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАБОТЫ
 СО СЛОЖНЫМИ РЕКЛАМАЦИЯМИ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ
Рассмотрена проблема организации индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации при выявлении в их конструкции недостатков, влияющих на надежность, представлен результат анализа отзывных кампаний за 2011 год.
- Морякова Анастасия Владимировна** **136**
 ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОСТОЯНИЯ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ
 ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА
 НА УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:
 ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
Представлены процедура, условия и результаты экономико-математического моделирования оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей.
- Родионова Татьяна Георгиевна** **141**
 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ
 АДМИНИСТРАТИВНОЙ РЕФОРМЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
 МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ
Рассмотрены и проанализированы методические подходы к оценке влияния административной реформы на деятельность муниципальных образований. Показана необходимость рассмотрения перспектив применения методологических подходов к оценке эффективности власти на местах в ходе административной реформы, предложена авторская методика данной оценки.
- Смолькин Валерий Петрович** **144**
 РАСЧЕТ УРОВНЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
 ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
Приводится расчет уровня экологического развития промышленного предприятия. Приведены основные структурные элементы экологического паспорта. Предложена методика определения уровня экологического развития организации и проведен расчет.
- Радюхина Галина Викторовна** **147**
 ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
 ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
Анализируются организационно-технические особенности функционирования швейных предприятий, большинство которых относится к категории мелкосерийных, и предлагаются новые подходы к механизации и автоматизации швейного производства, организации процессов, которые позволили бы повысить его эффективность.
- Гордеева Ольга Викторовна** **150**
 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ
Рассматриваются имидж предприятия и пути его совершенствования. В совершенствовании имиджа играют значительную роль не только акции и специальные мероприятия, но и качество производимых данным предприятием товаров и оказываемых им работ и услуг, а также отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности.

Савенков Дмитрий Леонидович 154

Савенков Леонид Дмитриевич

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА
НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Акцентировано внимание на необходимости построения системы внутреннего контроля экономического субъекта для обеспечения его конкурентоспособности. Показаны основные направления усиления и минимизации рисков системы внутреннего контроля при внедрении на промышленных предприятиях систем менеджмента качества.

Новикова Наталья Александровна 162

СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Рассматривается управление инновационной деятельностью предприятий химической промышленности в рамках системного подхода. Рассмотрены подсистемы обеспечения управления: организационного обеспечения, информационного обеспечения; финансового обеспечения; анализа, планирования и контроля инновационной деятельности.

Информационные технологии

Марченко Виктория Станиславовна 171

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАЩИТЫ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Обеспечение защиты экономической информации в коммерческом банке весьма сложное и трудоемкое занятие и требует определения этапов и последовательности действий, в ходе выполнения которых система безопасности будет становиться более эффективной.

Технологии управления

Марченко Татьяна Ивановна 177

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТСКИМ ПОТОКОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Обосновывается инвестиционная логика разработки нефинансовых индикаторов оценки долгосрочных эффектов от использования клиентских активов, являющихся источником денежных потоков всех участников цепочки создания и предоставления ценности.

Кукина Светлана Дмитриевна 181

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ С ПОЗИЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Рассматриваются теоретические аспекты управления персоналом предприятий сферы сервиса, проводится анализ использования квалификации персонала в Самарской области и г. о. Тольятти в современных условиях.

Федотов Геннадий Петрович 190

Васильчук Ольга Ивановна

Васильчук Ксения Степановна

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ОБОСНОВАННЫХ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Изложены основные подходы к оценке стоимости бизнеса с целью принятия обоснованных управленческих решений. Изложены особенности применения модели Гордона при оценке стоимости экономических субъектов.

Маркетинговое управление

Башмачникова Елена Валентиновна 201

Баканкова Елена Михайловна

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ
СФЕРЫ УСЛУГ

Представлена концепция управления имиджем предприятия сферы услуг, положения которой позволяют конкретизировать и углубить существующие теоретические концепции уточнением этапов процесса управления имиджем, а также наделением обеспечения данного процесса приоритетными функциями в целях рационального решения задач управления имиджем предприятия сферы услуг.

Содержание выпуска на английском языке 206

МАКРОУРОВЕНЬ

Международный опыт

УДК 63; 659

Le Thi Huong Que***Le Thi Huong Que, graduate student**Tambov State Technical University, Tambov**(Ле Тхи Хьонг Куе, аспирант**Тамбовский государственный технический университет, г. Тамбов)*

**BUILDING BRANDS FOR VIETNAMESE FARM PRODUCE
(СОЗДАНИЕ БРЕНДА ДЛЯ ВЬЕТНАМСКОЙ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ)**

Key words: Export of Vietnamese, farm produce, competitive advantages, global market, building brands, raise the rank.

This article points out the fact that a lot of Vietnamese farm produce has not trademarked. Therefore, it is necessary to build brands for some of these products and then suggest suitable solutions.

Ключевые слова: экспорт Вьетнама, сельскохозяйственная продукция, конкурентные преимущества, международный рынок, создание бренда, повысить звание.

Подчеркивается факт того, что многая вьетнамская сельскохозяйственная продукция не имеет торговой марки. Поэтому необходимо строить бренды для некоторых из них, а затем предлагать соответствующие решения.

After the accession to the World Trade Organisation (WTO), import taxes are on the reduction, the import market door of Viet Nam to the WTO's members is becoming wider. For agriculture, WTO still permits to continue supporting by investment and development in infrastructure, researching and exchanging technology, agricultural promotion, poverty alleviation, helping poor areas, workforce training, increasing competitiveness ability, developing craft villages, ect, which brings opportunities for export of Vietnamese farm produce.

In recent years, Viet Nam which has been one of the top countries around the world in export of coffee, pepper and cashew nuts just has gone after Thailand in export of rice. Besides, Vietnamese fruit like longans, grapefruit, dragon fruits... always serve as specialties in Europe and United States. It can be said that Vietnamese farm produce has a huge potential in the global market.

However, in fact, over 90% of these products have borrowed brands of other countries. As a result, these have hardly had the competitiveness advantages of the global market. In spite of their huge export output, their cost of goods manufactured and profit have been low. For domestic markets, over 80% of consumed farm produce has never been trademarked.

According to Vietnam's National Office of Intellectual Property, 800 of 933 kinds of Vietnamese farm produce located in 721 parts of the country are well-known. However, the number of these products registered Geographical Indication and the Tra-

ditional Specialty Guarantee is very low with around 139 brands. Most Vietnamese enterprises just focus on the quantity of export but building brands for Vietnamese farm produce. This, thus, is a major reason for exporting these products purely in the virgin form, which makes for low profit despite their huge output and their high quality. Cao Duc Phat, The Minister of Agriculture and Rural Development, said that building brands for farm produce played an important role in strategies of agricultural development. As a project of restructuring agriculture is carried out, the quality must raise though production areas of various farm produce may decline. Therefore, it is crucial to have a brand to export. Meanwhile, these items' value is hardly high.

The testing and certification of the origin as well as the guarantee of food safety and hygiene are always a hot topic in society.

1. Farm produce commodities which should be trademarked

Farm produce commodities which people from four main cities often buy most are vegetables, meat, fruit and rice. Nevertheless, the three commodities which care about their brand names are rice/sticky rice, coffee and fish sauce. This gives other branded products such as vegetables, meat and fruit a chance to grow.

Rice:

Most customers claimed that they used branded rice. In fact, it is a regional specialty.

Fruit:

Fruit which should be trademarked

- Tho: Oranges (32%), mangos (32%), watermelons (28%)

HCM: grapefruits (42%), mangos (42%), watermelons (38%)

- Ha Noi: Oranges (45%), grapefruits (52%), watermelons (38%)

- Da Nang: Oranges (73%), grapefruits (53%), mangos (52%)

- Can Vegetables:

Vegetables which should be trademarked

- HCM: kangkung, cabbage, carrots, lettuce, potatoes.

- Ha Noi: kangkung, cabbage, green onion, amaranth, potatoes, Chinese celery

- Da Nang: kangkung, cabbage, lettuce, amaranth, sweet potato leaves, carrots

- Can Tho: kangkung, cabbage, lettuce, green onion, carrots, potatoes

2. Customers are willing to buy branded products

According to the survey about using branded products, 85% of surveyed people accepted to pay a price level in variance from 5% to 10% to get these items. Even if the price reached 13%, 50% of customers still preferred to buy them. In other words, customers are willing to spend more to buy a reliable branded products.

3. Brand standards for farm products

The fact is that the purchase of actual specialties with high quality and reliable origin is a difficulty for customers. Farm produce sold in markets and even in supermarkets are hardly trademarked, labeled, quality tested and the origin. According to the customers's evaluation, to build a brand, farm produce should be ensured:

According to National Office of Industrial Property (Ministry of Science and Technology), 15% of 90 000 brands registered the Traditional Specialty Guarantee belonged to Viet Nam and 90% of Vietnamese farm produce was sold in global markets of through foreign brands, which damaged economy with the loss of thousands dollars.

Generally, Vietnamese enterprises working on farm produce have not realized the importance of brands which play a decisive role in their existence.

Therefore, building brands for Vietnamese farm produce is imperative in order to reduce the damage to famers, enterprises, gradually raising their rank in global market. So to do this, the following solutions are suggested:

Firstly, The Vietnamese government should have a long-term plan which absolutely constitutes the national strategy of building brands for Vietnamese items. The Ministry of Commerce together with The Ministry of Agriculture and Rural Development have built a suitable pathway which requires the serious participation of enterprises, scientists and even farmers.

Secondly, at present, several brands such as Trung Nguyen coffee, Cho Dao rice, Nam Roi grapefruits, Hoa Loc mangos, Luc Ngan litchis...are reliable and best-sellers in regional and global markets. These typical examples need propagating. Therefore, it is necessary to pay attention to advertisement, propaganda on media, especially creating websites about brands of Vietnamese farm produce.

Thirdly, it is believed that organizations of finance and banking should set up special financial mechanisms for advertising and building brands for farm produce due to enterprises working on these commodities encounter a variety of difficulties related to the capital.

Fourthly, in order to guarantee the sustainable development of building and developing brands for farm produce, it should be put in the relationship with boosting the agricultural productivity, market hunting and after all, building a strong rank for these products in global market.

Therefore, building brands for Vietnamese farm produce is imperative in order to reduce the damage of famers, enterprises, gradually raising their rank in global market.

Abstract: This article points out the fact that a lot of Vietnamese farm produce has not trademarked. Therefore, it is necessary to build brands for some of these products and then suggest suitable solutions.

References

1. 24-hour Vietnamese Daily News.
2. Nguyen Minh Ly. (2012). *Building brands for Vietnamese farm produce: Raise the rank, reduce losses.* Criteria – measurement – quality magazine.
3. Vagrimex.com. Building brands for Vietnamese farm produce.

© Le Thi Huong Que, 2014

УДК 336.76

А. М. Багдасарян*

**Багдасарян Арег Меружанович, кандидат экономических наук, доцент
Национальный аграрный университет Армении, г. Ереван, Республика Армения
aregbag@gmail.com*

РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: интеграционные процессы, рынок ценных бумаг, депозитарные и расчетно-клиринговые системы.

Статья посвящена исследованию интеграционных возможностей рынка ценных бумаг на постсоветском пространстве. Рассматриваются возможности и проблемы интеграции регулируемого рынка ценных бумаг, а также депозитарных и расчетно-клиринговых систем.

Интеграция финансовых рынков, и в частности рынка ценных бумаг, является одним из важнейших предпосылок для обеспечения устойчивого развития экономики в странах СНГ. После распада Советского Союза и перехода к рыночной экономике на постсоветском пространстве образовались разрозненные финансовые рынки. Эта разрозненность особо проявляется на рынке ценных бумаг. Проблемы разрозненности рынка ценных бумаг усугубляются также наличием значимых различий в регулировании рынка ценных бумаг, принципов построения депозитарных и расчетно-клиринговых систем, а также фиксирования и передачи прав собственности и других имущественных прав на ценные бумаги.

Аналізу теоретических и практических аспектов интеграционных процессов на рынке ценных бумаг посвящено достаточно большое количество исследований. В большинстве исследований подчеркиваются основные позитивные аспекты интеграции, а также возникающие риски. Во многих исследованиях основное внимание сфокусировано на глобализации и интеграции регулируемого рынка ценных бумаг, и в частности биржевого рынка [3, 7, 8, 13]. Однако исследование интеграционных процессов на рынке ценных бумаг не может быть ограничено изучением только одного или нескольких сегментов рынка ценных бумаг. Важное значение имеет также изучение интеграционных процессов расчетно-клиринговых и депозитарных систем в сопоставлении с интеграционными процессами на регулируемом рынке. В свете возможностей создания общего экономического пространства особо важное значение приобретает всестороннее изучение перспектив интеграции рынка ценных бумаг стран СНГ.

Целью данного исследования является выявление возможностей и изучение перспектив интеграции рынка ценных бумаг в странах СНГ.

Исходя из целей исследования в статье изучены данное состояние интеграционных процессов рынка ценных бумаг на постсоветском пространстве, возможности и перспективы интеграции, а также основные положительные аспекты и проблемы на пути интеграции.

Интеграционные процессы рынка ценных бумаг на постсоветском пространстве после распада Советского Союза в основном шли на национальном уровне. Данный этап в большинстве стран СНГ можно считать уже завершенным. Так, если в конце прошлого тысячелетия на территории Республики Армения действовали четыре фондовые биржи, то в настоящее время только один оператор регулируемого рынка ценных бумаг – НАСДАК ОЭМЭКС Армении. Интеграционные процессы шли также в сфере депозитарных и расчетно-клиринговых систем. В настоящее время в завершающем этапе находится внедрение единой депозитарной и расчетно-клиринговой системы, которая также является структурной единицей НАСДАК ОЭМЭКС [11]. Схожие тенденции наблюдаются также на российском рынке. Так, в конце 2011 г. происходит слияние двух основных торговых систем российского рынка ценных бумаг – РТС и ММВБ. В результате слияния образовалась Московская биржа – крупнейшая торговая система рынка ценных бумаг на постсоветском пространстве [9]. Интеграционные процессы происходили также в сфере депозитарных и расчетно-клиринговых систем, действующих на территории Российской Федерации. В результате в составе группы Московская биржа образовалась компания, предоставляющая все виды депозитарных и расчетных услуг на рынке ценных бумаг. Этой компании – Национальному расчетному депозитарию – в 2012 г. был присвоен статус центрального депозитария [12]. В соответствии с законодательством Российской Федерации статус центрального депозитария может быть присвоен только одно-

му юридическому лицу. Таким образом, как в Республике Армения, так и в Российской Федерации начали образовываться интегрированные торговые, депозитарные и расчетно-клиринговые системы рынка ценных бумаг. Схожие тенденции наблюдаются также и в других странах СНГ.

Дальнейшие интеграционные процессы рынка ценных бумаг связаны с интеграцией национальных торговых, депозитарных и расчетно-клиринговых систем, действующих в разных странах. Такие интеграционные процессы могут заключать в себя создание и укрепление связей между национальными системами, синхронизацию нормативно-правовой базы, регулиующую рынок ценных бумаг, а также образование наднациональных систем. В сфере международной интеграции разные страны на постсоветском пространстве начали придерживаться разных приоритетов. Так, в странах Балтийского региона (Литва, Латвия и Эстония) интеграционные процессы были направлены в основном на синхронизацию национального законодательства с законодательством Европейского Союза. В этих странах как операторы регулируемого рынка ценных бумаг, так и операторы расчетной системы (центральные депозитарии ценных бумаг) являются частью группы НАСДАК ОЭМЭКС [10]. В странах Балтийского региона создана единая торговая система. Центральные депозитарии ценных бумаг Литвы, Латвии и Эстонии имеют корреспондентские счета между собой, при помощи которых фиксируют право собственности и другие имущественные права, а также выполняют функцию расчетной системы. Происходит также интеграция балтийского рынка ценных бумаг НАСДАК ОЭМЭКС с другими рынками НАСДАК ОЭМЭКС, в частности со скандинавским рынком, создаются корреспондентские отношения с депозитарными и расчетно-клиринговыми системами, действующими на территории Европейского Союза, такими как Клирстрим или Евроклир. Международные интеграционные процессы углубляются также на территории стран СНГ. Значительные интеграционные возможности существуют на рынке ценных бумаг Российской Федерации, Беларуси, Казахстана и Украины.

Одним из направлений интеграционных процессов рынка ценных бумаг, происходящих на территории стран СНГ, является объединение операторов регулируемого рынка ценных бумаг, а также депозитарной и расчетно-клиринговой систем путем приобретения участия (акций) и (или) реорганизации. В таком направлении идут интеграционные процессы на регулируемом рынке Московской биржи и на основных регулируемых рынках Украины – Украинской биржи и Фондовой биржи ПФТС. Московская биржа является мажоритарным участником (акционером) Фондовой биржи ПФТС, а также крупнейшим участником (акционером) Украинской биржи [9,

14, 15]. В таких условиях является целесообразным объединение двух операторов регулируемого рынка ценных бумаг Украины. С данной целью Московская биржа намеревается увеличить свое участие в акционерном капитале Украинской биржи. Объединение двух основных операторов регулируемого рынка ценных бумаг Украины даст возможность не только углубить интеграционные процессы на территории Украины, но также – на межнациональном уровне, так как новый оператор будет являться частью группы Московская биржа.

Другим направлением интеграционных процессов рынка ценных бумаг, происходящих на территории стран СНГ, является создание единых или интегрированных торговых систем регулируемого рынка, а также депозитарных и расчетно-клиринговых систем путем развития сотрудничества между операторами этих систем. Такое направление интеграционных процессов наблюдается в отношениях Московской биржи, Белорусской валютно-фондовой биржи и Казахской фондовой биржи [2, 4, 9].

Особо важным может являться развитие интеграционных процессов между российским и армянским регулируемым рынком ценных бумаг. Важность такой интеграции обусловлена тем, что, с одной стороны, основной оператор регулируемого рынка ценных бумаг России – Московская биржа – является мажоритарным участником основных операторов регулируемого рынка ценных бумаг Украины – Украинской биржи и Фондовой биржи ПФТС, а также инициатором интеграционных процессов с основными операторами регулируемого рынка ценных бумаг Беларуси и Казахстана – Белорусской валютно-фондовой биржи и Казахстанской фондовой биржи, а с другой стороны, единственный оператор регулируемого рынка ценных бумаг Армении – НАСДАК ОЭМЭКС Армения – является частью ведущего оператора регулируемого рынка ценных бумаг, депозитарных и расчетно-клиринговых систем в мире, а также в странах Балтийского региона (Литва, Латвия и Эстония) – группы НАСДАК ОЭМЭКС [9, 10, 11]. Таким образом, развитие таких интеграционных процессов может стать исходной точкой для развития интеграционных процессов между системами, действующими на территории Европейского Союза и СНГ. Однако создание единых и интегрированных систем регулируемого рынка подразумевает также интеграцию депозитарных и расчетно-клиринговых систем, а также синхронизацию нормативно-правовой базы, регулиующую рынок ценных бумаг. В частности, требует особого внимания исследование проблем, связанных с фиксированием и передачей имущественных прав на ценные бумаги и защитой интересов инвесторов.

С целью выяснения интеграционных возможностей рынка ценных бумаг важным является также изучение основных показателей регулируемого рынка. Учитывая особенности развития рынка ценных бумаг на территории стран СНГ в качестве основных показателей регулируемого рынка выбрано число компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, рыночная капитализация акций, допущенных к тор-

гам на регулируемом рынке, объемы торговли акциями и долговыми ценными бумагами, а также объемы торговли валютой и кредитными ресурсами на регулируемом рынке.

Число компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, и их рыночная капитализация на основных регулируемых рынках стран СНГ представлены в табл. 1 [5, 6, 16].

Таблица 1

Число компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, и их рыночная капитализация, 2011–2012 гг.

Название оператора регулируемого рынка	Число компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке		Рыночная капитализация акций, допущенных к торгам на регулируемом рынке, млрд долл. США	
	2011	2012	2011	2012
Белорусская валютно-фондовая биржа, Беларусь	2335	2359	1,1	0,4
Казахстанская фондовая биржа, Казахстан	71	81	22,6	23,5
Кыргызская фондовая биржа, Кыргызстан	13	18	0,2	0,2
Московская биржа, Россия	341	268	771,2	827,2
НАСДАК ОЭМЭКС Армения, Армения	11	11	0,1	0,1
Санкт-Петербургская Валютная Биржа, Россия	0	3	0	0,1
Украинская биржа, Украина	195	198	25,6	20,7
Фондовая биржа ПФТС, Украина	462	636	15,9	17,6

Как видно из табл. 1, по числу компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, лидирует Белорусская валютно-фондовая биржа. В 2012 г. к торгам на регулируемом рынке Белорусской валютно-фондовой биржи были допущены акции 2359 компаний. Второе, третье и четвертое места по числу компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, занимают соответственно Фондовая биржа ПФТС, Московская биржа и Украинская биржа. Однако число компаний, акции которых допущены к торгам на регулируемом рынке, здесь намного меньше, чем на Белорусской валютно-фондовой бирже. Так, в 2012 г. к торгам на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС были допущены акции 636 компаний, к торгам на регулируемом рынке Московской биржи – акции 268 компаний, а к торгам на регулируемом рынке Украинской биржи – акции 198 компаний.

Из табл. 1 видно, что по рыночной капитализации акций, допущенных к торгам на регули-

руемом рынке, лидирует Московская биржа. В 2012 г. рыночная капитализация акций, допущенных к торгам на регулируемом рынке Московской биржи, составляла 827,2 млрд долл. США. Второе, третье и четвертое места по рыночной капитализации акций, допущенных к торгам на регулируемом рынке, занимают соответственно Казахстанская фондовая биржа, Украинская биржа и Фондовая биржа ПФТС. Однако показатель рыночной капитализации акций, допущенных к торгам на регулируемом рынке, здесь значительно ниже, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. рыночная капитализация акций, допущенных к торгам на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи, составляла 23,5 млрд долл. США, на регулируемом рынке Украинской биржи – 20,7 млрд долл. США, а на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС – 17,6 млрд долл. США.

Объемы торговли акциями и долговыми ценными бумагами на основных регулируемых рынках стран СНГ представлены в табл. 2 [5, 6, 16].

Таблица 2

Объем торговли акциями и долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке, 2011–2012 гг.

Название оператора регулируемого рынка	Объем торговли акциями, млн долл. США		Объем торговли долговыми ценными бумагами, млн долл. США	
	2011	2012	2011	2012
Белорусская валютно-фондовая биржа, Беларусь	50,4	90,0	2280,5	1906,5
Казахстанская фондовая биржа, Казахстан	1089,2	1377,6	9762,5	3712,9
Кыргызская фондовая биржа, Кыргызстан	28,0	22,5	1,3	2,1
Московская биржа, Россия	554067,3	372619,6	1627302,0	2246430,0
НАСДАК ОЭМЭКС Армения, Армения	0,5	1,0	15,7	11,4
Санкт-Петербургская Валютная Биржа, Россия	0	0,1	36,6	223,5
Украинская биржа, Украина	4573,3	418,4	155,5	36,2
Фондовая биржа ПФТС, Украина	242,0	230,1	10879,3	10960,5

Как видно из табл. 2, по объему торговли акциями на регулируемом рынке лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли акциями на регулируемом рынке Московской биржи составлял 372,6 млрд долл. США. Второе, третье и четвертое места занимают соответственно Казахстанская фондовая биржа, Украинская биржа и Фондовая биржа ПФТС. Однако объемы торговли акциями на регулируемом рынке здесь значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли акциями на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи составлял 1,4 млрд долл. США, на регулируемом рынке Украинской биржи – 0,4 млрд долл. США, а на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС – 0,2 млрд долл. США.

Из табл. 2 видно, что по объему торговли долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли долговыми ценными бумагами

на регулируемом рынке Московской биржи составлял 2,2 триллиона долл. США. Второе, третье и четвертое места занимают соответственно Фондовая биржа ПФТС, Казахстанская фондовая биржа и Белорусская валютно-фондовая биржа. Однако объемы торговли долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке здесь значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС составлял 10,9 млрд долл. США, на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи – 3,7 млрд долл. США, а на регулируемом рынке Белорусской валютно-фондовой биржи – 1,9 млрд долл. США.

Объемы торговли корпоративными и государственными долговыми ценными бумагами на основных регулируемых рынках стран СНГ представлены в табл. 3 [5, 6, 16].

Таблица 3

Объем торговли корпоративными и государственными долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке, 2011–2012 гг.

Название оператора регулируемого рынка	Объем торговли корпоративными долговыми ценными бумагами, млн долл. США		Объем торговли государственными ценными бумагами, млн долл. США	
	2011	2012	2011	2012
Белорусская валютно-фондовая биржа, Беларусь	1150,8	1138,6	1129,7	767,9
Казахстанская фондовая биржа, Казахстан	2010,8	2165,3	7751,7	1547,6
Кыргызская фондовая биржа, Кыргызстан	1,3	2,1	0	0
Московская биржа, Россия	1225152,3	1848335,6	402149,8	398094,7
НАСДАК ОЭМЭКС Армения, Армения	1,8	1,0	13,9	10,4
Санкт-Петербургская Валютная Биржа, Россия	36,6	223,5	0	0
Украинская биржа, Украина	62,9	24,5	92,6	11,7
Фондовая биржа ПФТС, Украина	1315,7	1675,0	9563,6	9285,5

Как видно из табл. 3, по объему торговли корпоративными долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли корпоративными долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке Московской биржи составлял 1,8 триллиона долл. США. Второе, третье и четвертое места занимают соответственно Казахстанская фондовая биржа, Фондовая биржа ПФТС и Белорусская валютно-фондовая биржа. Однако объемы торговли корпоративными долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке здесь значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли корпоративными долговыми ценными бумагами на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи составлял 2,2 млрд долл. США, на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС – 1,7 млрд долл. США, а на регулируемом рынке Белорусской валютно-фондовой биржи – 1,1 млрд долл. США.

Из табл. 3 видно, что по объему торговли государственными ценными бумагами на регу-

лируемом рынке лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли государственными ценными бумагами на регулируемом рынке Московской биржи составлял 0,4 триллиона долл. США. Второе, третье и четвертое места занимают соответственно Фондовая биржа ПФТС, Казахстанская фондовая биржа и Белорусская валютно-фондовая биржа. Однако объемы торговли государственными ценными бумагами на регулируемом рынке здесь значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли государственными ценными бумагами на регулируемом рынке Фондовой биржи ПФТС составлял 9,3 млрд долл. США, на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи – 1,5 млрд долл. США, а на регулируемом рынке Белорусской валютно-фондовой биржи – 0,8 млрд долл. США.

Объемы торговли валютой и кредитными ресурсами на основных регулируемых рынках стран СНГ представлены в табл. 4 [5, 6, 16].

Таблица 4

Объем торговли валютой и кредитными ресурсами на регулируемом рынке, 2011–2012 гг.

Название оператора регулируемого рынка	Объем торговли валютой, млн долл. США		Объем торговли кредитными ре- сурсами, млн долл. США	
	2011	2012	2011	2012
Белорусская валютно-фондовая биржа, Беларусь	17002,5	30047,8	0	0
Казахстанская фондовая биржа, Казахстан	106179,9	96063,7	0	0
Кыргызская фондовая биржа, Кыргызстан	0	0	0	0
Московская биржа, Россия	2938097,6	3760528,4	306062,5	270414,5
НАСДАК ОЭМЭКС Армения, Армения	760,4	753,7	7087,7	15084,3
Санкт-Петербургская Валютная Биржа, Россия	59,1	68,6	33118,0	49622,0
Украинская биржа, Украина	0	0	0	0
Фондовая биржа ПФТС, Украина	0	0	0	0

Как видно из табл. 4, по объему торговли валютой на регулируемом рынке лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли валютой на регулируемом рынке Московской биржи составлял 3,8 триллиона долл. США. Второе, третье и четвертое места занимают соответственно Казахстанская фондовая биржа, Белорусская валютно-фондовая биржа и НАСДАК ОЭМЭКС Армения. Однако объемы торговли валютой на регулируемом рынке здесь значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли валютой на регулируемом рынке Казахстанской фондовой биржи составлял 96,1 млрд долл. США, на регулируемом рынке Белорусской валютно-фондовой биржи – 30 млрд долл. США, а на регулируемом рынке НАСДАК ОЭМЭКС Армения – 0,8 млрд долл. США.

Из табл. 4 видно, что по объему торговли кредитными ресурсами на регулируемом рынке также лидирует Московская биржа. В 2012 г. объем торговли кредитными ресурсами на регулируемом рынке Московской биржи составлял 270,4 млрд долл. США. Второе и третье места занимают Санкт-Петербургская Валютная Биржа и НАСДАК ОЭМЭКС Армения. Однако объемы торговли кредитными ресурсами на регулируемом рынке здесь тоже значительно меньше, чем на Московской бирже. Так, в 2012 г. объем торговли кредитными ресурсами на регулируемом рынке Санкт-Петербургской Валютной Бирже составлял 49,6 млрд долл. США, а на регулируемом рынке НАСДАК ОЭМЭКС Армения – 15,1 млрд долл. США.

Из приведенных выше данных видно, что развитие регулируемого рынка того или иного

региона во многом зависит от размеров рынка и масштабов интеграции на рынке. Так, по всем основным показателям лидирует Московская биржа, которая осуществляет деятельность на крупнейшем и достаточно интегрированном рынке стран СНГ. С точки зрения развития малых рынков, таких как рынок ценных бумаг Армении, важное значение имеет интеграция с другими внутренними рынками, например с валютным рынком и рынком кредитных ресурсов. Такая интеграция может дать синергетический эффект. Однако интеграционные возможности внутренних рынков ограничены. На нынешней стадии развития рынка важное значение приобретают также интеграционные процессы с внешними рынками [1].

Рынок ценных бумаг стран СНГ обладает достаточными интеграционными возможностями. Углубление интеграционных процессов на рынке ценных бумаг стран СНГ окажет положительное воздействие на увеличение инвестиционных возможностей экономики стран СНГ, что, в свою очередь, окажет положительное воздействие на увеличение темпов роста ВВП, сокращение безработицы и улучшение социального положения населения. Однако создание единых и интегрированных систем регулируемого рынка подразумевает также интеграцию депозитарных и расчетно-клиринговых систем, а также синхронизацию нормативно-правовой базы, регулируемую рынок ценных бумаг. В частности, требует особого внимания исследование проблем, связанных с фиксированием и передачей имущественных прав на ценные бумаги и защитой интересов инвесторов.

Список литературы

1. Башмачникова Е.В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.
2. Белорусская валютно-фондовая биржа. – www.bcse.by
3. Захаров А. В., Кириченко Д. А., Челмодеева Е. В. Валютные и универсальные биржи XXI века как антикризисный механизм финансового рынка. – 2-е изд., пер. и доп. – М., 2002. – 80 с.
4. Казахстанская фондовая биржа. – www.kase.kz
5. Международная ассоциация бирж стран СНГ, Бюллетени биржевой статистики: 2006 – 2012. – <http://mab.micex.ru>

6. Международная ассоциация бирж стран СНГ, Справочники бирж и депозитариев – членов МАБ СНГ. 2006–2013. – <http://mab.micex.ru>
 7. Миркин Я. М. Ценные бумаги и фондовый рынок. – М. : Перспектива, 1995. – С. 66, 99–100, 413–440.
 8. Миркин Я. М. Рынок ценных бумаг: Воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. – М. : Финансовая академия при Правительстве РФ, 2002. – 87 с.
 9. Московская биржа (ММВБ-РТС). – www.moex.com
 10. НАСДАК ОЭМЭКС Армения. – www.nasdaqomx.am
 11. Национальный расчетный депозитарий. – www.nsd.ru
 12. Рубцов Б. Б. Мировые фондовые рынки: современное состояние и закономерности развития. – М. : Финансовая академия при Правительстве РФ, 2000. – 312 с.
 13. Украинская биржа. – www.ux.ua
 14. Фондовая биржа ПФТС. – www.pfts.com
 15. Federation of Euro-Asian Stock Exchanges, FEAS Books: 2009–2013, <http://www.feas.org>
-

A. M. Bagdasaryan*

**Bagdasaryan Areg, PhD in Economics, Associate Professor
of National Agrarian University of Armenia, Yerevan, Republic of Armenia
aregbag@gmail.com*

**DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES OF SECURITIES MARKET
IN POST-SOVIET STATES**

Keywords: integration processes, securities market, depository and clearing-settlement systems.

The article considers the integration capabilities of the securities market in Post-Soviet states. The author studies the possibilities and problems of integration of regulated securities market, as well as depository and clearing-settlement systems.

© Багдасарян А. М., 2014

УДК .001.7; 336

Е. В. Башмачникова***Башмачникова Елена Валентиновна, доктор экономических наук, профессор**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_eio@tolgas.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА РФ

Ключевые слова: инновационно-инвестиционный климат, деловая среда, инвестиции, инновации, экономическое развитие, экономический рост, рынок ценных бумаг.

Тема инновационно-инвестиционного климата чрезвычайно актуальна в связи с проблематикой экономического роста, а также в связи с развитием процесса глобализации мировой экономики и стремлением России занять достойное место в мировом сообществе. Выскажем ряд принципиальных суждений по данному вопросу.

Введение инновационно-инвестиционного климата как источника изменения деловой среды значительно расширяет саму парадигму инвестиций. Традиционным является отождествление инвестиций как фактора экономического роста с вложениями в основной капитал и в увеличение материальных запасов. Но в связи с появлением во второй половине XX века разнообразных теорий модернизации и развития экономики, устанавливающих связь между научно-техническим прогрессом и темпами экономического роста, меняется парадигма инвестиций. Актуальность приобретают инвестиции в науку и научные разработки, нематериальные активы и в человеческий капитал. Инвестиции в науку и НИОКР обусловлены существованием спроса на научные разработки, прежде всего на продукты и технологические инновации, со стороны крупного промышленного производства [1].

Особенностью этих концепций является акцентирование внимания на эффекте масштаба производства от нового знания и увеличения в сфере НИОКР человеческого капитала. Нашей отечественной наукой также был внесен значительный вклад в разработку моделей экономического развития, только применительно к плановой экономике. В результате крупномасштабных исследований в рамках разработки комплексной программы научно-технического прогресса, осуществляемой с начала 70-х годов, появились интересные проекты. В частности, была создана концепция прогнозирования экономического роста на базе использования различных модификаций производственных функций, где научно-технический прогресс выступал в составе прочих неидентифицированных факторов (автор академик А. Анчишкин). На основе разработки модели межотраслевых взаимодействий (натурально-стоимостного баланса и инвестиционных матриц) была обоснована идея структурного экономического роста (академик Ю. Яременко), предпочтение отдавалось при этом «технологическому лидерству». Проблема взаимосвязи экономического развития экономики и уровня ее технологического состояния, определяемой скоростью

диффузии (распространения) нововведений, получила развитие в трудах В. Фальцмана. Проблемы перехода к преимущественно интенсивному типу экономического роста на основе применения достижений НТП, повышения значимости квалифицированного труда в плане преодоления технологической отставания отечественной экономики от передовых стран не только по уровню производительности труда, но и по доле заработной платы в стоимости продукции разрабатывались Д. Львовым. Также необходимостью обеспечения уровня развития этой отрасли в соответствии с требованиями современного научно-технического прогресса для создания конкурентных преимуществ отечественного производства на внутреннем и мировом рынках. Поэтому инвестирование науки и сферы НИОКР должно быть приоритетным направлением экономической политики государства.

Инвестиции в нематериальные активы – приобретение хозяйствующими субъектами патентов, торговых знаков, программных продуктов и других активов – не только повышает их конкурентоспособность, но и обеспечивает получение более высокого уровня инвестиционного дохода. Эти инновации дают хозяйствующим субъектам возможность получения сверхприбыли (так называемой ренты новизны) в течение какого-то периода времени и способствуют активизации инвестиционной деятельности. Однако процесс возрастания инвестиционной деятельности будет продолжаться до тех пор, пока инвесторы будут получать сверхприбыль от инвестиций в нововведения и не наступит так называемое «инвестиционное насыщение», которое И. Фишер обозначил термином «предельная производительность инноваций».

Инновации в области техники, технологии и управлении предъявляют иные требования к научным работникам, специалистам, управленцам, инженерно-техническим работникам и рабочим. Значимость приобретает человеческий капитал как наиболее активный фактор экономического роста и инвестиции в него. Под человеческим капиталом понимается совокупность всех произ-

водительных качеств человека, а именно: приобретенные знания и навыки, мотивация и энергия, используемые для производства экономических благ. В современных неоклассических моделях эндогенного роста недостаточное развитие физического капитала может компенсироваться развитием человеческого, и наоборот. Квалификация рабочей силы и качество физического капитала выступают субститутами, в результате чего низкое качество капитала может компенсироваться высокой квалификацией рабочей силы (примеры Южной Кореи и Тайваня).

Подобно физическому капиталу формирование человеческого капитала требует как от самого человека, так и от общества в целом значительных затрат. К инвестициям в человеческий капитал относятся не только прямые затраты на образование в средних и высших учебных заведениях, самообразование дома, накопление опыта на работе, но также капиталовложения в сфере здравоохранения, образования и науки. Они были бы невозможны, если бы не обеспечивали его обладателю получение более высокого дохода [2].

Таким образом, человеческий капитал рассматривается как запас, который может накапливаться и быть источником более высокого, в том числе национального, дохода в будущем. Однако накопленный человеческий капитал представляет собой лишь потенциальный фактор, предпосылку будущего экономического роста, источником развития он становится лишь тогда, когда может производительно использоваться. Это означает, что такая инновация, как «инвестиции в человеческий капитал», не может существовать изолированно от инвестиций в науку и сферу НИОКР, в нематериальные активы, в управление и в основной капитал.

Таким образом, в рамках расширения существующей парадигмы инвестиций мы выдвигаем тезис об адаптации инвестиций и инноваций, которая обеспечивает гомеостазис (устойчивость) любой экономической системы (агента) и повышает конкурентоспособность.

Методологической основой данного утверждения послужили теоретические положения американского экономиста Майкла Портера, посвященные вопросам влияния инновации и инвестиций на формирование конкурентных преимуществ и экономического роста. Портер, как известно, выделил четыре стадии конкурентоспособности национальной экономики, основанные на «факторах производства, инвестициях, инновациях и богатстве». Если три первые стадии, по его мнению, обеспечивают экономический рост, то последняя, стимулом развития которой является повышение благосостояния, предусматривает спад. Каждая из указанных стадий характеризуется специфическим механизмом управления инвестициями и инновациями и экономикой в целом. На первой стадии господствуют простые технологии, а прогрессивные, как правило, соз-

даются за рубежом, более современные технологии и виды продукции появляются благодаря копированию зарубежных и пассивному инвестированию строительства заводов «под ключ».

На второй части тезиса остановимся подробнее. В известной нам литературе инновационная и инвестиционная деятельность чаще всего рассматриваются отдельно, как самостоятельные и сложные явления. Не оспаривая этот подход к исследованию экономики, можно предположить, что основным типом роста является экстенсивный, неинновационный по своему характеру экономический рост. Стадия инвестиций, считает Портер, наступает тогда, когда экономика становится способной к активному инвестированию, деньги вкладываются в покупку технологических лицензий, современное эффективное оборудование, при этом всемерно улучшаются иностранная техника и технология. Рост объема инвестиций приводит к созданию новых факторов производства и развитию современной инфраструктуры, увеличивается число технически ориентированного персонала и повышается квалификация работников. Национальная экономика, таким образом, на этой стадии способна воспринять и улучшить зарубежную технологию, что способствует формированию ее конкурентных преимуществ. В связи с этим мы полагаем, что экономический рост такой экономики, имея в принципе еще мобилизационный характер, начинает проявлять инновационный оттенок. На стадии нововведений, продолжает Портер, национальная экономика не только способна модернизировать иностранную технологию, но и активно создавать собственную.

Развиваются не только капиталоемкие отрасли, но также сопряженные и родственные, усиливающие вертикальную и горизонтальную интеграцию на базе инвестиций в собственные инновации. Как нам представляется, именно на стадии нововведений экономический рост, вызванный эндогенным научно-техническим прогрессом, будет истинно инновационным по своему характеру и усиливающим конкурентные преимущества национальной экономики на мировом рынке.

Исследуя причины больших циклов экономической конъюнктуры, Н. Д. Кондратьев обратил внимание на то, что «в течение примерно двух десятилетий перед началом повышательной волны большого цикла наблюдается оживление в сфере технических изобретений. Перед началом и в самом начале повышательной волны наблюдается широкое применение этих изобретений в сфере промышленной практики, связанное с реорганизацией производственных отношений». Иначе говоря, Н. Д. Кондратьев устанавливает связь между циклами экономической конъюнктуры и нововведениями. Но далее он отмечает, что научно-технические изобретения могут остаться незадействованными, если не будет хо-

зайственных возможностей их применения. Ясно, что повышательная волна связана с обновлением и расширением основных капитальных благ, замечает Кондратьев, однако это «предполагает огромные затраты капитала». Из чего можно заключить, что между инновациями и инвестициями в фазе роста существует непосредственная связь. Далее Н. Д. Кондратьев перечисляет предпосылки, необходимые для осуществления активного инвестирования в нововведения, которые актуальны и в наше время. Это «накопление капитала значительных размеров»; «продолжение процесса накопления «таким темпом, чтобы его кривая шла выше, чем кривая текущего инвестирования»; «концентрация капитала в распоряжении мощных предпринимательских центров, как система кредита и фондовая биржа»; «относительно малая степень связанности капитала, обилие «свободного» капитала и, следовательно, его дешевизна».

Итак, на основании вышеизложенного мы предполагаем о наличии детерминированной связи между инвестициями, инновациями и экономическим ростом, который, согласно Кондратьеву, в долгосрочном периоде вызывается инвестициями в нововведения. Однако следует вспомнить теорию предельной производительности Дж. Б. Кларка, в соответствии с которой по мере насыщения нововведениями наступает снижение предельной производительности инвестиций в инновации, и тогда может возникнуть нарушение экономического равновесия. Идея о неравномерности экономического роста и нововведениях как факторе этой неравномерности принадлежит И. Шумпетеру. Согласно ей нововведение нарушает экономическое равновесие, которое восстанавливается на новом уровне под воздействием конкуренции.

Инновации, в понимании И. Шумпетера, это «новые комбинации» использования ресурсов. Однако для того, чтобы иметь возможность осуществлять «новые комбинации», предпринимателю (он стоит в центре исследования) нужны не только определенные способности и энергия, ему необходима также «покупательная сила», или инвестиции. Как считает И. Шумпетер, важной особенностью становления каждой «новой комбинации» является то, что она «должна забрать необходимые ей средства производства из той или иной старой комбинации». Поэтому у него экономическое развитие происходит за счет не только увеличения национальных запасов средств производства, но и перераспределения средств производства, принадлежащих «старым комбинациям», в пользу новых. Однако, по мнению И. Шумпетера, новые комбинации появляются дискретно и в большом количестве, чем и объясняются основные черты периода подъема.

То есть, следуя шумпетерской теории, мы можем заключить, что инвестиции в инновации, имеющие дискретный характер появления, слу-

жат причиной неравномерности экономического роста. Подтверждением справедливости положений И. Шумпетера является состояние развития российских депрессивных территорий, в которых наблюдается неравномерность экономического роста, обусловленная тем, что инвестиции в нововведения носят дискретный характер. Кроме того, появляющиеся кластеры новых комбинаций в структуре региональной экономики (например, отрасли, оказывающие услуги) пока существуют со старыми комбинациями (например, текстильной отраслью), забирая ресурсы из них также неравномерно.

На основе адаптации инвестиций и инноваций и наличия их связи с фазой подъема считаем возможным выделение такого типа экономического роста, как инновационно-инвестиционный. С позиций институционализма любой тип роста, как известно, определяется институтами, господствующими в обществе. В основе исследуемого типа экономического роста, на наш взгляд, могут присутствовать институты двух видов, сформированных под влиянием экзогенных и эндогенных факторов. Первый – это институт адаптации нововведения к экономике, способствующий появлению адаптированной рутины, которая влияет на поведение инвестора таким образом, что он с целью извлечения прибыли приобретает и внедряет в производство нововведения, созданные кем-то (например, за рубежом). Этот вид инновационно-инвестиционного роста является мобилизационным и экзогенным по своему характеру, поскольку нововведения привнесены извне, и реализуется на основе инвестиций в приобретение лицензий и патентов, прежде всего продуктовых инноваций как наименее рискованных. Для этого вида экономического роста характерным является также инвестирование в приобретение более совершенного оборудования и технологий за рубежом.

Второй вид инновационно-инвестиционного роста основывается на базе института адаптации экономики к нововведению, который предполагает формирование инновационной модели поведения в экономике и обществе. В соответствии с этим видом экономического роста, эндогенным по своему характеру и истинно инновационным, ставка делается на разработку и внедрение собственных инноваций, в силу чего наука и сфера НИОКР становятся точками экономического роста. Поэтому основными направлениями инвестирования выступают финансирование научных разработок, обновление материальной базы научных, проектных, исследовательских и др. структур, вложения в человеческий капитал.

Этот вид экономического роста также сопряжен с инвестициями в кластеры базисных инноваций, которые можно подразделить на технологические (образуют новые отрасли и новые рынки) и нетехнологические (изменения в управлении, культуре, общественных услугах). Базис-

ные инновации требуют наибольших инвестиций, процесс их разработки растянут во времени, а коммерциализация их приводит к появлению новых технологических укладов.

На низкую склонность к риску и нежелание предпринимателей финансировать рискованные инвестиционные проекты во время депрессии обратил внимание А. Кляйнкнехт. Он показал, что во время депрессии стратегия максимизации прибыли сменяется стратегией минимизации потерь и неопределенности. Поэтому наиболее предпочтительным становится инвестирование в продукты новые нововведения. Известны концепции С. Фримена о смене технико-экономических парадигм и С. Ю. Глазьева об эволюции технологических укладов, которые определяют закономерности долгосрочного развития экономики с учетом структурных изменений. Что касается России, то мы разделяем позицию С. Ю. Глазьева, состоящую в том, что в стране невозможен вид роста, основанный на адаптации экономики к нововведениям, не сопровождающимся структурными изменениями. Как считает Г. Менш, поскольку кластеры базисных инноваций образуются на стадии депрессии длинной волны, то это означает, что экономика в этот период оказывается структурно готовой к экономическому росту. Исходя из этого мы делаем предположение, что переход российской экономики в целом (и по мере появления предпосылок в депрессивных регионах) к эндогенному инновационно-инвестиционному типу роста позволит преодолеть «модель догоняющего развития» и перейти к модернизации экономики на базе развития

приоритетных отечественных инновационных точек поста и сохранения «собственной идентичности». Тогда можно говорить о прорыве российской экономики и достойном месте в мировом сообществе.

Что касается слабо развивающихся территорий РФ, то в них отчетливо проявляются признаки экзогенного вида инновационно-инвестиционного роста. С одной стороны, имеет место массовое инвестирование в продуктовые инновации, особенно на предприятиях пищевой промышленности, использующих, как правило, зарубежные разработки. Но, с другой стороны, развитие получают новые рынки, но опять же использующие зарубежные технологии, далеко не всегда самые совершенные и новые. Примером может служить развитие рынка средств связи и коммуникаций, рынка ценных бумаг, рынка недвижимости, расширение рынка платных услуг в образовании, здравоохранении и др. Конечно, пример – это не доказательство, но предположение о том, что фрагментарно проявляется эндогенный тип инновационно-инвестиционного роста, мы все-таки можем сделать.

Таким образом, введение инновационно-инвестиционного климата в качестве источника институциональных изменений в плоскость исследования проблемы взаимосвязи экономического роста и инвестиций дополняет и подтверждает справедливость теоретических положений, сформулированных в рамках воспроизводственного подхода.

Список литературы

1. Корчагин П. В. Теория и практика модернизации региональной экономики // Вестник СамГУПС. – 2010. – № 4. – С. 128-132.
2. Корчагин П.В. Тенденции и закономерности условий функционирования региональных социально-экономических систем / П. В. Корчагин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Самарский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. С. П. Королева». - Самара, 2009.

E. V. Bashmachnikova*

**Bashmachnikova Elena, Doctor of Economics, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti kaf_eio@tolgas.ru*

FORMATION OF INNOVATIVE INVESTMENT CLIMATE OF RF

Keywords: innovative investment climate, business environment, investment, innovation, economic development, economic growth, securities market.

The study of innovation and investment climate becomes extremely relevant in connection with the problems of economic growth, as well as the process of world economy globalization and Russia's intention to take its rightful place in the world community. The work features some fundamental judgments concerning these issues.

© Башмачникова Е. В., 2014

УДК 87.17.03

М. В. Пыршева*

**Пыршева Марина Валерьевна, кандидат биологических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_se@tolgas.ru*

ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ КЛИМАТА И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Ключевые слова: Киотский протокол, углеродные рынки, изменение климата, торговля квотами, климатическое регулирование, климатическая система, технологии «двойного дивиденда».

Глобальные изменения климата стали актуальной проблемой современности. Воздействие этих изменений на мировую экономику становится все более очевидным и требует приложения определенных усилий со стороны международного сообщества с целью предупреждения их негативных последствий.

Проблемы изменений климата планетарного масштаба стали элементом новой реальности, к которой приходится приспосабливаться всему человечеству и мировой хозяйственной системе. Перспективы развития многих отраслей мировой экономики (сельского хозяйства, энергетики, строительства, транспорта) зависят от дальнейших изменений в глобальной климатической системе. Международные переговоры по этой проблеме стали ареной борьбы, определяющей расстановку сил в мире на ближайшие десятилетия.

В большинстве случаев глобальные изменения климата трактуются с точки зрения глобального потепления, так как за последние 100 лет (1906–2005 гг.), по сведениям четвертого оценочного доклада IPCC, температура на планете поднялась на 0,74°C. Но в планетарной климатической системе наблюдаются и другие изменения: меняются ее химический состав и прозрачность, возрастает количество погодных аномалий, трансформируются агроклиматические характеристики местности и т. д.

Дискуссии о причинах таких сдвигов не прекращаются в научных кругах до настоящего времени. Существующие научные гипотезы в качестве основных причин выдвигают антропогенный фактор и связывают существующие климатические изменения с выбросами парниковых газов. Приверженцы этой теории выступают за сокращение выбросов таких газов с целью стабилизации планетарной климатической системы. В соответствии с другой гипотезой происходящие изменения не связывают с деятельностью человека, их трактуют как результат действия естественных природных процессов.

Противоборство приверженцев существующих теорий остается достаточно острым, в то же время является очевидным тот факт, что климатическая система слишком сложна, чтобы характеризовать ее изменения столь однозначно.

В международном климатическом регулировании доминирующее положение получила точка зрения о приоритетности антропогенного влияния на климат, поэтому основные междуна-

родные соглашения (Рамочная конвенция ООН по изменению климата, Киотский протокол, Посткиотское соглашение) базируются на мерах по снижению антропогенного воздействия.

Несмотря на то что причины климатических сдвигов до конца не ясны, в прогнозах относительно их возможных последствий недостатка нет, но преподнесение результатов этих прогнозов осуществляется неоднозначно. Как правило, разработки прогнозов, учитывающие сложность климатической системы, указывают на высокую степень неопределенности в сформированных ими моделях. Журналисты, лоббисты и другие популяризаторы упрощают ситуацию, не делая поправок на неопределенность будущих сценариев развития событий [1].

Результатом является широкий разброс различных сценариев относительно последствий климатических изменений, что не позволяет сделать верные выводы о реальной картине происходящего. Вероятные тенденции будущего ученые ограничивают характеристикой основных направлений возможного воздействия климатических изменений на социоэколого-экономическую систему.

Прогнозируется значительное воздействие на развитие отраслей сельского хозяйства мира. Так, при подъеме температуры на 3°C в высоких широтах продуктивность сельскохозяйственных угодий будет увеличиваться, но при дальнейшем потеплении она будет снижаться. В низких широтах даже при небольшом увеличении температуры урожаи будут падать. Вследствие глобального потепления изменится гидрологический режим, увеличится частота экстремальных погодных явлений, что также негативно скажется на развитии сельскохозяйственного производства. По данным Л. Брауна, являющегося наиболее авторитетным экономистом, занимающегося проблемами окружающей среды, повышение температуры всего на 1°C приведет к среднемировому сокращению урожайности на 10% таких важных сельскохозяйственных культур, как пшеница, рис, кукуруза [2].

В результате таяния ледников планеты и подъема уровня океана, а также роста числа ураганов, наводнений и других стихийных бедствий создается угроза жизни человека и его хозяйственной деятельности. Наиболее уязвимыми окажутся островные государства, которые могут уйти под воду (Мальдивы, Тувалу), и прибрежные материковые страны, расположенные на низменных территориях, например Нидерланды, Бангладеш и др., затопление дельт крупных рек Восточной Азии может иметь катастрофические последствия в связи с тем, что здесь сосредоточена значительная часть мировых посевов риса.

Повышение температуры и рост природных катаклизмов на планете могут негативно сказаться на здоровье ее жителей. В результате происходящих процессов значительно увеличится заболеваемость и смертность населения в связи со сложностью приспособления организма человека к новым погодным условиям и недополучением в ряде регионов продукции сельскохозяйственного производства.

Одновременно глобальное потепление окажет позитивное воздействие на здоровье и жизнедеятельность населения высоких широт в связи со смягчением климата территории в зимний период. Негативный эффект от потепления может быть связан с ростом заболеваемости в результате расширения ареалов некоторых тропических заболеваний (лихорадки денге, малярии, желтой лихорадки). В беднейших странах, имеющих незначительные возможности для профилактики этих болезней, вероятность заражения ими сильно возрастает и к 2080 году достигнет 200 млн человек.

Изменения климата, несомненно, приведут к дефициту питьевой воды в условиях существующего экономического и демографического роста. По некоторым прогнозам, к 2030 году недостаток водных ресурсов почувствуют 3,9 млрд человек, а к 2050 году 2/3 населения планеты. Особенно остро проблема дефицита проявит себя в Средиземноморье, на юге Африки, западе США, северо-востоке Бразилии.

Климатические сдвиги могут повлиять на функционирование многих экосистем. Произойдут значительные изменения в их структуре и географическом распространении. Сильно пострадает биота планеты. Так, по данным IPCC, при повышении среднегодовой температуры на 1,5-2,5°C на Земле могут исчезнуть от 20 до 30% видов животных и растений.

Последствия климатических изменений будут проявляться сильнее по мере их накопления. Некоторые из них уже наблюдаются в различных регионах мира, в том числе в России. Примером может служить рост количества гидрометеорологических природных катаклизмов; расширение ареалов обитания некоторых паразитов, в том числе энцефалитного клеща, являющегося раз-

носчиком такого заболевания, как клещевой энцефалит; увеличение негативного воздействия высоких температур на здоровье населения и т. д. [3].

Также существуют оценки экономического ущерба от глобальных климатических сдвигов, все они очень сильно различаются своими результатами. Например, согласно методам Нордхауза, ущерб от потепления может достичь 1-1,5% мирового ВВП при подъеме температуры на 1-2°C, в модели Мендельсона такое изменение приведет к незначительному увеличению ВВП.

Несмотря на большую разницу имеющихся оценок, можно сделать некоторые общие выводы относительно экономического ущерба от происходящих климатических изменений:

- во-первых, установлен верхний предельно допустимый уровень потепления, который человечество не должно перешагнуть. Он предполагает повышение температуры на 2°C по сравнению с доиндустриальным периодом развития;

- во-вторых, общепризнанным является тот факт, что ущерб от изменений климата будет различен в отдельных странах и регионах мира. Максимальные значения будут наблюдаться в низких широтах. Так, для государств Африки он составит 4,1% ВВП при потеплении на 2,5°C.

Исходя из круга описанных проблем становится очевидной необходимость принятия международным сообществом конкретных мер, направленных на противодействие климатическим изменениям. Возникла потребность в их международном регулировании. Но пока мировое сообщество не может решить проблему эффективного противодействия наступающим угрозам, так как для этого требуются крупные финансовые вложения. Для решения столь сложной задачи были разработаны технологии «двойного дивиденда», позволяющие наряду с экологическими получить некоторые экономические выгоды от их использования. В основе этих технологий лежит торговля квотами на выбросы загрязняющих веществ. На их основе десятью штатами северо-востока и востока США была разработана Региональная Инициатива в области парниковых газов. Ее основной целью является сокращение их выбросов к 2018 году на 10%. Сейчас около 1000 американских городов числятся в Союзе муниципалитетов по защите климата.

Технологии «двойного дивиденда» стали основой антикризисного плана США, принятого Администрацией Барака Обамы в 2009 году. Уже в первом блоке его мероприятий планировалось создание чистой, эффективной американской энергетики. Идея использования чистых технологий в энергетике получила широкое распространение в других странах. Если в США только 2% расходов антикризисной программы предназначались для «зеленого» сектора (отраслей, сокращающих выбросы парниковых газов), то в

Южной Корее доля таких расходов составила 81%, во Франции – 23%, в Китае – 38%.

Технологии «двойного дивиденда» являются основными двигателями международного климатического регулирования.

Инвестирование в «зеленые технологии» – это технологическое лидерство в будущей перспективе, возможность повышения конкурентоспособности и эффективности экономики, например, за счет перехода к использованию энергосберегающих технологий и снижения зависимости энергетики от ископаемого топлива.

Поскольку участие компаний различных стран в использовании «зеленых» технологий объясняется их желанием получать определенные преимущества, а не обеспокоенностью за изменения климата планеты, то проблема удержания роста температуры атмосферы в допустимых пределах вряд ли будет решена в ближайшее время. Ни одно из достигнутых международных соглашений по проблемам современных климатических изменений не дает четкого представления о возможности решения столь сложной задачи.

Так, исключительно символическое значение имеет Киотский протокол, ставивший своей целью сокращение выбросов парниковых газов развитыми странами на 5% к 2012 году по сравнению с 1990-м. Он не был ратифицирован главным на этот момент поставщиком этих газов – США. Провальными оказались Копенгагенская конвенция (2009г.) и конференция в г. Канкуне (Мексика), организованная в 2010 году. Страны-участницы по-прежнему отстаивали свои тактические и стратегические интересы, и никаких компромиссных решений достигнуто не было. Тем не менее обнадеживающие решения некоторых посткиотских соглашений позволяли применять в международном климатическом регулировании с 2001 года рыночные методы. Среди них важное место занимает торговля квотами на выброс парниковых газов. Это позволяет странам, поставляющим в окружающую среду большое количество загрязняющих веществ, покупать квоты на выброс у других стран, не выбравших свою квоту. Начал формироваться «углеродный» рынок, объем которого в 2012 году достиг 144 млрд долларов

Основной сегмент этого рынка приходится на Европейскую систему торговли квотами на выбросы парниковых газов, который охватывает 45% суммарных выбросов ЕС. Подобные механизмы используются в Японии, США, Новой Зеландии, Австралии. Излишек своих прав на выбросы широко реализуют страны Балтики, Польша, Украина, Чехия [4]. Потенциал продажи прав на выбросы России оценивается в 5-6 млрд

т, но страна слабо реализует свои возможности из-за сложностей создания необходимой организационной базы. Начиная с 2005 г. торговлю климатическими фьючерсами осуществляют Чикагская климатическая биржа, Гонконгская и Новозеландская фондовые биржи, а также Нью-Йоркская и Индийская товарные биржи. Кроме механизмов рыночного регулирования, как ранее было уже отмечено, в климатическом регулировании используют систему межправительственного регулирования по линии ООН, дополненную правительственным регулированием на национальном уровне.

К огромному сожалению, эта система работает крайне неэффективно, поскольку проводимые международные конференции и саммиты по климатическим проблемам не принесли желаемых результатов и тех договоренностей между правительствами стран-участниц, которые позволили бы разработать такие меры и такую климатическую политику, в результате осуществления которых удалось бы успешно противодействовать современным климатическим изменениям.

Если раньше климатическая политика была направлена на разработку мер по противодействию изменениям климата, то сейчас в приоритете адапционные меры, и создание Адапционного комитета в Канкуне является подтверждением вышесказанного. Адапционный комитет – это первый масштабный механизм ООН, цель которого состоит в разработке мер, направленных на приспособление общества к климатическим изменениям в перспективе.

Переход к адапционным мероприятиям еще более отдаляет мировое сообщество от решения климатических проблем, так как в данном случае объектом регулирования выступает не сам климат, являющийся общественным благом, а элементы общественного устройства, на которые он воздействует. Эти элементы рассматриваются как частные блага и находятся в компетенции правительств отдельных государств. В результате ведущие страны сосредоточатся на регулировании внутри своих границ и будут проводить климатическую политику по собственным правилам, дистанцируясь от международных соглашений. Но поскольку проблема носит глобальный характер, для ее решения необходимы международное сотрудничество и согласованная политика всех государств. Сосредоточение усилий мирового сообщества в этом направлении является необходимым условием для реализации планов по предотвращению негативного воздействия наступающих климатических изменений.

Список литературы

1. Порфирьев Б. Н. Экономика климатических изменений. – М., 2008. – С. 35.
2. Браун Л. Как избежать климатических катастроф? План Б 4.0: Спасение цивилизации. – М., 2010. – С. 91.

3. Оценочный доклад об изменениях климата и их последствиях на территории Российской Федерации. Общее резюме. Росгидромет. – М., 2011.
4. Юлкин М. А. Плюсы углеродного рынка // Независимая газета. – 2012. – 14 февраля.

M. V. Pyrsheva*

**Pyrsheva Marina, PhD in Biology, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_se@tolgas.ru*

GLOBAL CLIMATE CHANGES AND THE WORLD ECONOMY

Keywords: Kyoto Protocol, carbon markets, climate change, quota trading, climate control, climate system, «double dividend» technology.

Global climate change has become an urgent problem of our time. Impact of these changes on the global economy is becoming more and more evident and requires certain efforts of the international community to prevent their negative consequences.

© Пыршева М. В., 2014

УДК 332.012.2

Н. Н. Шестакова***Шестакова Наталья Николаевна, кандидат технических наук, доцент**Институт проблем региональной экономики Российской академии наук, г. Санкт-Петербург
nnshestakova@gmail.com***М. Б. Скворцова*****Скворцова Маргарита Борисовна, кандидат экономических наук**Институт проблем региональной экономики Российской академии наук, г. Санкт-Петербург
margit07@mail.ru***Л. К. Кузьмина*****Кузьмина Лидия Кузьминична, кандидат философских наук, доцент**Институт проблем региональной экономики Российской академии наук, г. Санкт-Петербург
kuzmina.l@iresras.ru*

ВЛИЯНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Ключевые слова: социальное пространство, человеческий капитал, человеческий капитал молодого поколения, образовательно-воспитательный сегмент социального пространства, социально-трудовые отношения, удовлетворенность трудом.

Рассмотрены проблемы формирования (накопления) человеческого капитала населения вообще и человеческого капитала молодого поколения в частности в плане воздействия на этот процесс трансформации социального пространства. Также исследовано влияние трансформации социального пространства на процесс реализации человеческого капитала в рамках социально-трудовых отношений.

Сегодня все большее число исследователей придерживаются мнения, что ключевым фактором экономического и социального развития общества, ведущей его производительной силой становится не природное или накопленное богатство, а знания и интеллект человека, воплощенные в человеческом капитале [1].

Между тем следует понимать, что формирование человеческого капитала происходит не автономно, в некоем закрытом, обособленном «вакууме»: оно в значительной степени определяется современными ему процессами, протекающими в экономическом и социальном пространстве. Остановимся на некоторых аспектах этого явления.

Как известно из классического подхода, предложенного Т. Шульцем и Г. Беккером, ключевой составляющей человеческого капитала выступает фактор образования. Это подтверждается, в частности, положениями документа «Образование для инновационных обществ в XXI веке»: «Образование, совершенствование профессиональных навыков и генерация новых идей являются залогом развития человеческого капитала и основной движущей силой экономического роста и рыночной эффективности, а также источником сплоченности всех государств» [5]. «Саммит «Группы восьми» утверждает среди основных постулатов своей деятельности необходимость:

- активно сотрудничать в интересах обеспечения высококачественного базового образования, грамотности и гендерного равенства в соот-

ветствии с Целями развития тысячелетия (ЦРТ), связанными с образованием, и задачами программы «Образование для всех» (ОДВ);

- создавать современные, эффективные системы образования, отвечающие требованиям глобального инновационного общества и дающие возможность каждому человеку полноценно в нем участвовать;

- поощрять политику и инвестиции в сфере образования, которые способствуют развитию разнообразных, эффективных, устойчивых и обеспечивающих высококачественное образование высших учебных заведений;

- поощрять непрерывное обучение на основе принципов Хартии Кельнского саммита «Группы восьми» «Цели и задачи обучения в течение всей жизни», с тем чтобы позволить людям адаптироваться к переменам, максимально расширять профессиональные навыки и знания, а также играть активную роль в обществе и в профессиональной карьере;

- сотрудничать с частным сектором в целях расширения сети научных исследований для накопления знаний, стимулирования инноваций и обеспечения быстрого продвижения новых технологий на рынок;

- расширять обмены в научно-технической и других областях на всех уровнях образования и способствовать более глубокому пониманию зарубежных систем квалификаций и результатов обучения;

- содействовать внедрению высоких стандартов, особенно в сфере изучения математики, естественных наук, технических прикладных наук и иностранных языков, на всех уровнях образования и поддерживать привлечение высококвалифицированных преподавателей в эти критически важные области;

- способствовать социально-экономической интеграции иммигрантов в принимающих странах и обществах, используя образование как одно из эффективных средств достижения этой цели».

Обозначим основные факторы образовательно-воспитательного сегмента социального пространства, воздействующие на формирование инновационной экономики и социальное развитие. По нашему мнению, к их числу следует относить:

- факторы, характеризующие развитие собственно системы образования, например уровни (начальное, среднее и высшее профессиональное) полученного/получаемого населением образования;

- факторы, характеризующие развитие научной сферы, в т. ч. и в рамках системы образования;

- факторы, характеризующие трансформацию институциональной среды социального пространства в части ее образовательного и научно-образовательного сегментов;

- факторы, характеризующие трансформационные процессы инфраструктурной составляющей социального пространства в части ее образовательного сегмента;

- факторы, характеризующие ценностные установки бизнеса и населения и, в частности, на участие в инновационной деятельности и восприимчивости к ее результатам;

- факторы, характеризующие показатели финансирования научно-образовательных процессов;

- политика государства в части образования и воспитания молодого поколения и ряд других.

Поясним некоторые из них, обратившись также к некоторым проблемам реализации человеческого капитала в общественном производстве в части мотивации труда и удовлетворенности таковым. Развитие собственно системы образования (по уровням) происходит по целому ряду направлений. Выделим наиболее ключевые.

– Во-первых, это повышение практико-ориентированности образования на всех ступенях обучения посредством введения компетентностного подхода. Представляется, что именно это направление в известной перспективе послужит тем ключом, который позволит преодолеть специфически присущий российской экономике разрыв между генерацией новых идей (к чему российский менталитет, как показывает история, в высшей степени способен) и их воплощением в

<массовую> практику, массовое производство или коммерциализацией [2]. Применительно к категории трудовых ресурсов этот процесс характеризует <адекватность> изменения качественных характеристик таковых.

– Во-вторых, следует говорить об изменении содержания образования. При этом акцентировать внимание нужно скорее не на широте спектра перечня курсов для изучения (в частности, акад. РАО А. М. Новиков отмечал, что за весь XX век в списке изучаемых дисциплин появился только один новый предмет – информатика [2, с. 23]), а на их содержательном наполнении. Последнее должно отражать современные достижения мировой и отечественной научной, технической и гуманитарной мысли, но не сводиться к пересказу устаревших концепций и воззрений. Безусловно, исповедование такого подхода существенно облегчит восхождение детей, юношества и молодежи от одной образовательной ступени к другой, а впоследствии – вступление в реальную экономическую деятельность и адаптацию не только к условиям современной им инновационной экономики, но и выступит предпосылкой ее адекватного восприятия и активного, осознанного участия в таковой.

– Третье направление, на котором следует остановиться, – это изменение форм и методов ведения образовательного процесса: это и реализация принципа признания учащегося/студента в качестве активного субъекта (а не пассивного объекта) образовательного процесса; и повсеместное внедрение интерактивных и дистанционных обучающих средств, методов и методик; и обращение к программным методам обучения (на всех образовательных уровнях); и реализация концепции интеграции образования и научно-исследовательской деятельности в процессе обучения (на ступенях среднего специального, высшего и послевузовского профессионального образования), и многие другие. Вероятно, сюда же следует отнести получающее все более широкое распространение приобщение российской системы образования к мировому образовательному пространству, практикуемое как целыми образовательными структурами, так и отдельными гражданами [4]. Все поименованные позиции не только отражают объективное состояние современной образовательной системы в России, но и представляют собой формы и способы адаптации не только к широкому полю формального и информального образования, но и вырабатывающие навыки и умения ориентироваться в этом поле, что, по сути, также является источником наполнения трудового потенциала как <востребуемых экономикой> наличных и потенциальных трудовых ресурсов необходимыми инновационными качествами.

– И четвертое направление – это реализация принципа непрерывного образования, образования в течение жизни (lifelong education), отражающее скорости поступления <непрерывно обновляемой> информации и потребности современных темпов развития во всех сферах жизнедеятельности, а также раздвигающее возрастные границы получения и поддержания гражданами своего образовательного уровня [4]. В этой связи интересно отметить, что авторитетный отечественный ученый, специалист в области исследования человеческого капитала Р. И. Капелюшников [7] при попытке оценить величину человеческого капитала в Российской Федерации по международной методике (Джоргенсона – Фраумени), используемой в рамках Проекта ОЭСР, среди многочисленных допущений, связанных с адаптацией методики к российским условиям, дает специальную оговорку относительно ограничения возраста (до 41 года) получения образования российскими гражданами. Тем самым, по нашему мнению, он обозначает прямую зависимость между качеством трудовых ресурсов территории и продолжительностью периода получения и поддержания необходимого для соответствующего уровня экономического и социального развития этой территории образовательного уровня проживающего на ней населения.

Между тем известно, что основным, базовым этапом формирования человеческого капитала в части его образованности является период детства – отрочества – юности – молодости. Остановимся на молодежной группе населения более детально.

Очевидно, что для молодежи наличие качественного образования является необходимым условием поиска и получения достойной работы по приобретенной профессии или специальности. В то же время нельзя не признать тот факт, что значительные изменения, которые система общего и профессионального образования претерпела за годы реформ, определенным образом сказались на формировании человеческого капитала молодежи. Это, по нашему мнению, нашло отражение, как минимум, в таких аспектах, как:

- снижение качества образования;
- рост неравенства в доступе к получению образования среди различных социальных групп молодежи;
- несоответствие профессиональной структуры выпускников потребностям рынка труда;
- практически полная потеря системы начального профессионального образования;
- отсутствие в сознании молодежи прямой зависимости между <добросовестным> трудом и зарабатыванием денег (общественной нормой становится возможность безнаказанного получения незаконных доходов);

- возникновение и постепенное расширение частного сектора образования (зачастую предоставляющего невысокий уровень образования);

- отсутствие механизма первичного трудоустройства выпускников;

- низкий уровень доверия работодателей к профессиональной подготовке выпускников и, как следствие, нежелание брать их на работу.

Картина, нарисованная поименованными выше факторами, в известной степени может быть дополнена результатами приема в высшие учебные заведения в 2013 году, по сути, отражающими уже сложившиеся тенденции предыдущих лет:

- высокий интерес абитуриентов к специальностям по профилям «экономика» и «управлением персоналом»;

- низкая востребованность инженерно-технологических направлений: они не вошли даже в первую десятку интересов абитуриентов;

- минимальная ориентация молодежи на такие направления, как технология и проектирование текстильных изделий, технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств, агроинженерия;

- сохраняющийся дисбаланс в работе региональных вузов в части подготовки/неподготовки специалистов, остро востребованных на региональном рынке труда.

Очевидно, что молодежь можно отнести к особой группе трудовых ресурсов, отличающихся от других групп работников. С одной стороны, они обладают более низкой конкурентоспособностью, изменчивостью профессиональной ориентации и профессиональной неопределенностью; характеризуются зависимостью от социальных выплат, недостаточным наличием/отсутствием трудовых навыков и производственного опыта. С другой стороны, молодые работники располагают максимальной продолжительностью периода предстоящей трудоспособности, более высокой восприимчивостью к инновациям, способны к значительной выносливости и интенсивности труда, равно как и высокой профессиональной и географической мобильности.

Рабочая сила, состоящая из молодежи, характеризуется на сегодняшний день высоким уровнем образования. При условии, что в службах занятости большое количество составляют вакансии по рабочим специальностям, наличие складывающийся дисбаланс. Спрос рынка труда не соответствует существующим предложениям. Результатом данного процесса может оказаться: во-первых, падение отдачи от высшего образования, во-вторых, в ближайшие годы часть дипломированной молодежи будет занимать рабочие места, не соответствующие их статусу (малоквалифицированные), в-третьих, службы занятости будут заниматься переобучением части безра-

ботной молодежи наиболее востребованным специальностям.

Говоря о формировании человеческого капитала молодежи, следует отметить и занятость молодежи в неформальной экономике. Рассматриваемая социальная группа более склонна к неформальной занятости, здесь сказываются низкий уровень образования, трудности устроиться без опыта работы, сложность совмещать учебу и полную занятость. Неформальная занятость, с одной стороны, способствует вхождению молодежи в состав рабочей силы, выступая альтернативой безработице и экономической неактивности, повышает мобильность рабочей силы, сдерживает падение уровня жизни данной категории населения. С другой – нерегулярный характер занятости, правовая незащищенность, широкое распространение правонарушений (уход от налогообложения, работа без лицензии и т. п.) негативно влияют на трудовой менталитет неформально занятой молодежи. Неформальный сектор, обеспечивавший в период кризисного развития экономики сравнительно высокий уровень доходов, стимулирует отток квалифицированной рабочей силы из формального сектора экономики в сферы деятельности, где не требуется высокий уровень профессиональной подготовки (розничная торговля, услуги населению по строительству, ремонту и т. п.). Это отрицательно сказалось как на положении отраслей, испытывающих «утечку умов», так и на профессионально-квалификационном уровне неформально занятых.

При формировании и развитии инновационной составляющей человеческого капитала молодежи определяющую роль играет мотивация труда, которая должна соответствовать новым требованиям инновационной экономики. Формирование эффективной системы мотивации возможно на основе принципов надежности, безопасности (физической, правовой, социальной), нацеленности на результат, справедливости вознаграждения, самореализации, обратной связи.

В целом же следует понимать, что произошедшие в последние десятилетия изменения социально-экономической системы привели к радикальной трансформации условий протекания мотивационных процессов. В частности, работодатели в своей практике стали в большей степени ориентироваться на стратегию принуждения, используя сильный для современного этапа отрицательный мотив – возможность увольнения и безработицы. Подобная модель мотивации формирует отношение к работе как средству получения материальных благ и задействует лишь нижние уровни мотивации, не учитывая потенциальных возможностей ориентации на инновационно-новаторскую инициативу и ответственность за судьбу страны, являющихся эталонными проявлениями трудовой и гражданской активности.

В то же время в мировой практике сложилось устойчивое понимание того очевидного факта, что успеха в общественном и прежде всего в социально-экономическом развитии могут добиться и добиваются лишь те страны, где инициативность и новаторские способности каждого жителя используются в интересах развития и повышения качества жизни.

В этой связи особое значение приобретают психологические предпосылки, субъективные факторы, психологическая готовность к работе в новых условиях. Следует помнить о психологических последствиях трансформаций, которые состоят не только в изменениях экономического сознания, но и экономического поведения.

Отношения к преобразованиям, эмоциональная реакция на перемены связаны с последствиями и для социального статуса, материального положения: часть населения, занимающаяся высококвалифицированным трудом и востребованная на рынке труда, может найти себя в новой экономике: она демонстрирует оптимистический подъем в связи с перспективами профессионального роста, престижа, достатка, удовлетворение от возможности проявить инициативу и т. п.

Другая часть населения, к которой относятся работники средней и низкой квалификации, без специального образования или рабочие устаревших отраслей и производств, оказавшиеся невостребованными на современных высокотехнологичных производствах, испытывает психологический дискомфорт, апатию, уныние, безнадежность, собственное бессилие в настоящем, потерю позитивной перспективы, отчуждение, агрессивность и т. п.

Отношение людей к работе эмоционально окрашено. Оценки зависят в значительной степени от состояния рынка труда, в частности занятости (безработица, время поиска работы, возможность трудоустройства и т. п.), от демографических, психологических, культурологических особенностей, урбанизированности, обычаев, нравов, традиций, а также характера и содержания труда. Так, занятые высокооплачиваемым трудом дают более высокие оценки удовлетворенности, чем неквалифицированные и низкооплачиваемые работники. Подтверждают это и новейшие исследования ученых Лондонской школы экономики, согласно которым производительность труда в значительной степени зависит от позитивных эмоций: у работников в хорошем настроении она на 10-12% выше, они дольше сохраняют работоспособность и меньше болеют. В свое время советская пропаганда активно эксплуатировала эту идею [10].

В целом, как показывают результаты социологических исследований, важнейшими факторами удовлетворенности трудом являются:

- оплата труда;
- карьера (возможность карьерного роста);

- психологический климат (отношения в коллективе, взаимодействия);
- отношения с руководством;
- характер и содержание труда;
- престижность организации;
- работа в целом;
- условия труда на рабочем месте;
- уровень конфликтности;
- безопасность труда;
- график работы.

К факторам удовлетворенности трудом относятся и «факторы-мотиваторы»: достижимость, признание, интерес к работе.

В то же время применительно к молодым работникам (а речь в приводимом примере идет о молодых специалистах предприятий железнодорожного транспорта) оценочная ситуация может несколько изменяться (табл. 1).

Таблица 1

**Степень удовлетворенности <молодых> работников
различными сторонами профессиональной деятельности, %**

Показатель	Удовлетворен	В среднем удовлетворен	Не удовлетворен
Оплата труда	36	22	42
График работы	56	32	12
Отношения с коллегами	90	8	2
Условия труда на рабочем месте	50	30	20
Отношения с непосредственным руководителем	77	17	6
Отношения с руководством предприятия	76	20	4
Перспективы профессионального роста	40	35	25
Работа в целом	62	33	5

Источник: [8]

Как видно из табл. 1, первые места в рейтинге факторов удовлетворенности <молодежь своей> профессиональной деятельностью занимают отношения с коллегами, с непосредственным руководителем, с руководством предприятия. Самые же низкие оценки получили такие позиции, как оплата труда, перспективы профессионального роста, условия труда. Все перечисленные факторы являются по своей сути управляемыми, что предопределяет возможность соответствующего регулирования отношений в сфере труда.

В то же время для снижения психологического дискомфорта важно реалистическое осознание неизбежности продолжительного и непростого процесса перемен, что вызывает необходимость не только приспосабливаться к нововведениям, но, и это самое главное, искать и находить свое место и определить свою роль в новых условиях. Результатом этого становится формирование готовности работников участвовать в необходимых видах деятельности, сопряженное, в свою очередь, со снижением притязаний и ожиданий, соотнесение их с реальностью. Это определенный этап не только вхождения в новые условия жизнедеятельности, но и реалистического сознания и поведения.

Проводимые социологами замеры общественного мнения по довольно широкому кругу проблем, затрагивающих интересы всего общества, позволяют осуществлять комплексный анализ динамики социальных процессов и, в частности, касающихся изменения различных индикаторов социальных оценок поведения людей, а также ожиданий от происходящих трансформаций.

Комплекс взаимосвязанных динамических оценок позволяет получить картину социального самочувствия, отражающую состояние и динамику социальных настроений, оказывающих существенное влияние на сферу труда, а также определить перспективные представления респондентов о возможном развитии событий в личной, трудовой и общественной жизни страны.

Так, положительная динамика индекса ожиданий является выражением роста социального оптимизма, что приводит к созданию устойчивого позитивного настроения на будущее, связанное с трудом. Позитивные или негативные ожидания формируют социальный оптимизм, что позволяет оценить отношение населения к осуществляемым трансформациям. Однако нерешенность растущих проблем во всех основных сферах жизнедеятельности населения (образование, здравоохранение, жилье, пенсионное обеспечение, охрана правопорядка и т. п.) значительно снижает уровень социального оптимизма, который среди прочих компонентов включает в себя и социально-трудовые отношения.

Совершенствование социально-трудовых отношений в период трансформации социального пространства должно происходить за счет повышения гибкости производства в ответ на изменение внешней среды: переход к новым эффективным методам работы, что, в частности, потребует внедрения новых технологий получения информации о текущих и будущих изменениях среды, а также возможных рисках и издержках, подбора и обучения персонала. Вместе с тем возникает необходимость определения наилучшего (по времени, средствам, ресурсам и т. п.) способа пере-

вода существующих социально-трудовых отношений на иной, оптимальный уровень, отвечающий новым требованиям [9].

Изменения в состоянии общества влияют на развитие социально-трудовых отношений, а последние, в свою очередь, позволяют прогнозировать трансформации в социальном пространстве как ответ на экономические, социальные изменения и реализацию приоритетных национальных проектов.

В целом можно констатировать, что трансформационные процессы, происходящие в последние десятилетия в российском экономическом и социальном пространстве, находят свое отражение в различных сферах и аспектах как

формирования человеческого капитала (в первую очередь человеческого капитала молодого поколения, поскольку формирование такого максимално приходится на молодой возраст), так и в период его последующей реализации в рамках социально-трудовых отношений.

Исследование трансформационных процессов, идущих в социальном пространстве, становится одним из ключевых направлений социально-экономического развития, поскольку, с одной стороны, от содержания этих процессов зависит качество человеческого капитала, с другой стороны – они определяют эффективность формирования трудовых ресурсов, отвечающих потребностям инновационной экономики.

Список литературы

1. Башмачникова Е.В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.
2. Башмачникова Е. В. Проблемы формирования и возможности развития уровневого профессионального образования в современных условиях // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 1 (27). – С. 62-66.
3. Ерохина Л. И. Спектральный анализ: взгляд на подготовку специалистов для сферы сервиса // Экономика и образование сегодня. – 2006. – № 7. – С. 88.
4. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Проблемы формирования научных школ в современных условиях // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2012. – № 22. – С. 196-198.
5. Образование для инновационных обществ в XXI веке. Саммит «Группы восьми» (г. Санкт-Петербург, 16 июля 2006 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/press/news/2753/>
6. Новиков А. М. Инновации в образовании: где грань между прогрессом и модой? В кн. : Образование через всю жизнь: Непрерывное образование в интересах устойчивого развития : материалы 10-й юбилейной междунар. конф. / сост. Н. А. Лобанов ; под науч. ред. Н. А. Лобанова и В. Н. Скворцова ; ЛГУ им. А. С. Пушкина; НИИ соц.-экон. и пед. пробл. непрерыв. образования : в 2 ч. – Вып. 10. – СПб. : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2012. – Ч. 1. – 372 с. – С. 21-27.
7. Капелюшников Р. И. Сколько стоит человеческий капитал России? : препринт WP3/2012/06 Р. И. Капелюшников; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 76 с. – С. 28-29.
8. Васина Л. И., Сергеев С. С. Оценка факторов адаптации молодых специалистов на производстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zdt-magazine.ru/publik/socpol/2005/september-05-09.htm>
9. Корчагин П. В., Яшина А. О. Концептуальные основы формирования творческого потенциала организации в условиях повышения инвестиционной привлекательности региона // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 4 (30). – С. 31-36.
10. <http://issuu.com>

N. N. Shestakova*

**Shestakova Natalya, PhD in Technical science, Associate Professor
of Institute of Regional Economics, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg
nnshestakova@gmail.com*

M. B. Skvortsova*

**Skvortsova Margarita, PhD in Economics
Institute of Regional Economics, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg
margit07@mail.ru*

L. K. Kuzmina*

**Kuzmina Lydia, PhD in Philosophy, Associate Professor
of Institute of Regional Economics, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg
kuzmina.l@iresras.ru*

EFFECTS OF SOCIAL SPACE TRANSFORMATION ON FORMATION OF HUMAN CAPITAL AND SOCIAL AND LABOR RELATIONS

Keywords: social space, human capital, human capital of the younger generation, educational segment of social space, social and labor relations, labor satisfaction.

The article considers the problems of formation (accumulation) of the human capital of the population in general and the human capital of the younger generation in particular in terms of their impact on the process of social space transformation. The authors have also studied the effect of the social space transformation on realization of human capital in social and labor relations.

© Шестакова Н. Н., Скворцова М. Б., Кузьмина Л. К., 2014

УДК 347.642:364

С. Д. Галиуллина*

**Галиуллина Светлана Дмитриевна, доктор исторических наук, доцент
Уфимский государственный университет экономики и сервиса, г. Уфа
galiullinasd@yandex.ru*

Ш. З. Валиев*

**Валиев Шамиль Зуфарович, доктор экономических наук, профессор
Уфимский государственный университет экономики и сервиса, г. Уфа
shzvaliev@mail.ru*

Д. И. Герасимова*

**Герасимова Дарья Игоревна, аспирант
Уфимский государственный университет экономики и сервиса, г. Уфа
gerasimova_89@mail.ru*

Е. А. Сафина*

**Сафина Елена Александровна, аспирант
Уфимский государственный университет экономики и сервиса, г. Уфа
elena_safina2012@mail.ru*

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОПЕЧИТЕЛЬСКОГО ДВИЖЕНИЯ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Ключевые слова: система попечительства в социальной сфере, государственная служба, попечительские советы, благотворительность, целевые фонды, награды и знаки отличия, Уфимская губерния.

К концу 19 века в России накопился огромный опыт управления попечительской и благотворительной деятельностью, который можно использовать в современной России. Анализируются поощрительные меры государственной политики Российской империи. Рассматриваются светские мотивы попечительской деятельности в Уфимской губернии (1865–1917 гг.). Все это способствовало успешному развитию системы попечительской деятельности как в российском государстве в целом, так и в Уфимской губернии в частности. Приведенные материалы, примеры реализации этой деятельности свидетельствуют о высоком уровне развития системы управления этой сферой.

Сегодня, во времена социально-экономических трансформаций в России, требуются активные меры по развитию и структурированию попечительского движения и привлечению благотворительных средств в социальную сферу. В этом плане особую актуальность имеет формирование института попечительства как эффективной формы инновационных социальных технологий [4]. Современная система управления социальной защиты уязвленной части населения: детей, стариков, инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, сирот, вдов, бездомных, беженцев, заключенных и вернувшихся из заключения, лиц с отклоняющимся поведением, – нуждается в поиске новых путей и форм оказания помощи.

Современное попечительство постепенно возрождается на базе негосударственных организаций и учебных заведений. В Гражданском кодексе Российской Федерации от 21 октября 1994 г. в статье 118 указано на право образовательного заведения создавать попечительский совет в форме фонда. То же положение получило развитие в Федеральном законе РФ «Об образовании» от 10 июля 1992 г. № 3266, статья 1 в котором гласила: «Руководство негосударственным образовательным учреждением осуществляет непо-

средственно его учредитель или по его поручению попечительский совет». Однако в новом Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» прорывного характера не прослеживается. В статье 26 «Управление образовательной организацией», п. 4 сказано, что в образовательной организации могут формироваться попечительский совет, управляющий совет, наблюдательный совет и другие коллегиальные органы управления. В отношении государственных учреждений пока происходит накопление опыта по организации и распространению попечительства. Примером деятельности попечительского совета как общественной организации является Ассоциация попечительских советов, созданная в Республике Саха (Якутия).

В Федеральном законе от 12 января 1996 г. «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ в редакции от 10 января 2014 г. заложено многообразие организационно-правовых форм участия общественности. Попечительские советы могут создаваться в виде фондов, автономных некоммерческих организаций (НКО). Сегодня целевые капиталы для НКО в любой из сфер – социальной, образование, культура – могли бы стать действенными инструментами поддержки. Зна-

чительная часть целевых капиталов (частные фонды, корпоративные фонды, фонды местных сообществ, фандрайзинговые фонды, фонды целевых капиталов) зарегистрирована в г. Москве и Санкт-Петербурге, а в регионах их пока не много. Самым популярным направлением поддержки со стороны фондов является сфера образования. Отдельные учреждения сохраняют традиции исторического опыта с желанием возродить попечительское движение в России. Например, в Российском экономическом университете им. Г. В. Плеханова попечительский совет действует с 20 марта 1991 г. В уставных документах попечительского совета употребляется понятие «Почетный попечитель», которое в полной мере выражает дух дореволюционной традиции.

В Российской империи был накоплен богатый опыт функционирования институтов попечительства и благотворительности, позволяющий сегодня использовать уроки прошлого по формированию социальной ответственности бизнеса и усилению участия общественности в помощи социально незащищенным слоям населения. К началу XX в. в Российской империи сложились определенные формы стимулирования попечительского движения и благотворительной деятельности.

Одной из самых прогрессивных российских форм являлось то, что попечительство рассматривалось как государственная служба [1, с. 328]. Попечители, благотворители и меценаты за особые заслуги и отличия могли быть представлены к праву государственной службы с последующим «пожалованием» к чинам-классам и титулам в соответствии с утвержденной еще 24 января 1722 г. Петром I «Табели о рангах всех чинов воинских, статских и придворных, которые в котором классе чины; и которые в одном классе, все имеют по старшинству времени вступления в чин между собою, однако ж Воинские выше прочих, хотя в и старее кто в том классе пожалован был» [2, с. 486] и наградам. Петровская Табель о рангах неоднократно пересматривалась и дополнялась.

Попечители удостаивались права государственной службы и повышения в чинах по различным ведомствам и министерствам. К примеру, по ведомству Императорского человеколюбивого общества предоставлялось право государственной службы «председателю, его товарищам, секретарю и прочим служащим, а также действительным членам, без права на пенсию, с целью большей заинтересованности должностных лиц в деятельности Попечительства» [3]. По Министерству народного просвещения «Попечитель учебного округа два раза в год имел право предоставлять в Комитет о службе чинов гражданского ведомства кандидатуры для представления к наградам за служебные и неслужебные отличия по народному образованию» [5]. Долж-

ность попечителей в губернских городах полагалась в VII классе.

Указом Правительствующего Сената от 25 августа 1859 г. «Высочайше утвержденное Положение о наградах по службе» [6, с. 745] присвоение чинов и права государственной службы за попечительскую и благотворительную деятельность дополнялось системой наград. Они подразделялись следующим образом: «Высочайшее Его Императорского Величества благоволение; ордена; назначение аренд и пожалование земель; подарки от Высочайшего Его Императорского Величества Имени; единовременные денежные выдачи» [6, с. 745].

Именным Высочайшим Указом Александра III, данным Сенату от 27 февраля 1892 г., был учрежден Комитет для рассмотрения представлений к Высочайшим наградам и государственной службе [7, с. 121]. Права на государственную службу для попечителей и благотворителей значительно были дополнены и расширены. Время, проведенное в «частных занятиях в правительственных и общественных установлениях», входило в зачет государственной службы. Одним из важнейших пунктов являлось «предоставление прав государственных служащих лицам, этим правом не пользующимся». Также судимость не стала препятствием к праву государственной службы, наградам и другим преимуществам по службе» [7, с. 121].

Вышеуказанным документом также были регламентированы: пожалование почетного гражданства; выдача денежных наград и награждение почетными кафтанам; присвоение звания личного и потомственного почетного гражданства; награждение орденами и медалями [7, с. 121]. Дополнительно распоряжением Правительства от 11 сентября 1893 г. № 138 был узаконен «Список должностей по государственной гражданской службе, исполнение коих освобождает офицерских и нижних чинов от призыва и запаса в армию» [3].

Пожалование чинов и титулов (14 классов) давало преимущество в виде особой формы обращения: «Ваше благородие». Примером производства в чины в Уфимской губернии может служить перевод из коллежских советников в статские за заслуги в попечительской деятельности и отличную службу члена попечительского совета уфимской гимназии А. М. Кочурова с 1 сентября 1913 г. на основании Высочайшего приказа № 15 от 3 марта 1914 г.

Законом от 25 мая 1899 г. «О служебных правах должностных лиц дворянских пансионеров приютов» попечителям, почетным попечителям и директорам дворянских пансионеров-приютов присваивался V класс по должности, 5-й разряд по шитью на мундире и право на пенсию по учебной службе [8, с. 397].

За особо крупные пожертвования присваивалось высшее сословие – личное и потомственное дворянство, что очень привлекало купцов, мещан. Именно принадлежность к сословию потомственных почетных дворян становилась наиболее престижной в предпринимательской среде. Потомственное почетное дворянство имело большое преимущество перед званием купца – оно было наследственным и поэтому более привлекательным для человека, жаждущего обрести больше личных и имущественных прав.

Потомственное и личное почетное дворянство присваивалось купцам, награжденным орденами или имеющим звание коммерции, мануфактур-советников. В потомственное почетное дворянство соответствующим указом возводилась и семья купца, также давало право поступления на государственную службу с присвоением классного чина. В Уфимской губернии башкирские роды были признаны в дворянстве лишь с изданием 14 мая 1836 г. «Положения о башкирах», по которому было признано «о вхождении башкир в благородное сословие», выслуживших потомственное и личное дворянство по чинам. К примеру, купцы У. И. Абдрезяков, И. А. Карачев, Х. К. Кучербаев, А. У. Узенбаев [9, с. 170]. Крупные предприниматели К. И. Авязеев, Ш. М. Мустафин, Б. И. Акимбетев были отмечены званиями личных дворян в чине XIV класса [9, с. 172].

Использовались государственные экономические рычаги: средства, направленные на благотворительные цели, освобождались от налогов. Согласно Уставу о податях потомственные и личные дворяне, дворяне-башкиры и купцы, владеющие мукомольными мельницами, поташными и конными заводиками, освобождались от уплаты личных податей [10, 11]. С детей классов чиновников «ни казенных, ни общественных повинностей не взимается, кроме служебных обязанностей». Однако с башкир взимался 23-копеечный почтовый сбор. Почетные граждане Уфимской губернии освобождались от рекрутской повинности и «подушного склада».

За особые заслуги в попечительской деятельности государь император объявлял благодарности. В Уфимской губернии 12 марта 1914 г. Высочайше император благоволил объявить личные благодарности по Департаменту народного просвещения № 13590 в адрес попечительских советов и попечителей уфимских уездных и городских училищ. Звучало императорское благоволение так: «Высочайше повелеть соизволил *Благодарить*», что предоставляло право попечителям «убавлять год из сроков, установленных к получению чинов и орденов за выслугу лет» [6, с. 750].

Широко была распространена система орденов, медалей и знаков отличия. Еще император Петр I ввел ордена и медали в государственный ранг. Он особо подчеркивал «...ничто так не

поощряет и не воспламеняет человеческого любочестия и славолубия, как явные знаки и видимое за благодетель воздаяние...характер и публичное возвышение и знаки монаршей милости, отличающие от прочих» [12]. Орденская система неоднократно подвергалась пересмотрам и реформам, однако оставались неизменными обязанности кавалеров орденов: надзор и попечение над воспитательными домами, заведение пристанищ для бедных, попечение и надзор за всеми полезными заведениями для призрения немощных и неимущих; часто и лично осматривать вверенные им заведения и принимать меры к устранению выявленных недостатков.

К почетным наградам относились ордена и медали, которые обеспечивали особые привилегии. За особые заслуги ордена могли получать лица, состоящие и не состоящие на государственной службе. К особым заслугам относились выслуга лет и отличия на попечительской службе, существенные пожертвования. Для получения орденов были установлены особые сроки, постепенность и зависимость от класса занимаемой чиновником должности или пребывания в определенном чине. К примеру, в Уфимской губернии в формах кратких списков и списков к наградам за попечительскую и благотворительную и общепользную деятельность по организациям необходимы были следующие сведения: должность; фамилия; имя; вероисповедание; знаки отличия и по какому учреждению они пожалованы; в чем состоят оказанные отличия; с какого времени; не был ли в штрафах, под следствием или судом; если был, то за что именно, когда и чем дело кончено; когда (число, месяц, год), в каком порядке (за служебные, обыкновенные, выдающиеся, не служебные отличия) была пожалована последняя награда; к чему представляется [8, с. 522].

Согласно действующим наградным законоположениям действовало правило постепенности наград за попечительскую, благотворительную и общепользную деятельность. Порядок очереди пожалования орденами начинался со знака Святого Станислава III степени. В особых случаях император имел право по собственному «благоусмотрению» награждать орденами «не за военные подвиги» [6, с. 752]. Так, Николай II 16 ноября 1904 г. дополнил «Положение Комитета о службе чинов гражданского ведомства и о наградах» правилами: «Почетные граждане и купцы, а равно купеческие братья и сыновья всех гильдий, пожалованные орденом Святой Анны III степени по статуту, могут быть за благотворительную и общепользную деятельность награждаемы: орденом Святого Станислава III степени не ранее как по истечении трех лет после времени оказания заслуги, послужившей основанием к статутскому ордену, и орденом Святого Станислава II степени, помимо такого же ордена III степени лишь в

исключительных случаях, при наличии выдающихся заслуг или особенно крупных пожертвований на общепользные дела и притом не ранее истечения шести лет после совершения подвига, удостоенного статутского награждения» [8, с. 61]. Этому праву удостоились уфимские купцы за значительные пожертвования капиталов на общественно значимые нужды, что значительно повысило статус их обладателей. Наградами за «подвиги человеколюбия и другие неслужебные отличия» являлись ордена Святого Владимира и Святой Анны с грамотами. К примеру, в Уфимской губернии такого ордена был удостоен попечитель уфимской гимназии Петр Марченко. Это давало ему возможность получить личное, впоследствии потомственное дворянство.

В 1914 г. «за усердную и полезную их деятельность по учреждениям Министерства народного просвещения, Всемилостивейше пожалованы медалями с надписью «За усердие» филантропы Уфимской губернии. Золотой шейной на Александровской ленте медалью был награжден член попечительного совета Верхнеуральской женской гимназии мещанин П. Куликов и попечитель Андреевского народного училища Бирского уезда 2-й гильдии купец Д. Герасимов [8, с. 392]. Серебряной шейной на Александровской ленте медалью – попечитель Бирской инородческой учительской школы купец В. Белов [8, с. 392]. Серебряной шейной на Владимирской ленте медалью – почетный блюститель Бирского приходского училища, личный почетный гражданин И. Новиков. Золотой нагрудной на Аннинской ленте медалью – попечительница Стерлитамакской женской гимназии, дворянка Е. Дуракова и почетный блюститель Бирского приходского башкирского училища 2-й гильдии купец И. Новиков [8, с. 393]. Серебряной нагрудной на Станиславской ленте медалью – почетный блюститель Златоустовского городского училища К. Зарубин [8, с. 393]. Серебряной шейной на Станиславской ленте медалью – почетный блюститель Корлыхановского двухклассного училища Златоустовского уезда Ф. Брагин [8, с. 392].

К поощрительной политике попечительской и благотворительной деятельности государства относились также знаки отличия «Статут Знака отличия Беспорочной службы», которые были установлены 22 августа 1827 г. Николаем I. В Уставе о нем сказано: «Знак отличия беспорочной службы, приобретаемый трудами и постоянной нравственностью, никогда не снимается». Устанавливались сроки службы: 15, 20, 25, 30, 35 и 40 лет за «отлично-усердное прохождение службы, украшенной непоколебимой нравственностью». Золотой знак отличия вручался пожизненно, серебряный – во время исполнения попечительской службы. За отличия по службе члены попечительств и общественных организаций награждались медалями.

С 14 октября 1828 г. был учрежден Мариинский знак отличия Беспорочной службы. Он был «установлен в награду лицам женского пола за долговременное рачительное исполнение обязанностей... прослуживших не менее 15 лет». Мариинским знаком отличия беспорочной службы была награждена попечительница Уфимской женской гимназии Мария Дубасова в 1912 г. Мариинский отличительный знак носился на Владимирской ленте: I степени – на левом плече, II степени – на груди. Их получение сопровождалось выдачей годового жалования.

Специальный нагрудный знак двух степеней (золотой и серебряный) был установлен для лиц, содействующих материальными средствами попечительству государыни императрицы Марии Федоровны о глухонемых. На получение золотого знака Попечительства I степени имели право лица, внесшие в кассу попечительства не менее 300 рублей, на серебряный II степени – внесшие одновременно не менее 150 рублей или привлекшие в попечительство не менее 30 членов с взносом по 5 рублей. В Уфимской губернии в 1911–1912 гг. обладателями золотых нагрудных знаков являлись председатель Отдела попечительства государыни императрицы Марии Федоровны о глухонемых епископ Нафанаил, городской голова С. П. Зайков, уфимский предводитель дворянства князь А. А. Кугушев, попечитель училища для глухонемых заштатный протоирей Н. Котельников, помощник попечителя училища Н. А. Заварицкий, крупные жертвователи К. Г. Куфтина (500 рублей), А. В. Амбразанцева (300 рублей). Серебряные нагрудные знаки имели 15 членов попечительского совета.

Награждение дипломами и жетонами в Российской империи было введено в 1915 г. Дипломы, вручавшиеся общественным организациям и учреждениям, имели два разряда. Дипломы первого разряда печатались на «веленовой» бумаге «золотым» шрифтом, второго разряда – на обыкновенной бумаге черным шрифтом.

Попечителям и членам попечительского совета, а также жертвователям, внесшим одновременно не менее 300 рублей вручались жетоны трех разрядов: первого – золотые, второго – серебряные и третьего – бронзовые. Они представляли собой подобие нагрудного значка «...из синего эмалевого щита, на коем помещены накладные инициалы Ее Высочества». Золотой жетон вручался почетным членам общества, членам Совета, служившим в этом звании непрерывно не менее трех лет, и «тем из жертвователей, имеющих серебряные жетоны, которые привлекли 10 других жертвователей с рублевым взносом каждый». Серебряные вручались тем, кто вносил одновременно 10 рублей, бронзовые – «равно служащим в Обществе и другим лицам, оказавшим ему содействие иными способами». В каче-

стве знаков отличия могли быть эмблемы на фуражках и нарукавные повязки.

Имелись также знаки отличия беспорочной службы Красного Креста. Одним из награжденных этим знаком в 1879 г. в Уфимской губернии являлся видный общественный и государственный деятель Н. А. Гурвич. Прослужив 27 лет на государственной службе, он получил чин действительного статского советника IV класса.

Одним из особых знаков отличия, демонстрирующих высокое положение попечителей и усиливающих престиж попечительской деятельности, являлась форменная одежда. Правила ношения ее было законодательно закреплено в Положении о гражданских мундирах от 27 февраля 1834 г. «Не формально-служебные, а поощрительно-наградные» [13, с. 258-263] гражданские Мариинские темно-зеленые мундиры с шестиразрядной системой шитья; вицмундиры, фраки, сюртуки десятиразрядного серебряного шитья Министерства внутренних дел для членов человеколюбивого общества; Министерства народного просвещения для попечителей и попечительниц Оренбургского учебного округа, его образовательных учреждений. Форменная одежда являлась «эффективным средством привлечения благотворителей и жертвователей» [13, с. 258-263].

Важным стимулом для попечительской деятельности являлось осознание того, что государство не прекратит заботу о них в пенсионный период. С этой целью в Общем Уставе о пенсиях и единовременных пособиях по гражданским ведомствам от 6 декабря 1827 г. имелись отдельные главы для служащих в попечительских и благотворительных организациях.

Чины Попечительного о бедных комитета, которые при назначении на должности по штату Совета и центральных установлений императорского Человеколюбивого общества 12 июня 1900 г. имели право получать пенсионные права, им зачитывалось время их прежней службы в классных должностях в выслугу на пенсию, с вычетом в пенсионный капитал [14, с. 188]. В разделе «О пенсиях и единовременных пособиях по отдельным должностям учебной службы Министерства Народного Просвещения» попечителю Оренбургского учебного округа предоставлялись права на пенсию «по правилам, постановленным для служащих по учебной части Министерства Народного Просвещения, считая в этом случае и время состояния в должности Попечителя учебною службою и принимая в расчет полный оклад пенсий в две тысячи рублей» [14, с. 223].

Священникам общины сестер милосердия Святого Георгия назначалась пенсия из государственного казначейства по правилам учебной службы Министерства народного просвещения из оклада в 400 рублей. Сестрам милосердия и фельдшерицам общества Красного Креста предоставлялось право на пенсию из государствен-

ного казначейства в размере от 150 до 200 рублей в год [14, с. 282].

Служащим по ведомству учреждений императрицы Марии лицам обоюбого пола, которым предоставлено право на пенсию по этому ведомству, назначались при увольнении в отставку пенсии соразмерно жалованью, производившемуся в день увольнения от службы. Воспитательному составу городских детских приютов Ведомства учреждений императрицы Марии (смотрителям, смотрительницам, попечительницам и их помощникам и помощницам) предоставляется право на получение пенсий и единовременных пособий из государственного казначейства [14, с. 283].

Попечители и благотворители удостоивались и других важных знаков внимания: увековечивание их имени в названии улиц, учреждений, размещение портретов в зданиях городских дум, портретов и памятных досок с именами в зданиях, построенных на их пожертвования.

Списки жертвователей публиковались в печати, их имена становились широко известны. Имена попечителей и постоянных жертвователей в Приказы общественного призрения заносились в специальную книгу Министерства внутренних дел. К примеру, по Министерству народного просвещения действовало «Постановление о наградах для благотворителей училищ» графа А. Разумовского от 14 февраля 1816 г. [15], в котором говорилось, что обо всех попечителях и благотворительных взносах необходимо «пропечатывать в Ведомостях» столиц с обозначением их пожертвований. При каждом образовательном заведении необходимо вести прошнурованную книгу в лучшем сафьяновом переплете с золотым обрезом для записи имен попечителей, благотворителей и меценатов с количеством и целью пожертвования. Вывешивать их портреты «под черный мрамор, в сделанную в хороших вызолоченных рамках доску, на коей золотыми буквами изображать чин, имя, отчество и фамилию благотворителя» [15].

Благодарности попечителям и о внесенных пожертвованиях первой уфимской Мариинской женской гимназии публиковались в «Вестнике Уфы». К примеру, 10 декабря 1909 г. в № 264 объявлена благодарность Н. Н. Быховскому, внесшему 50% «чистой прибыли от спектакля на благотворительные цели» в фонд двух женских гимназий, и двум артистам «Горскому и Аренскому», приславшим 214 рублей, вырученных от спектакля 29 ноября 1909 г. Высочайшие Благодарности императора «с выражением верноподданнических чувств» и попечителя Оренбургского учебного округа отдельными разделами отражались в таких изданиях, как «Циркуляр по Оренбургскому учебному округу», «Вестник Оренбургского учебного округа», «Уфимские епархиальные ведомости», «Уфимские губернские ве-

домости», «Уфимский край», «Памятные книжки Уфимской губернии». В них же печатались списки лиц, представленных к государственным наградам. Улица Блохинская была названа в честь почетного гражданина г. Уфы купца 2-й гильдии, мецената Н. К. Блохина (ныне ул. Кавказская) за основание больницы на 24 койки и частной библиотеки на 3000 томов. Второму Уфимскому городскому приходскому училищу было присвоено звание «Кузнецовское» по имени купца Н. Кузнецова, пожертвовавшему одноэтажный каменный дом из пяти комнат и земельный участок общей стоимостью 6850 рублей для нового учебного заведения.

Звучали и критические замечания в отношении чиновничества, награждения орденами, медалями и знаками отличия. Граф Д. Н. Блудов, государственный деятель середины XIX в. говорил: «Расточительность на чины и ордена можно сравнить с умножением ассигнаций» [16, с. 12]. К. К. Грот, главный попечитель ведомства учреждений императрицы Марии, критически замечал: «Если бы такой порядок установить для всех благотворительных обществ, то половина населения ходила бы со знаками отличия, которые в

таком случае потеряли бы всякое значение» [16, с. 12]. Права на награды как расширялись, так и ограничивались. К примеру, награждение орденом Святой Анны до 1845 г. давало возможность приобретать право потомственного дворянства, что открывало легкий путь его получения. По статуту 1845 г. орден Святой Анны давал возможность приобретения лишь личного дворянства. Это говорит о политике правительственного регулирования попечительской и благотворительной деятельности.

Итак, можно сделать следующие выводы. Светский характер мотивации, побуждающий попечителей и меценатов совершать филантропическую деятельность, обуславливался тем, что государство последовательно создавало систему социальных поощрений, привилегий и стимулов в этой области. Поощрительная политика российского государства являлась одним из инструментов привлекательности попечительского движения. Для возрождения российского попечительства необходимо использовать опыт продуманной правительственной политики Российской империи.

Список литературы

1. Галиуллина С. Д. Попечительство как форма государственной службы // Вестник Тамбовского ун-та. Серия «Гуманитарные науки». – 2012. – № 9 (113).
2. Полный свод законов Российской империи (ПСЗ РИ) // Собрание 1649–1825. Т. VI. 1720–1722. № 3890. – СПб. : Типография II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии.
3. Российский государственный исторический архив (РГИА) Ф. 768. Оп. 3. Д. 458. Л. 1-3 об. Л. 14-33 об.
4. Валиев Ш. З., Габидуллина Э. В. Благотворительная деятельность как форма социально-экономической поддержки населения // Вестник Томского гос. ун-та. – 2009. – № 318.
5. Галиуллина С. Д. Нормативно-правовое регулирование института попечительства о народных училищах Российской империи // Теория и практика общественного развития : науч. журн. – 2012. – № 5.
6. ПСЗ РИ. Собрание 1825–1881. Т. XXXIV. 1859. Ч. 1. № 34781. – СПб. : Типография II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии.
7. ПСЗ РИ. Собрание 1881–1913. Т. XII. 1892. № 8565. – СПб. : Типография II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии.
8. Циркуляр по Оренбургскому учебному округу. – Оренбург : Типолитография Б. А. Бреслина, 1905. – № 5.
9. История Башкирского народа : в 7 т. – СПб. : Наука, 2011. – Т. IV.
10. Свод законов Российской империи (СЗ РИ). Уставы о податях, о пошлинах, и о сборах с питей, с свеклосахарного производства, и с табаку. – СПб. : Типография Второго Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1857. – Т. V.
11. СЗ РИ. Устав о прямых налогах, Свод Уставов о Пошлинах, Свод Уставов об акцизных сборах. – 1903. – Т. V.
12. Кузнецов А. А. Награды Российской Империи. – М. : Олма Медиа Групп, 2007.
13. Шепелев Л. Титулы, мундиры и ордена Российской империи. – М. : Центрполиграф, 2008.
14. СЗ РИ. Уставы о службе гражданской. – СПб. : Типография Второго Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1896. – Т. III.
15. Периодическое сочинение об успехах народного просвещения. – 1817. – № 43.
16. Хитров А. А. Награды за благотворительную деятельность в императорской России (на примере благотворительных ведомств под покровительством дома Романовых) // Вестник БФУ им. И. Канта. – 2012. – № 12.

S. D. Galiullina*

**Galiullina Svetlana, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor of Ufa State University of Economics and Service, Ufa
galiullinasd@yandex.ru*

Sh. Z. Valiev*

**Valiev Shamil, Doctor of Economics, Professor of Ufa State University of Economics and Service, Ufa
shzvaliev@mail.ru*

D. I. Gerasimova*

**Gerasimova Daria, graduate student of Ufa State University of Economics and Service, Ufa
gerasimova_89@mail.ru*

E. A. Safina*

**Safina Elena, graduate student of Ufa State University of Economics and Service, Ufa
elena_safina2012@mail.ru*

**STATE FORMS OF STIMULATION OF PATRONAGE AND CHARITY ACTIVITIES
IN RUSSIA**

Keywords: patronage system in social sphere, public service, patronage boards, charity, trust funds, awards and distinctions, Ufa Province.

By the end of the 19th century in Russia was accumulated a large experience in managing patronage and charity activities, which can be used in modern Russia. The article analyzes the governmental encouraging policies in the Russian Empire. The authors have considered the motives of patronage activities in Ufa province (1865–1917). All this contributed to the successful development of patronage system in Russia as a whole and in Ufa province as well. Presented materials and examples of these activities demonstrate a high level of management development in this sphere.

© Галиуллина С. Д., Валиев Ш. З., Герасимова Д. И., Сафина Е. А., 2014

УДК 338.465.2

О. И. Васильчук***Васильчук Ольга Ивановна, доктор экономических наук, профессор**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

famvas@yandex.ru

Н. К. Муравицкая***Муравицкая Наталья Константиновна, кандидат экономических наук, профессор**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

famvas@yandex.ru

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОНТРАКТОВ ПРИ АУТСОРСИНГОВОЙ СИСТЕМЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

Ключевые слова: контракт, аутсорсинг, конкурентные способы, метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка), нормативный метод, тарифный метод, проектно-сметный метод, затратный метод.

Рассматриваются проблемы заключения контрактов для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Особое внимание уделено способам закупок, порядку определения цены контракта. Сделан вывод о необходимости формирования системы внутреннего контроля.

Аутсорсинговая система обслуживания позволяет осуществить единую государственную политику в области разработки, производства, технического обслуживания, ремонта и утилизации, то есть перейти на контракты жизненного цикла работ (услуг). При принятии решения о переводе на аутсорсинговую систему обслуживания (аутсорсинг) какой-либо организационной функции экономический субъект первоначально определяет экономический эффект от применения данной системы. Основным методом при принятии решения о применении аутсорсинговой системы обслуживания является метод «выгод – затрат», т. е. в какой степени экономический эффект от создания и содержания того или иного подразделения внутри компании превзойдет расходы на оплату услуг аутсорсера. Применение аутсорсинговой системы обслуживания обосновано:

- в случае, когда применение аутсорсинговой системы обслуживания значительно выгоднее с точки зрения расходов на получение результата;

- в случае если есть сомнения в том, что необходимого результата можно достигнуть собственными ресурсами.

С целью повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг; обеспечения гласности и прозрачности осуществления закупок; предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере закупок с 1 января 2014 г. вступил в силу Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [1] (за исключением отдельных положений, для которых установлены иные сроки вступления в силу).

При формировании системы внутреннего контроля необходимо учитывать, что поставки для государственных нужд регулируются также Гражданским кодексом РФ и Бюджетным кодексом РФ. Особенности поставок отдельных групп товаров и услуг регламентируются специальными законодательными актами.

Контрактная система в сфере закупок основывается на принципах: открытости и прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок, обеспечения конкуренции, профессионализма заказчиков, стимулирования инноваций, единства контрактной системы в сфере закупок, ответственности за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективности осуществления закупок.

В частности, особое внимание должно быть уделено: единой информационной системе, новым правилам обеспечения заявки и контракта; реестру банковских гарантий; конкурентным способам определения поставщиков (подрядчиков и исполнителей); заключению, исполнению, изменению и расторжению контракта; антидемпинговым мерам; условиям для участников закупок в контрактной системе – активное участие в тендерах, квалификация участника, опыт работы, деловая репутация и др.

В соответствии с действующим законодательством первоначально надлежит определить способ закупок, который будет соответствовать требованиям законодательства и потребностям экономического субъекта. Способы закупок делятся на две большие группы: конкурентные способы и закупка у единственного поставщика.

Конкурентные способы, в свою очередь, подразделяются на: аукцион (аукцион в электронной форме); конкурс (открытый конкурс, конкурс с ограниченным участием, двухэтапный конкурс);

запрос котировок; запрос предложений; закрытые способы определения поставщиков (закрытый аукцион, закрытый конкурс, закрытый конкурс с ограниченным участием, закрытый двухэтапный конкурс).

При построении системы внутреннего контроля важно соблюсти сроки, которые прописаны в нормативных документах. Например, при проведении двухэтапного конкурса особое внимание следует уделить второму этапу. От даты, когда от Заказчика поступает приглашение представить окончательные заявки, в течение 20 дней осуществляется подача (Участник) и прием (Заказчик) окончательных заявок на участие, из них в течение 15 дней Участник имеет возможность подачи запроса на разъяснение конкурсной документации, а Заказчик обязан представить разъяснение положений конкурсной документации. Рассмотрение и оценка заявок при двухэтапном конкурсе осуществляется в течение 20 дней. От даты окончания срока подачи заявок (составление и подписание протокола) в течение 1-2 дней составляется протокол вскрытия конвертов с заявками и открытия доступа к поданным в форме электронных документов заявкам размещается в ЕИС. По истечении срока рассмотрения и оценки заявок составляется протокол рассмотрения и оценки заявок, который размещается в ЕИС не позднее рабочего дня, следующего за датой подписания протоколов, и один экземпляр протокола в течение 3 рабочих дней с даты его подписания направляется победителю конкурса с приложением проекта контракта. Проект контракта в течение 15 дней с даты получения победителем конкурса должен быть подписан и представлен заказчику. Контракт заключается не ранее чем через 10 дней и не позднее чем через 20 дней. В течение 10 дней с даты получения от победителей конкурса подписанного контракта Заказчик обязан подписать контракт. В случае признания победителей конкурса уклонившимся от заключения контракта контракт заключается с участником, занявшим второе место и давшим согласие на заключение контракта.

Таким образом, необходимо констатировать, что при построении системы внутреннего контроля необходимо предусматривать формирование графика документооборота.

В целях осуществления контроля необходимо соблюдать пороговые значения цен контрактов, при которых существенные условия контракта могут быть изменены по соглашению сторон на основании решения Правительства РФ, в случае если выполнение контракта по не зависящим от сторон контракта обстоятельствам без изменения его условий невозможно [2].

Контрактная служба создается одним из следующих способов: создание отдельного структурного подразделения или утверждение Заказчиком постоянного состава работников Заказчи-

ка, выполняющих функции контрактной службы без образования отдельного структурного подразделения.

С целью обеспечения экономической безопасности деятельности экономических субъектов также целесообразно предусмотреть оценку налоговой нагрузки, рентабельности, уровня зарплат, выплачиваемых поставщиками (подрядчиками, исполнителями), наличие убытков, отражение значительных сумм налоговых вычетов, превышение роста расходов над ростом доходов, риск слета со спецрежима, участие в цепочке «перекупщиков» или в других «схемах», миграцию между налоговыми органами.

Начальная (максимальная) цена контракта и в предусмотренных Федеральным законом № 44-ФЗ случаях цена контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), определяются и обосновываются заказчиком посредством применения следующего метода или нескольких следующих методов (рис. 1):

- 1) метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка);
- 2) нормативный метод;
- 3) тарифный метод;
- 4) проектно-сметный метод;
- 5) затратный метод.

1. Метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) (рис. 2) заключается в установлении начальной (максимальной) цены контракта на основании информации о рыночных ценах идентичных товаров, работ, услуг, планируемых к закупкам, или при их отсутствии однородных товаров, работ, услуг. Метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) является приоритетным для определения и обоснования начальной (максимальной) цены контракта. В целях определения начальной (максимальной) цены контракта методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) рекомендуется по результатам изучения рынка определить: товары, работы, услуги, представленные на функционирующем рынке и соответствующие описанию объекта закупки; товар, работу, услугу, наиболее полно соответствующие описанию объекта закупки; товары, работы, услуги целесообразно распределить на категории: идентичные, однородные (рис. 3).

Цены, используемые в расчетах начальной (максимальной) цены контракта, рекомендуется приводить в соответствие с условиями планируемой закупки, в отношении которой определяется начальная (максимальная) цена контракта, с помощью коэффициентов или индексов для пересчета цен товаров, работ, услуг с учетом различий в характеристиках товаров, коммерческих и (или) финансовых условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг [3, 4]. Цены прошлых периодов, используемые в расчетах, могут быть приведены к текущему уровню цен

путем применения коэффициента, рассчитанного в соответствии с формулой:

$$k^{mn} = \frac{100 + \sum_{t\phi}^t (ИПЦ_t - 100)}{100}, \quad (1)$$

где k^{mn} – коэффициент для пересчета цен прошлых периодов к текущему уровню цен;

$t\phi$ – срок формирования ценовой информации, используемой для расчета;

t – месяц проведения расчетов НМЦК;

$ИПЦ_t$ – индекс потребительских цен на месяц в процентах к предыдущему месяцу, соответствующий месяцу в интервале от $t\phi$ до t включительно, установленный Федеральной службой государственной статистики (официальный сайт в сети Интернет www.gks.ru).

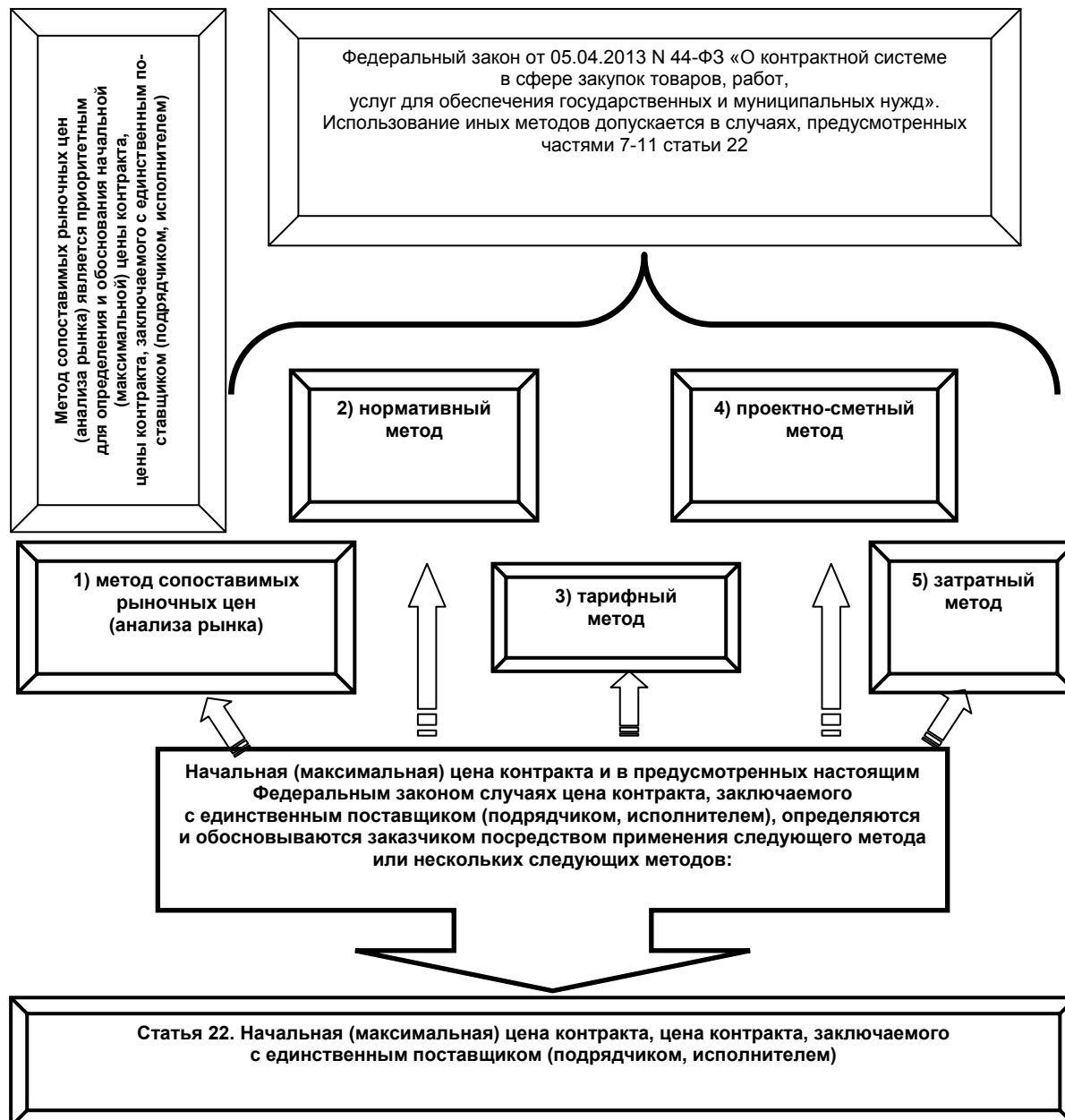


Рис. 1. Методы определения начальной (максимальной) цены контракта, цена контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)

В целях определения начальной (максимальной) цены контракта методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) рекомендуется использовать не менее трех цен товара, работы, услуги, предлагаемых различными поставщиками (подрядчиками, исполнителями). В целях опреде-

ления однородности совокупности значений выявленных цен, используемых в расчете начальной (максимальной) цены контракта в соответствии с настоящим разделом, рекомендуется определять коэффициент вариации. Коэффициент вариации цены определяется по следующей формуле:

$$V = \frac{\sigma}{\langle u \rangle} \cdot 100, \quad (2)$$

где V – коэффициент вариации;

$$\sigma \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (u_i - \langle u \rangle)^2}{n-1}} - \text{среднее квадратичное отклонение};$$

u_i – цена единицы товара, работы, услуги, указанная в источнике с номером i ;

$\langle u \rangle$ – средняя арифметическая величина цены единицы товара, работы, услуги;

n – количество значений, используемых в расчете.

НМЦК методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) определяется по формуле:

$$НМЦК^{Р\text{ын}} = \frac{v}{n} \cdot \sum_{i=1}^n C_i,$$

где $НМЦК^{Р\text{ын}}$ – НМЦК, определяемая методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка); v – количество (объем) закупаемого товара (работы, услуги); n – количество значений, используемых в расчете; i – номер источника ценовой информации; u_i – цена единицы товара, работы, услуги, представленная в источнике с номером i , скорректированная с учетом коэффициентов (индексов), применяемых для пересчета цен товаров, работ, услуг с учетом различий в характеристиках товаров, коммерческих и (или) финансовых условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг

Метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) заключается в установлении начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), на основании информации о рыночных ценах идентичных товаров, работ, услуг, планируемых к закупкам, или при их отсутствии однородных товаров, работ, услуг

При применении метода сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) информация о ценах товаров, работ, услуг должна быть получена с учетом сопоставимых с условиями планируемой закупки коммерческих и (или) финансовых условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг.

При применении метода сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) заказчик может использовать обоснованные им коэффициенты или индексы для пересчета цен товаров, работ, услуг с учетом различий в характеристиках товаров, коммерческих и (или) финансовых условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг

<p>Цены прошлых периодов, используемые в расчетах в соответствии с настоящими Рекомендациями, могут быть приведены к текущему уровню цен путем применения коэффициента, рассчитанного в соответствии с формулой:</p> $k^{nn} = \frac{100 + \sum_{i=t}^t (ИПЦ_i - 100)}{100},$	<p>В целях определения однородности совокупности значений выявленных цен, используемых в расчете НМЦК в соответствии с настоящим разделом, рекомендуется определять коэффициент вариации. Коэффициент вариации цены определяется по следующей формуле:</p> $V = \frac{\sigma}{\langle u \rangle} \cdot 100,$
---	--

где k^{nn} – коэффициент для пересчета цен прошлых периодов к текущему уровню цен;
 $t\phi$ – срок формирования ценовой информации, используемой для расчета;
 t – месяц проведения расчетов НМЦК;
 $ИПЦ_i$ – индекс потребительских цен на месяц в процентах к предыдущему месяцу, соответствующий месяцу в интервале от $t\phi$ до t включительно, установленный Федеральной службой государственной статистики (официальный сайт в сети «Интернет» www.gks.ru)

где V – коэффициент вариации;

$$\sigma \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (u_i - \langle u \rangle)^2}{n-1}} - \text{среднее квадратичное отклонение};$$

u_i – цена единицы товара, работы, услуги, указанная в источнике с номером i ;
 $\langle u \rangle$ – средняя арифметическая величина цены единицы товара, работы, услуги; n – количество значений, используемых в расчете.

Рис. 2. Метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) определения начальной (максимальной) цены контракта (ст. 22 Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ)



Рис. 3. Идентичные и однородные товары для определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем) контракта (ст. 22 Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ)

Коэффициент вариации может быть рассчитан с помощью стандартных функций табличных редакторов. Совокупность значений, используемых в расчете, при определении начальной (максимальной) цены контракта считается неоднородной, если коэффициент вариации цены превышает 33%. Если коэффициент вариации превышает 33%, целесообразно провести дополнительные исследования в целях увеличения количества ценовой информации, используемой в расчетах [2, 4, 5]. Начальная (максимальная) цена контракта методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) определяется по формуле:

$$НМЦК^{рын} = \frac{v}{n} \cdot \sum_{i=1}^n C_i, \quad (3)$$

где $НМЦК^{рын}$ – начальная (максимальная) цена контракта (НМЦК), определяемая методом сопоставимых рыночных цен (анализа рынка);

v – количество (объем) закупаемого товара (работы, услуги);

n – количество значений, используемых в расчете;

i – номер источника ценовой информации;

C_i – цена единицы товара, работы, услуги, представленная в источнике с номером i , скорректированная с учетом коэффициентов (индексов), применяемых для пересчета цен товаров, работ, услуг с учетом различий в характеристиках товаров, коммерческих и (или) финансовых

условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг.

В случае использования в расчете цены товара, работы, услуги, полученной в ответ на запросы ценовой информации, корректировка условий не производится, за исключением случаев, когда используется ценовая информация, полученная менее чем за шесть месяцев до периода определения начальной (максимальной) цены контракта. В указанных случаях корректировка осуществляется с применением коэффициента k^{mn} .

2. Нормативный метод заключается в расчете начальной (максимальной) цены контракта на основе требований к закупаемым товарам, работам, услугам, установленных в соответствии со статьей 19 Федерального закона № 44-ФЗ, в случае если такие требования предусматривают установление предельных цен товаров, работ, услуг [1].

Определение начальной (максимальной) цены контракта нормативным методом рекомендуется осуществлять по формуле:

$$НМЦК^{норм} = v \cdot C_{пред}, \quad (4)$$

где $НМЦК^{норм}$ – НМЦК, определяемая нормативным методом;

v – количество (объем) закупаемого товара (работы, услуги);

$C_{пред}$ – предельная цена единицы товара, работы, услуги, установленная в рамках нормирования в сфере закупок.

3. Тарифный метод подлежит применению, если в соответствии с законодательством Рос-

сийской Федерации цены закупаемых товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд подлежат государственному регулированию или установлены муниципальными правовыми актами. Тарифный метод не рекомендуется применять к ценам товаров, работ, услуг, не ниже которых в соответствии с законодательством Российской Федерации осуществляются закупки, поставки или продажа таких товаров, работ, услуг.

Начальная (максимальная) цена контракта тарифным методом определяется по формуле:

$$НМЦК^{тариф} = v \cdot \mathcal{U}_{тариф}, \quad (5)$$

где $НМЦК^{тариф}$ – НМЦК, определяемая тарифным методом;

v – количество (объем) закупаемого товара (работы, услуги);

$\mathcal{U}_{тариф}$ – цена (тариф) единицы товара, работы, услуги, установленная в рамках государственного регулирования цен (тарифов) или установленная муниципальным правовым актом.

4. Основанием для определения начальной (максимальной) цены контракта на строительство, реконструкцию, капитальный ремонт объекта капитального строительства, проведение работ по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, за исключением научно-методического руководства, технического и авторского надзора, является проектная документация (включающая сметную стоимость работ), разработанная и утвержденная в соответствии с законодательством Российской Федерации [2, 4, 5].

5. Затратный метод применяется в случае невозможности применения иных методов, предусмотренных частью 1 статьи 22 Федерального закона № 44-ФЗ, или в дополнение к иным методам.

В случаях, предусмотренных в соответствии с частью 16 статьи 34 Федерального закона № 44-ФЗ, а также в иных установленных Правительством Российской Федерации случаях для оценки заявок участников закупки заказчик в документации о закупке вправе устанавливать в качестве критерия оценки заявок стоимость жизненного цикла товара или созданного в результате выполнения работы объекта.

Критерий стоимости жизненного цикла товаров [3] или созданного в результате выполнения работы объекта включает в себя расходы на закупку товара или выполнение работы, последующие обслуживание, эксплуатацию в течение срока их службы, ремонт, утилизацию поставленного товара или созданного в результате выполнения работы объекта. Расчет стоимости жизненного цикла товара или созданного в результате выполнения работы объекта рекомендуется производить с применением методов определения и обоснования начальной (максимальной) цены контракта.

Количество баллов, присуждаемых по критериям оценки «цена контракта» и «стоимость жизненного цикла» ($ЦБ_i$), определяется по формуле:

а) в случае если $Ц_{\min} > 0$,

$$ЦБ_i = \frac{Ц_{\min}}{Ц_i} \times 100, \quad (6)$$

где $Ц_i$ – предложение участника закупки, заявка (предложение) которого оценивается;

$Ц_{\min}$ – минимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки;

б) в случае если $Ц_{\min} < 0$,

$$ЦБ_i = \frac{(Ц_{\max} - Ц_i)}{Ц_i} \times 100, \quad (7)$$

где $Ц_{\max}$ – максимальное предложение из предложений по критерию, сделанных участниками закупки.

Количество баллов, присуждаемых по критерию оценки «расходы на эксплуатацию и ремонт товаров (объектов), использование результатов работ» ($ЦЭБ_i$), определяется по формуле:

$$ЦЭБ_i = \frac{ЦЭ_{\min}}{ЦЭ_i} \times 100, \quad (8)$$

где $ЦЭ_{\min}$ – минимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки;

$ЦЭ_i$ – предложение участника закупки о сумме расходов на эксплуатацию и ремонт товаров (объектов), использование результатов работ в течение установленного срока службы или срока эксплуатации товара (объекта), заявка (предложение) которого оценивается.

Предложение участника закупки о сумме расходов на эксплуатацию и ремонт товаров (объектов) [2, 4, 5], использование результатов работ в течение установленного срока службы или срока эксплуатации товара (объекта), заявка (предложение) которого оценивается ($ЦЭ_i$), определяется по формуле:

$$ЦЭ_i = \sum_{t=1}^n \mathcal{E}P_{it}, \quad (9)$$

где n – число видов эксплуатационных расходов, учитываемых при оценке;

$\mathcal{E}P_{it}$ – сумма эксплуатационных расходов, предусмотренных i -й заявкой по виду расходов (t), в течение срока службы или эксплуатации товара (объекта), указанного в документации о закупке.

Показателями нестоимостного критерия оценки «качественные, функциональные и экологические характеристики объекта закупок» в том числе могут быть:

а) качество товаров (качество работ, качество услуг);

б) функциональные, потребительские свойства товара;

в) соответствие экологическим нормам.

Оценка по нестоимостным критериям (показателям), за исключением случаев оценки по по-

казателям, качество товаров (качество работ, качество услуг) и соответствие экологическим нормам и случаев, когда заказчиком установлена шкала оценки, осуществляется в следующем порядке.

В случае если для заказчика лучшим условием исполнения контракта по критерию оценки (показателю) является наименьшее значение критерия оценки (показателя), количество баллов, присуждаемых по критерию оценки (показателю) ($НЦБ_i$), определяется по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K_{\min} / K_i), \quad (10)$$

где $K3$ – коэффициент значимости показателя.

В случае если используется один показатель, $K3 = 1$;

K_{\min} – минимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки;

K_i – предложение участника закупки, заявка (предложение) которого оценивается.

В случае если для заказчика лучшим условием исполнения контракта по критерию оценки (показателю) является наименьшее значение критерия оценки (показателя), при этом заказчиком установлены предельно необходимое минимальное или максимальное количественное значение качественных, функциональных, экологических и квалификационных характеристик, которые подлежат оценке в рамках указанных критериев. В этом случае при оценке заявок (предложений) по таким критериям (показателям) участникам закупки, сделавшим предложение, соответствующее такому значению, или лучшее предложение, присваивается 100 баллов. Количество баллов, присуждаемых по критерию оценки (показателю) ($НЦБ_i$), определяется:

а) в случае если $K_{\min} > K^{пред}$ – по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K_{\min} / K_i); \quad (11)$$

б) в случае если $K_{\min} \leq K^{пред}$ – по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K^{пред} / K_i); \quad (12)$$

при этом $НЦБ_{\min} = K3 \times 100$,

где $K3$ – коэффициент значимости показателя. В случае если используется один показатель, $K3 = 1$;

K_{\min} – минимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки;

$K^{пред}$ – предельно необходимое заказчику значение характеристик;

K_i – предложение участника закупки, заявка (предложение) которого оценивается;

$НЦБ_{\min}$ – количество баллов по критерию оценки (показателю), присуждаемых участникам закупки, предложение которых меньше предельно необходимого минимального значения, установленного заказчиком.

В случае если для заказчика лучшим условием исполнения контракта по критерию оценки (показателю) является наибольшее значение критерия оценки (показателя), за исключением случая, если для заказчика лучшим условием исполнения контракта по критерию оценки (показате-

лю) является наибольшее значение критерия (показателя), количество баллов, присуждаемых по критерию оценки (показателю) ($НЦБ_i$), определяется по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K_i / K_{\max}); \quad (13)$$

где $K3$ – коэффициент значимости показателя.

В случае если используется один показатель, $K3 = 1$;

K_i – предложение участника закупки, заявка (предложение) которого оценивается;

K_{\max} – максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки.

В случае если для заказчика лучшим условием исполнения контракта по критерию оценки (показателю) является наибольшее значение критерия (показателя), при этом заказчиком для оценки заявок (предложений) по нестоимостным критериям оценки (показателям) установлено предельно необходимое минимальное или максимальное количественное значение качественных, функциональных, экологических и квалификационных характеристик, количество баллов, присуждаемых по критерию оценки (показателю) ($НЦБ_i$), определяется:

а) в случае если $K_{\max} < K^{пред}$ – по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K_i / K_{\max}); \quad (14)$$

б) в случае если $K_{\max} \geq K^{пред}$ – по формуле:

$$НЦБ_i = K3 \times 100 \times (K_i / K^{пред}); \quad (15)$$

при этом $НЦБ_{\max} = K3 \times 100$,

где $K3$ – коэффициент значимости показателя. В случае если используется один показатель, $K3 = 1$;

K_i – предложение участника закупки, заявка (предложение) которого оценивается;

K_{\max} – максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками закупки;

$K^{пред}$ – предельно необходимое заказчику значение характеристик;

$НЦБ_{\max}$ – количество баллов по критерию оценки (показателю), присуждаемых участникам, предложение которых превышает предельно необходимое максимальное значение, установленное заказчиком.

Количество баллов, присваиваемых заявке (предложению) по показателям «качественные, функциональные и экологические характеристики объекта закупок», определяется как среднее арифметическое оценок (в баллах) всех членов комиссии по закупкам, присуждаемых заявке (предложению) по каждому из указанных показателей.

Показателями нестоимостного критерия оценки «квалификация участников закупки, в том числе наличие у них финансовых ресурсов, оборудования и других материальных ресурсов, принадлежащих им на праве собственности или на ином законном основании, опыта работы, связанного с предметом контракта, и деловой репутации, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации» могут быть: ква-

лификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов), предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг; опыт участника по успешной поставке товара, выполнению работ, оказанию услуг сопоставимого характера и объема; обеспеченность участника закупки материально-техническими ресурсами в части наличия у участника закупки собственных или арендованных производственных мощностей, технологического оборудования, необходимых для выполнения работ, оказания услуг; обеспеченность участника закупки трудовыми ресурсами; деловая репутация участника закупки [2, 4, 5].

Система внутреннего контроля должна также предусматривать порядок сокращения приобретаемых по контракту товаров (объемов работ, услуг) с учетом доведенных лимитов бюджетных обязательств, необходимости возмещения суммы затрат, произведенных поставщиком (подрядчиком, исполнителем), а также необходимости достижения результатов запланированных мероприятий. При этом изменение количества товаров (объемов работ, услуг) осуществляется в пределах суммы сокращенных лимитов, на основании представленных поставщиком (подрядчиком, исполнителем) предложений, подтвержденных соответствующими расчетами и обоснованием.

Список литературы

1. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
2. Постановление Правительства РФ от 19.12.2013 № 1186 «Об установлении размера цены контракта, при которой или при превышении которой существенные условия контракта могут быть изменены по соглашению сторон на основании решения Правительства Российской Федерации, высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации и местной администрации, в случае если выполнение контракта по не зависящим от сторон контракта обстоятельствам без изменения его условий невозможно».
3. Постановление Правительства РФ от 28.11.2013 г. № 1087 «Об определении случаев заключения контракта жизненного цикла».
4. Приказ Минэкономразвития России от 02.10.2013 г. № 567 «Об утверждении Методических рекомендаций по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)».
5. Разъяснения Минэкономразвития России от 22.10.2013 г. «Методические разъяснения по осуществлению закупок с применением различных способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя) в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ».
6. Постановление Правительства РФ №19 от 13.01.2014 г. «Об установлении случаев, в которых при заключении контракта в документации о закупке указываются формула цены и максимальное значение цены контракта».
7. Постановление Правительства РФ от 28.11.2013 г. № 1089 «Об условиях проведения процедуры конкурса с ограниченным участием при закупке товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

O. I. Vasilchuk*

**Vasilchuk Olga, Doctor of Economics, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti famvas@yandex.ru*

N. K. Muravitskaya*

**Muravitskaya Natalya, PhD in Economics, Professor of Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow famvas@yandex.ru*

MANAGEMENT OF CONTRACT COST IN THE OUTSOURCING SERVICE SYSTEM WHILE BUYING GOODS, WORKS AND SERVICES FOR PUBLIC NEEDS

Keywords: contract, outsourcing, competitive methods, method of comparable market prices (market analysis), normative method, tariff method, project and design method, cost method.

The article studies the problems of making contracts for state and municipal needs. Particular attention is paid to the methods of procurement and procedure of determining the contract cost. The author made a conclusion about the need of forming the internal control system.

УДК 65.01

А. Л. Коляго*

*Коляго Анна Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент
 Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола
 anyutka07@list.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ В ВУЗЕ НА ОСНОВЕ РЕЙТИНГОВЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ

Ключевые слова: управление вузом, распределение ресурсов, рейтинг, потенциал.

Рассматривается проблема распределения ресурсов как одна из важнейших задач управления вузом. Предлагаются к использованию модели, построенные на основе рейтинговых потенциалов подразделений вуза.

Управление вузом является сложной многокритериальной динамической задачей, необходимо найти такие оптимальные управляющие воздействия, которые бы обеспечивали качество подготовки специалистов и соответствие постоянно меняющимся требованиям внешних контролирующих органов и международного образовательного пространства. Учтявая постоянное ограничение субъекта управления в материальных, временных, информационных и других ресурсах, задача распределения общих ресурсов между структурными элементами организационной системы вуза является одной из важнейших [5].

Несмотря на трудность формализации больших организационных систем управления, процесс принятия решений должен быть основан на результатах применения математического моделирования и оптимизации. Результаты должны быть выражены в виде количественных показателей, которые называют критериальными или показателями эффективности [2]. Поэтому, прежде чем перейти к проблеме постановки и решения задачи распределения ресурсов, остановимся более подробно на особенностях формирования системы критериев и показателей эффективности системы, а также построении рейтингов [1].

Исследования таких авторов, как В. Н. Васильев, В. И. Чернецкий и других [3, 4, 6, 8, 9], показывают, что следует принимать за показатель эффективности число, по которому можно судить о какой-то стороне эффективности системы, а за критерий – способ или правило этого суждения.

В качестве показателей эффективности результатов деятельности вуза могут рассматриваться либо абсолютные значения экономических, научных, информационных, учебных показателей, либо их относительные величины. При разработке моделей, описывающих эффективность управления предприятия, можно применять экономический критерий в виде объема расходов на тот или иной вид деятельности [7].

Рассмотрим совокупность контролируемых показателей - x_{jk} , $j = 1, 2, \dots, N$; $k = 1, 2, \dots, n$, характеризующих некоторый вид сил и потенциальные возможности или виды деятельности (результативности). Частный рейтинг объекта A_j по показателю x_{jk} можно определить по формуле:

$$R_{jk} = \frac{x_{jk}}{\max x_{jk}}. \quad (1)$$

Если показатели x_{jk} с самого начала выбраны такими, что их возможные значения неотрицательны ($x_{jk} \geq 0$), то все объекты можно ранжировать (расположить в порядке уменьшения значения R_{jk} для каждого фиксированного « k » при $j = 1, 2, \dots, N$):

$$R_{j1k} \geq R_{j2k} \geq \dots \geq R_{jNk}. \quad (2)$$

Множитель 1000 в формуле (1) выбран для удобства обсуждения разности рейтингов различных объектов. Из формулы (2) следует, что

$$0 \leq R_{jk} \leq 1000 \quad \forall (j = 1, 2, \dots, N; k = 1, 2, \dots, n). \quad (3)$$

В качестве рейтинговой единицы превосходства принимается разность рейтингов, равная единице, то есть если $\Delta = R_{jk} - R_{ik} = 1$, то говорят, что по показателю « k » объект « j » превосходит объект « i » на одну единицу превосходства.

Величины $\alpha_s^{(q)}$ такие, что

$$\alpha_s^{(q)} \geq 0, \quad \sum_{s=1}^{n_q} \alpha_s^{(q)} = 1, \quad (4)$$

называются показателями важности (весовыми множителями, или просто весами) частных рейтингов $R_{js}^{(q)}$ для совокупности показателей $x_{js}^{(q)}$, $s = 1, 2, \dots, n_q$.

Общим рейтингом $R_j^{(q)}$ объекта « j » по совокупности показателей $s = 1, 2, \dots, n_q$ называется величина

$$R_j^{(q)} = \sum_{s=1}^{n_q} \alpha_s^{(q)} R_{js}^{(q)}, \quad (5)$$

где $R_{js}^{(q)}$ – частный рейтинг объекта «j» по совокупности контролируемых показателей $s = 1, 2, \dots, n_q$.

Из формул (3), (4) и (5) следует, что выполнено неравенство

$$0 \leq R_j^{(q)} \leq 1000 \quad \forall (j=1, 2, \dots, N), \quad (6)$$

то есть общие рейтинги измеряются в шкале [0; 1000].

Аналогично можно определить генеральные рейтинги потенциала и результативности объекта с номером «j», если в качестве исходных показателей принять общие рейтинги по группам показателей, разделив их предварительно на потенциальные и результативные.

Основную трудность при реализации рассматриваемой модели расчета рейтингов представляет выбор показателей важности $\alpha_s^{(q)}$, удовлетворяющих условию формулы (4).

Далее перейдем к формализации задачи распределения ресурсов. В общем виде поставленная выше задача математически формулируется следующим образом:

- минимизировать (или максимизировать) целевую функцию

$$Z = \sum_{j=1}^n C_j * X_j \longrightarrow \min(\max) \quad (7)$$

при вероятностных ограничениях

$$P \left\{ \sum_{j=1}^n a_{ij} X_j \leq b_i \right\} \geq a_i, \quad (8)$$

где $j=1 \dots n, i=1 \dots m, \forall X_j \geq 0, a_i$ – заданный уровень вероятности, $0 \leq a_i < 1$. Подходов к решению данной задачи в научной литературе приведено очень много, задачи могут решаться с учетом того, что C_j, a_{ij} и b_i – случайные величины или a_{ij}

и b_i – случайные величины, а C_i – детерминированные величины.

По нашему мнению, наиболее приемлемым будет второй вариант, устанавливающий вероятностный характер ресурсов. Отметим также, что в рассматриваемой выше постановке задачи: n – число видов ресурсов; a_{ij} – расход i -го вида ресурса на единицу продукции j -го вида производства; C_j – доход (расход) на единицу j -го вида продукции. В конкретной постановке применительно к конкретному вузу задача, естественно, будет иметь свои особенности. В частности, в укрупненном виде элементами деятельности вуза можно считать: подготовку специалистов определенного профиля, результаты научно-исследовательской работы, редакционно-издательской деятельности; материальное оснащение вуза; результаты международной деятельности и т. д.

Основываясь на изученных данных [3, 4], выразим целевую функцию:

$$R_0 = \frac{\sum_{j=1}^n R_j}{R_{0_{\max}}} = \sum_{j=1}^n \bar{R}_j, \quad (9)$$

где $\bar{R}_j = \frac{R_j}{R_{0_{\max}}}$ – относительный рейтинг j -го подразделения вуза; $R_{0_{\max}}$ – суммарный рейтинг вуза (или максимальный рейтинг подразделений вуза).

Тогда величина \bar{R}_j характеризует вклад подразделения в общий рейтинг вуза. Опуская в дальнейшем черту, будем под R_j иметь в виду относительный рейтинг подразделения. Величина R_j вычисляется следующим образом: $R_j = U_{1j} R_{unj} + U_{2j} R_{mij} + U_{3j} K_{nj} R_{ypj}$, где U_{1j}, U_{2j}, U_{3j} – коэффициенты, учитывающие важность того или иного рейтинга в текущий момент; $R_{unj}, R_{mij}, R_{ypj}$ – потенциалы интеллектуальной деятельности, материально-технической базы и учебной работы j -го подразделения.

Требуется найти распределение ресурсов, при котором целевая функция R_0 принимает максимальное значение и выполнены ограничения:

$$\rho_s \left\{ \sum_{j=1}^m C_{sj} \left(\frac{R_a}{R_n} \right) * R_{sj} \leq b_s \right\} \geq a_s, s=1, 2, 3; \quad (10)$$

$$0 \leq R_{sj} \leq 1, \quad (11)$$

где $s=1, 2, 3$ – индекс видов деятельности (научная, материально-техническая, учебная работа); ρ_s – вероятность того, что ресурсы, отпущенные на повышение потенциалов рейтингов, не превышают суммарных по вузу; C_{sj} – удаленная стоимость повышения соответствующего потенциала в j -м подразделении; $(R_a/R_n)_{sj}$ – коэффициенты активности использования потенциала по данному виду деятельности в j -м подразделении; b_s – суммарная величина средств (ресурса), отпускаемых вузом на повышение того или иного потенциала; a_s – вероятность поступления средств для обеспечения деятельности вида «s».

Пусть b_s – нормально распределенная случайная величина с математическим ожиданием m_{bs} и средним квадратическим отклонением σ_{bs} . Тогда любое из ограничений (11) можно записать:

$$\rho_s \left\{ \frac{b_s - m_{bs}}{\sigma_{bs}} \geq \frac{\sum_{j=1}^m C_{sj} \left(\frac{R_a}{R_n} \right)_{sj} R_{sj} - m_{bs}}{\sigma_{bs}} \right\} \geq a_s. \quad (12)$$

Если предполагать, что величина, стоящая в левой части неравенства (12) под знаком опера-

ции «вероятности», имеет нормальный закон распределения, что частично оправдывается многократным применением операции усреднения и суммирования при получении этих величин, то неравенство (12) может выполняться лишь при условии:

$$\frac{\sum_{j=1}^m C_{sj} \left(\frac{R_a}{R_n} \right)_{sj} R_{sj} - m_{bs}}{\sigma_{bs}} \leq \gamma(\alpha_s), \quad (13)$$

где $\gamma(\alpha_s)$ – значение нормальной случайной нормально распределенной величины (квантиля), для которой:

$$\phi_0(\gamma(\alpha_s)) = \alpha_s \quad (14)$$

где $\phi_0(\dots)$ – интегральная функция нормального распределения.

Тогда неравенство (13) сводится к обычному линейному ограничению:

Список литературы

1. Башмачникова Е. В., Абрамова Л. А. Исследование условий достижения системой состояния максимальной эффективности // В мире научных открытий. – 2011. – № 10. – С. 810.
2. Башмачникова Е., Борисов Е. Исследование количественных показателей контроля уровня конкуренции в региональном сегменте сферы услуг // Предпринимательство. – 2008. – № 5. – С. 70-77.
3. Васильев В. Н. Модели управления вузом на основе информационных технологий. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2000. – 164 с.
4. Васильев В. Н. О математических моделях оптимального управления системой подготовки специалистов // Труды ПетГУ. Сер. «Прикладная математика и информатика». – Вып. 6. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 1997.
5. Ерохина Л. И., Наумова О. Н. Управление подготовкой специалистов в системе менеджмента качества вуза // Гуманизация образования. – 2009. – № 2. – С. 123-129.
6. Корчагин П.В. Тенденции и закономерности условий функционирования региональных социально-экономических систем / П. В. Корчагин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Самарский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. С. П. Королева». – Самара, 2009.
7. Митрофанова Я. С. Разработка и использование моделей в управлении информационным развитием вуза // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2010. – С. 296-300.
8. Митрофанова Я. С. Совершенствование управления информационным развитием вуза на основе системы количественно-качественных показателей // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика. – 2012. – № 2 (22). – С. 116-121.
9. Чернецкий В. И. Математическое моделирование динамических систем. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 1996.

A. L. Kolyago*

*Kolyago Anna, PhD in Pedagogical science, Associate Professor of Mari State University, Yoshkar-Ola
anyutka07@list.ru

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF RESOURCE DISTRIBUTION PROBLEM IN HIGH SCHOOL BASED ON RATING POTENTIAL

Keywords: university management, distribution of resources, rating, potential.

The article considers the problem of resource distribution as one of the most important tasks of university management. The author suggests some models based on rating potential of university subdivisions.

МЕЗОУРОВЕНЬ

Региональное развитие

УДК 339.1

П. В. Корчагин*

**Корчагин Павел Валентинович, доктор экономических наук, профессор*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ ДВУХ ТИПОВ РАЗВИТИЯ – САМООРГАНИЗАЦИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЕ

Ключевые слова: экономические процессы, рынок, экономическое пространство, региональная экономика, структура, инвестиционная сфера, федеральный бюджет.

Как известно, рыночная самоорганизация предполагает, что все экономические процессы (производство, распределение, сбережения, инвестирование и др.) должны осуществляться в форме взаимодействия спроса и предложения по коммерческим ценам, возникающим в ходе купли-продажи. Иначе говоря, эффективность самоорганизации в достаточно серьезной степени зависит от соотношения относительных цен.

В рамках исследуемой проблемы взаимосвязи экономического роста и инвестиций поставим вопрос о сочетании в формировании деловой среды двух типов развития – самоорганизации и регулирования, мы, по сути дела, выходим на необходимость анализа «процесса снизу» и «процесса сверху» в инвестиционной сфере и разработки механизма управления взаимосвязью экономического роста и инвестиций. Как известно, рыночная самоорганизация предполагает, что все экономические процессы (производство, распределение, сбережения, инвестирование и др.) должны осуществляться в форме взаимодействия спроса и предложения по коммерческим ценам, возникающим в ходе купли-продажи [3]. Иначе говоря, эффективность самоорганизации в достаточно серьезной степени зависит от соотношения относительных цен. Если в экономике складывается положение, когда на протяжении длительного времени цена выступает в качестве надежного индикатора и ориентира хозяйственного развития, то в этом случае можно положиться на рынок в плане решения определенных проблем. Но если соотношение цен меняется таким образом, что одни отрасли становятся экономически выгодными, а другие нет, то начинает работать механизм аллокации и происходят определенные изменения структуры производства под влиянием нормы прибыли. Одним из первых на несовершенство и неустойчивость рыночной самоорганизации обратил внимание Артур Лигу и высказал мысль о необходимости вмешательства государства в экономику. Рынку присуща система прямых и обратных связей, обладающих мультиплицирующим свойством, благодаря которой он генерирует и распространяет неустойчивость на все экономическое пространство. В результате нестабильность, возникшая в одной какой-то сфере, может привести к появлению

нежелательных явлений и в других, сопряженных или родственных с ней сферах экономики. Самоорганизация рыночной экономики позволяет решать крупные текущие и среднесрочные проблемы, но для решения стратегических задач долгосрочного характера требуется масштабная деятельность государства и использование государственных инвестиций [1].

То есть особенно актуальна постановка вопроса о сочетании самоорганизации и регулирования в условиях региональной экономики слабо развивающегося характера, поскольку именно там проявляются специфические моменты протекания инвестиционного процесса и недостаточное участие в процессе его регулирования государства. Если исходить из политико-экономического понимания неустойчивости рыночной самоорганизации, неразрывно связанной с целью извлечения прибыли, то в анализируемых регионах начинает работать механизм аллокации, не всегда отвечающий региональным интересам в инвестиционной сфере, а также задачам восстановления стагнирующей промышленности и обеспечения экономического роста в регионе. Региональные ситуации подчас повторяют общероссийские и даже усугубляются ими. Так, показательной в этом отношении является ситуация вывоза капитала из России ввиду того, что здесь он не находит высокоприбыльных сфер приложения. Тенденция, прямо скажем, неблагоприятная для инвестиционных возможностей российской экономики и ее регионов, сдерживающая структурную перестройку экономики и техническое перевооружение производства. Более того, она является свидетельством того, что в России отсутствует политика регулирования движения капитала, что, безусловно, снижает ее инвестиционную привлекательность [2].

Кроме того, под действием целевой ориентации на прибыль происходит смещение в технологической структуре инвестиций в основной капитал в сторону строительно-монтажных работ (50-60%) в противовес инвестированию в активную часть основного капитала (тенденция имеет и региональное, и общероссийское проявление). Так, стремлением к получению прибыли в краткосрочном периоде и к сохранению своей доли на рынке за счет демпинговых цен можно объяснить такую форму инвестирования в основной капитал ряда предприятий, как приобретение оборудования, бывшего в употреблении. Массовый характер приобретает в этих регионах реализация так называемых точечных инвестиционных проектов, которые решают частные задачи отдельных хозяйствующих субъектов, а не регионов в целом. Поэтому, оценивая самоорганизацию инвестиционного процесса в слабо развивающихся регионах, можно сказать, что она не совершенна, неустойчива, инерционна и не всегда отвечает требованиям развития регионов. И это дает нам основание поставить вопрос о необходимости повышения регулирующей роли государства в инвестиционной сфере. В слабо развивающихся регионах, наверное, особенно яркое выражение получила тенденция ухода государства как крупного заказчика из инвестиционной сферы. Вместе с тем значительная часть региональных инвестиционных проектов получает поддержку из федерального бюджета, но опять

же эти инвестиции носят точечный характер. Регулирующая роль государства в инвестиционной сфере, на наш взгляд, должна проявляться с учетом единой и четко обозначенной позиции самого государства в отношении региональной и промышленной политики, определенности в отношении развития конкретных отраслей экономики и обязательным введением института государственных гарантий в регионах. Отсутствие такого института в слабо развивающихся регионах подталкивает региональные органы власти искать иные формы улучшения экономической политики.

Итак, постановка вопроса о сочетании двух типов развития в инвестиционной сфере актуальна и уместна, поскольку существующая в настоящее время в стране и регионах самоорганизация инвестиционной деятельности как «процесс снизу» не отвечает в полной мере целям экономического роста, что касается регионов, то во многих случаях испытывает на себе пресс депрессивности. Исправление этой ситуации возможно через изменение самой институциональной среды, моделей поведения экономических агентов путем повышения значимости государственного регулирования в инвестиционной сфере и на основе выработки четких ориентиров в отношении развития отраслей и регионов, которые изложены в государственной промышленной политике (как «процесс сверху»).

Список литературы

1. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег : пер. с англ. Н. Н. Любимова / под ред. Л. П. Куракова. – М. : Гелиос, 1999. – 352 с.
2. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионоведение. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
3. Башмачникова Е. В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.

P. V. Korchagin*

**Korchagin Pavel, Doctor of Economics, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti kaf_eio@tolgas.ru*

FORMATION OF TWO TYPES OF BUSINESS DEVELOPMENT: SELF-ORGANIZATION AND REGULATION

Keywords: economic processes, market, economic area, regional economy, structure, investment sphere, federal budget.

It is known, that market self-organization assumes that all economic processes (production, distribution, savings, investments, etc.) must be in the form of interaction between supply and demand, based at commercial prices formed during the sales. In other words, the effectiveness of self-organization to a large degree depends on the ratio of relative prices.

© Корчагин П. В., 2014

УДК 332.1

Н. Л. Додонова*

**Додонова Наталья Леонидовна, кандидат физико-математических наук, доцент Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С. П. Королёва (Национальный исследовательский университет), г. Самара ndodonova@bk.ru*

Е. А. Кукольникова*

**Кукольникова Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент Международный институт рынка, г. Самара kukvakukva@ro.ru*

ПРОЦЕДУРА НЕЧЕТКОГО ВЫВОДА СОСТАВА РЕГИОНАЛЬНЫХ УПРАВЛЯЕМЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ

Ключевые слова: промышленный кластер, нечеткий вывод, принадлежность, состав и структура кластера.

Представлена процедура нечеткого вывода состава управляемых промышленных кластеров. Описаны этапы данной процедуры. Определены необходимые и достаточные условия существования управляемого промышленного кластера. Разработана база правил системы нечеткого вывода. Установлены степени принадлежности ряда предприятий Самарской области автомобильному кластеру региона. Представлен фрагмент структуры данного кластера.

Реализуя процесс управления развитием промышленных кластеров, необходимо иметь обоснованное понимание состава, структуры и взаимосвязей элементов объекта управления, что, в свою очередь, требует вычленения кластерной системы из общей экономической системы макро- или мезоуровня [2]. Вместе с тем в современной научной литературе не представлены методы и процедуры идентификации кластерных образований, что указывает на актуальность данной задачи.

Кластер представляет собой динамическую, изменяющуюся во времени систему, состав и структура которой не являются постоянными. Участники кластеров не объединяются посредством создания нового юридического лица и, как правило, не формируют общего органа управления. Динамичность, хозяйственная самостоятельность, как и вероятные межкластерные взаимосвязи, обуславливают неприменимость классической теории множеств, базирующейся на булевой двужначной логике, оперирующей жесткими категориями типа «да – нет», «истина – ложь» к задаче установления состава кластерных систем.

В связи с этим авторами предлагается использование аппарата нечеткой логики и нечетких множеств, который на основании значений лингвистических переменных естественного языка позволяет оценить степени принадлежности хозяйствующих субъектов кластерному образованию, определить не только состав, но и структуру кластера, а также установить области пересечения кластерных систем.

Рассмотрим процедуру нечеткого вывода для управляемых промышленных кластеров. Под управляемым (функциональным) будем понимать кластер, который [4]:

- возникает как результат целенаправленного внешнего воздействия (управления) в «интересных» государству отраслях и секторах экономики в процессе реализации стратегических планов;

- пользуется финансовой, экономической и политической поддержкой институциональных партнеров;

- как правило, имеет ядро – центральное предприятие, являющееся системообразующим фактором экономической системы кластера.

Процедура нечеткого вывода степени принадлежности некоторого хозяйствующего субъекта X с известными входными переменными (v_1, v_2, \dots, v_n) управляемому промышленному кластеру включает в себя следующие этапы:

1. Определение структуры системы нечеткого вывода (рис. 1).

2. Формирование базы правил (базы знаний).

3. Фаззификация входных переменных.

4. Агрегирование подусловий.

5. Активизация подзаключений.

6. Аккумуляция заключений.

7. Дефаззификация выходной переменной.

В целях формирования базы правил системы нечеткого вывода определим необходимые и достаточные условия существования управляемого промышленного кластера. Необходимым условием существования управляемого промышленного кластера является общая направленность деятельности хозяйствующих субъектов, конечно ориентированная на один и тот же потребительский и/или корпоративный¹ рынок [1].

¹ Под корпоративным рынком понимается рынок государственных и частных компаний (корпораций).

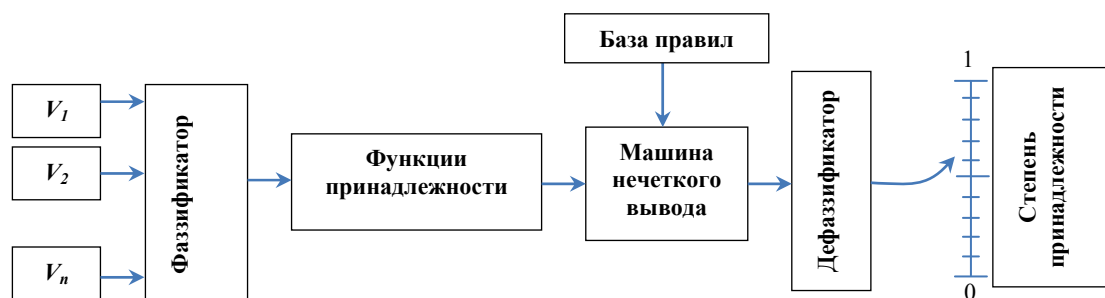


Рис. 1. Система нечеткого вывода

Например, деятельность автомобилестроительных предприятий, производителей автокомпонентов, специализированных маркетинговых агентств и профильных учебных заведений в конечном итоге ориентирована на рынок покупателей автотранспорта.

К достаточным условиям существования управляемого промышленного кластера относятся:

- Взаимозависимость и взаимодополняемость деятельности хозяйствующих субъектов, удовлетворяющих необходимому условию.

Данное условие означает наличие устойчивых экономических отношений между субъектами, которые обеспечивают им преимущественную долю прибыли или иного полезного эффекта [3].

- Географическое соседство хозяйствующих субъектов, удовлетворяющих необходимому условию.

Только при географическом соседстве элементов могут быть в полной мере реализованы экономия транзакционных издержек и положительный синергетический эффект – ключевые признаки кластерного образования. Для кластеров регионального масштаба, рассматриваемых в настоящей статье, условие географического соседства выполняется в полной мере.

- Государственное участие в собственности и/или государственная финансовая поддержка деятельности хозяйствующих субъектов, удовлетворяющих необходимому условию.

Выполнение данного условия позволяет отнести рассматриваемое кластерное образование к управляемому типу.

На этапе фаззификации каждая входная характеристика V_i некоторого хозяйствующего субъекта X связывается с лингвистической переменной, возможные значения которой описываются с помощью нечетких множеств (элементы терм-множества T_i).

Например, характеристика V связана с лингвистической переменной «доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента (хозяйствующего субъекта) X ». Терм-множество значений переменной будет иметь вид $T = \{\tau_1, \tau_2, \tau_3\}$, где τ_1 – низкая доля, τ_2 – средняя доля, τ_3 – высокая доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X .

Термы τ_i , представляющие собой нечеткие множества, задаются собственными функциями принадлежности $\mu_{\tau_i}(x)$, где, к примеру, τ_1 – низкая доля, τ_2 – средняя доля, τ_3 – высокая доля (рис. 2).

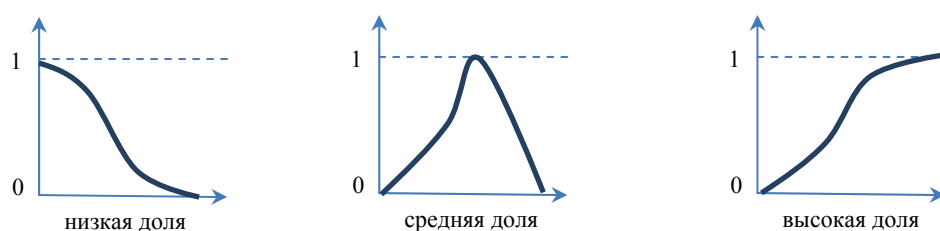


Рис. 2. Функции принадлежности термов лингвистической переменной

Этап агрегирования подусловий реализуется посредством установления степени истинности условий каждого из правил системы нечеткого вывода для конкретных значений входных характеристик. На этапе активизации подзаключений определяется степень истинности заключений каждого из правил.

Например, для правила «если доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X высокая, то степень принадлежности кластеру средняя» и для значе-

ния доли государственной поддержки $v_0 = \alpha$ этап агрегирования определит степень принадлежности $\mu_{\tau_3}(\alpha) = a$. При этом этап активизации подзаключений установит степень кластерной принадлежности элемента X по данному правилу (рис. 3).

Аккумуляция заключений позволяет оценить результаты по каждому правилу базы знаний и представить выходную переменную (степень принадлежности элемента кластеру) в виде нечеткого множества.

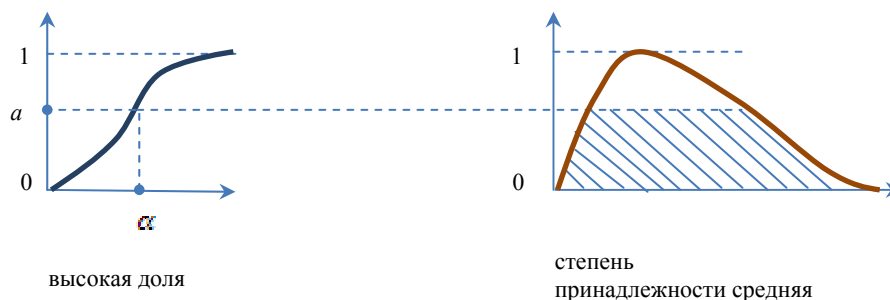


Рис. 3. Агрегирование подусловий и активация подзаключений

Завершающий этап – дефаззификация – определяет четкое количественное значение выходной переменной.

На основе необходимых и достаточных условий существования управляемого промышленного кластера сформируем базу правил системы нечеткого вывода (табл. 1).

Таблица 1

База правил системы нечеткого вывода принадлежности управляемому промышленному кластеру

№	ЕСЛИ	ИЛИ	И/ИЛИ	ТО
1	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, большая	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера большая. Доля государственного участия в собственности ядра кластера велика. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X значительна	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера значительна	Степень принадлежности элемента X кластеру очень высокая
2	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, большая	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера большая. Доля государственного участия в собственности ядра кластера средняя. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X средняя	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера значительна	Степень принадлежности элемента X кластеру высокая
3	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, средняя	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера средняя. Доля государственного участия в собственности ядра кластера небольшая. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X незначительна	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера средняя	Степень принадлежности элемента X кластеру средняя
4	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, небольшая	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера небольшая. Доля государственного участия в собственности ядра кластера небольшая. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X незначительна	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера незначительна	Степень принадлежности элемента X кластеру низкая
5	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, небольшая	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера небольшая. Доля государственного участия в собственности ядра кластера небольшая. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X отсутствует	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера незначительна	Степень принадлежности элемента X кластеру очень низкая
6	Доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера, небольшая	Доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера Y^* небольшая. Доля государственного участия в собственности ядра кластера отсутствует. Доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X отсутствует	Степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера незначительна	Элемент X не принадлежит кластеру

Далее для каждой входной характеристики V_i введем лингвистические переменные и соответствующие им терм-множества T_i :

V_1 – доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера;

$T_1 = \{\tau_{1_1}, \tau_{1_2}\}$, где τ_{1_1} – большая доля (доля значительна, доля велика); τ_{1_2} – средняя доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера;

V_2 – степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и

объема производства конечной продукции кластера;

$T_2 = \{\tau_{2_1}, \tau_{2_2}\}$, где τ_{2_1} – значительная степень, τ_{2_2} – средняя степень перекрестной эластичности объема производства продукции элемента X и объема производства конечной продукции кластера;

V_3 – доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера;

$T_3 = \{\tau_{3_1}, \tau_{3_2}\}$, где τ_{3_1} – большая доля; τ_{3_2} – средняя доля прибыли элемента X от хозяйственной деятельности с другими элементами кластера;

V_4 – доля государственного участия в собственности ядра кластера;

$T_4 = \{\tau_{4_1}, \tau_{4_2}\}$, где τ_{4_1} – большая доля; τ_{4_2} – средняя доля государственного участия в собственности ядра кластера;

V_5 – доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X ;

$T_5 = \{\tau_{5_1}, \tau_{5_2}, \tau_{5_3}\}$, где τ_{5_1} – большая доля; τ_{5_2} – средняя доля государственной финансовой поддержки в общем объеме поступлений элемента X .

Для построения терма «небольшая доля» используем операцию дополнения (отрицания), описанную Л. А. Заде в [5]: $\mu_{\text{небольшая доля}}(x) = \mu_{\text{большая доля}}(1-x)$.

Для терма «незначительная доля» поступим аналогично.

Выходную переменную Y – «принадлежность к управляемому промышленному кластеру» – опишем терм-множеством $\{t_1, t_2, t_3\}$, где t_1 – высокая, t_2 – средняя, t_3 – низкая степень принадлежности к кластеру. Термы «очень высокая», «очень низ-

кая» принадлежность получим с помощью операции концентрации [5]: $\mu_{\text{очень высокая}}(x) = [\mu_{\text{высокая}}(x)]^2$.

Для терма «очень низкая» поступим аналогично.

На этапе фаззификации с помощью нечетких множеств представим возможные значения каждой из лингвистических переменных V_i (элементы терм-множества T_i). При этом используем модификацию метода парных сравнений, разработанную Т. Саати [6] для решения задач анализа множеств альтернатив, соответствующих естественному ходу человеческого мышления.

Одним из важных преимуществ метода Саати является достаточность оценок одного эксперта – лица, принимающего решения, что существенно снижает затраты ресурсов в процессе исследования.

Матрицы парных сравнений имеют вид

$$\begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{pmatrix}, \text{ где элемент } a_{ij} \text{ показывает пре-}$$

имущество элемента u_j универсального множества U над элементом u_i того же множества. На основании данных матриц определяются функции принадлежности элементов универсума нечеткому множеству (терму τ_{ij}).

В силу ограниченности объема представим матрицы парных сравнений термов «большая доля» (табл. 2) и «средняя доля» (табл. 3) и соответствующие им функции принадлежности (рис. 4, 5) для лингвистической переменной V_1 – доля продукции элемента X , соответствующей конечной продукции кластера. Аналогичным образом установлены функции принадлежности всех термов τ_{ij} входных характеристик V_1, V_2, V_3, V_4, V_5 , а также функции принадлежности термов, описывающих значения выходной переменной Y .

Таблица 2

Матрица парных сравнений терма τ_{1_1} – большая доля

1,00	0,50	0,33	0,25	0,20	0,14	0,14	0,13	0,11	0,11
2,00	1,00	0,50	0,33	0,25	0,20	0,17	0,13	0,13	0,11
3,00	2,00	1,00	0,50	0,33	0,25	0,20	0,14	0,13	0,11
4,00	3,00	2,00	1,00	0,50	0,33	0,25	0,17	0,14	0,14
5,00	4,00	3,00	2,00	1,00	0,50	0,33	0,20	0,17	0,14
7,00	5,00	4,00	3,00	2,00	1,00	0,50	0,33	0,20	0,17
7,00	6,00	5,00	4,00	3,00	2,00	1,00	0,50	0,25	0,20
8,00	8,00	7,00	6,00	5,00	3,00	2,00	1,00	0,33	0,25
9,00	8,00	8,00	7,00	6,00	5,00	4,00	3,00	1,00	0,50
9,00	9,00	9,00	7,00	7,00	6,00	5,00	4,00	2,00	1,00

Этап дефаззификации проведен методом первого максимума, т. е. выбран первый элемент нечеткого множества, при котором достигается максимум значения функции принадлежности.

Этапы агрегирования подусловий, активизации подзаключений и аккумулялирования заклю-

чений реализованы согласно описанному выше алгоритму для заданного набора значений (v_1, v_2, v_3, v_4, v_5) входных характеристик V_1, V_2, V_3, V_4, V_5 исследуемого элемента X .

Матрица парных сравнений терма $\tau_{1,2}$ – средняя доля

1,00	0,33	0,20	0,14	0,11	0,13	0,17	0,33	1,00	1,00
3,00	1,00	0,33	0,20	0,14	0,13	0,25	0,50	1,00	3,00
5,00	3,00	1,00	0,33	0,20	0,20	0,33	1,00	3,00	5,00
7,00	5,00	3,00	1,00	0,33	0,33	1,00	3,00	5,00	7,00
9,00	7,00	5,00	3,00	1,00	1,00	3,00	5,00	7,00	9,00
8,00	8,00	5,00	3,00	1,00	1,00	2,00	4,00	6,00	8,00
6,00	4,00	3,00	1,00	0,33	0,50	1,00	3,00	5,00	7,00
3,00	2,00	1,00	0,33	0,20	0,25	0,33	1,00	3,00	5,00
1,00	1,00	0,33	0,20	0,14	0,17	0,20	0,33	1,00	3,00
1,00	0,33	0,20	0,14	0,11	0,13	0,14	0,20	0,33	1,00

x	$\mu_{\tau_{1,1}}(x)$
0,1	0,04
0,2	0,06
0,3	0,08
0,4	0,11
0,5	0,16
0,6	0,24
0,7	0,33
0,8	0,49
0,9	0,78
1,0	1,00

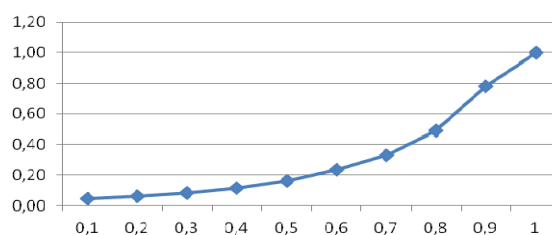


Рис. 4. График функции принадлежности $\mu_{\tau_{1,1}}(x)$

x	$\mu_{\tau_{1,2}}(x)$
0,1	0,08
0,2	0,13
0,3	0,25
0,4	0,52
0,5	1,00
0,6	0,92
0,7	0,52
0,8	0,24
0,9	0,11
1,0	0,07

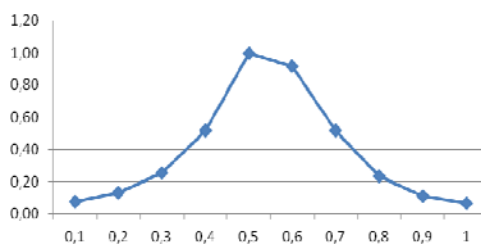


Рис. 5. График функции принадлежности $\mu_{\tau_{1,2}}(x)$

Представленная процедура нечеткого вывода применена для определения степени принадлежности ряда хозяйствующих субъектов автомобильному кластеру Самарской области (табл. 4).

Предварительно выдвинута гипотеза о существовании кластера, а также установлено, что данный кластер имеет ядерную структуру, где ОАО «АвтоВАЗ» – ядро кластера.

Таблица 4

Степени принадлежности ряда хозяйствующих субъектов автомобильному кластеру Самарской области

Элемент	V_1	V_2	V_3	V_4	V_5	Степень принадлежности
ООО «Самаравтожгут»	0,95	0,85	0,90	-	0,10	0,90
ОАО «Пластик»	0,95	0,65	0,75	-	-	0,75
ОАО «ЗиТ»	0,80	0,70	0,60	-	-	0,60
ЗАО «Средневожский завод полимерных изделий»	0,90	0,90	0,70	-	-	0,85
ЗАО «Вазинтерсервис»	1,00	0,80	0,70	-	-	0,95
ЗАО «АКОМ»	1,00	0,70	0,65	-	-	0,75
ЗАО «Полад»	0,45	0,70	0,85	-	-	0,55
ООО «Идеал-Пласт»	0,70	0,70	0,60	-	-	0,55
ФГОУ ВПО «ТГУ»*	0,40	0,60	0,40	-	0,80	0,43
ОАО «Гидроавтоматика»	0,10	0,10	0,10	-	0,20	0,15

*Поскольку ФГОУ ВПО «ТГУ» является некоммерческой организацией, показатель доли прибыли заменяется на показатель доли в финансовых поступлениях.

На рис. 6 представлен фрагмент структуры автомобильного кластера региона. Удаленность от ядра и диаметр окружностей характеризуют

степени принадлежности элементов исследуемой кластерной системе.

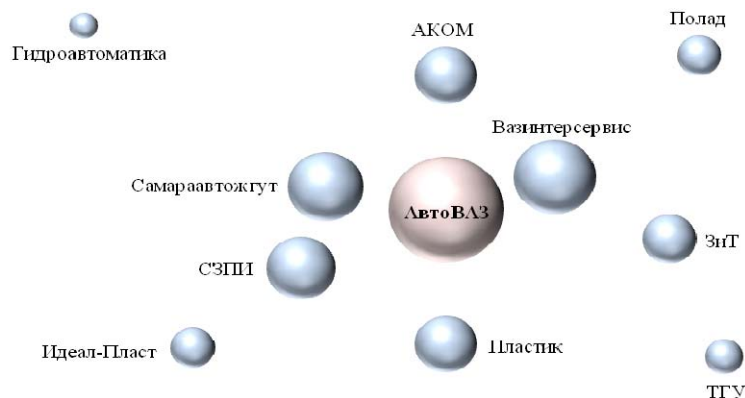


Рис. 6. Фрагмент структуры автомобильного кластера Самарской области

Таким образом, разработана процедура нечеткого вывода состава управляемого промышленного кластера. Применение процедуры для ряда предприятий Самарской области позволило установить степени их принадлежности автомобильному кластеру региона. На основании полу-

ченных оценок сформирован фрагмент структуры рассматриваемого кластера. В рамках дальнейших исследований планируется разработка прикладного программного продукта, позволяющего автоматизировать процесс идентификации кластерных систем различных типов.

Список литературы

1. Башмачникова Е. В., Абрамова Л. А. Исследование условий достижения системой состояния максимальной эффективности // В мире научных открытий. – 2011. – № 10. – С. 810.
2. Башмачникова Е., Марченко Т. Методологические подходы к управлению: особенности и сферы применения // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 06. – С. 8-13.
3. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
4. Кукольникова Е. А. Модель управления конкурентоспособностью функционального промышленного кластера // Актуальные проблемы экономики и права. – 2013. – № 1 (25). – С. 195-201.
5. Заде Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений : пер. с англ. Н. И. Ринго / под ред. Н. Н. Моисеева, С. А. Орловского. – М. : МИР, 1976. – 165 с.
6. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий : пер. с англ. Р. Г. Вечнадзе. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.

N. L. Dodonova*

*Dodonova Natalya, PhD in Physics and Mathematics, Professor of Samara State Aerospace University of S. P. Korolev (National Research University), Samara ndodonova@bk.ru

E. A. Kukolnikova*

*Kukolnikova Elena, PhD in Economics, Associate Professor of International Market Institute, Samara kukvakukva@ro.ru

FUZZY INFERENCE OF THE COMPOSITION OF REGIONAL MANAGED INDUSTRIAL CLUSTERS

Keywords: industrial cluster, fuzzy inference, membership, composition and structure of the cluster.

The article features the procedure of fuzzy inference of the composition of managed industrial clusters, including the stages of this procedure. The authors have determined the necessary and sufficient conditions for the existence of managed industrial cluster, and developed the regulatory basis for fuzzy inference system. The work describes the membership of some enterprises of Samara Region in the regional automotive cluster; a fragment of the cluster's structure is provided.

УДК 338.27 : 353

Р. Б. Ротенберг*

**Ротенберг Роман Борисович, докторант*

ФГБУН «Институт проблем региональной экономики РАН», г. Санкт-Петербург

info@iresras.ru

СОСТАВ И СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ТРАКТОВКА ОСНОВНЫХ ФУНКЦИЙ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЕМ ЭКОНОМИКИ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Ключевые слова: административно-территориальные образования, базовые функции стратегического регулирования, сценарные условия, приоритет развития, система мониторинга.

Рассмотрены проблемы стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований (АТО). Раскрываются сущность стратегического регулирования, базовые функции этого процесса для российских АТО, основные задачи, решаемые в рамках реализации этих функций. Особое внимание уделено важнейшему условию организации эффективного стратегического регулирования развитием экономики АТО – системе мониторинга.

Стратегическое регулирование можно рассматривать как специфическую функцию управления, сущность которой предлагается трактовать как целенаправленное воздействие субъекта регулирования на объект регулирования с целью достижения желаемых результатов, причём субъект регулирования развитием экономики административно-территориального образования носит сложный характер, может включать в себя структуры государственного (федерального и регионального) и муниципального регулирования, дислоцирующиеся не только на территории рассматриваемого административно-территориального образования, но и в границах России, а также за рубежом.

Такое кибернетическое понимание сущности регулирования в полной мере соответствует специфике управления техническими системами. Вместе с тем применительно к социально-экономическим системам конструктивным представляется подход, связанный с рассмотрением сущности регулирования через призму категории «взаимодействие» [2]. В соответствии с таким подходом отношения между регулирующей и регулируемой системами осуществляются не только путём воздействия первой на вторую, но и на основе их взаимодействия. Практическая реализация такой трактовки стратегического регулирования экономического развития российских административно-территориальных образований представляется весьма значимой, так как может способствовать преодолению определившейся тенденции, когда только крупный бизнес имеет реальный вес в принятии решений по определению перспектив территориального экономического развития в ущерб интересам государства, населения, мелких и средних предпринимателей.

Содержательно раскрыть сущность стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориальных образо-

ваний можно через его функции. В связи с этим отметим, что в настоящее время нет единства мнений относительно понимания термина «функции регулирования», которые, как справедливо отмечает Ю. А. Погостинский, выделяются на разных основаниях [7]. Так, М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури отмечают, что процесс управления является общей суммой всех функций [7], а А. Файоль, впервые описавший такие функции управления, как предвидение, организация, распределение, координация и контроль, так и не определил понятие «функция управления» [15].

Мы предлагаем определить функцию стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования как специфический вид управленческой деятельности, обособившийся в процессе разделения труда, выражающий его содержание в действии, направленном на достижение цели.

Для структуризации отмеченной комплексной функции стратегического регулирования используем методологический подход, предполагающий выделение в ее составе «базовых», «связующих» и «обеспечивающих» функций, причём «связующие» и «обеспечивающие» функции предназначены для реализации «базовых». Применительно к стратегическому регулированию развитием экономики административно-территориального образования мы предлагаем рассматривать в качестве базовых функций:

- формирование сценарных условий перспективного развития экономики административно-территориального образования, включающее функцию стратегического анализа основных факторов, определяющих его экономическое развитие; определение его стратегического выбора; стратегическое позиционирование административно-территориального образования;

- сценарное планирование перспективного развития административно-территориального об-

разования, включающее генерацию и анализ основных возможных сценариев развития экономики административно-территориального образования, определяемых влиянием факторов внешнего и внутреннего порядка;

- целеполагание, включающее определение стратегических приоритетов и целей развития экономики административно-территориального образования;

- реализацию стратегических приоритетов и целей экономического развития административно-территориального образования;

- организацию стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований.

В свою очередь, к «связующим» функциям системы стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования предлагается отнести функции коммуникации, мотивации и принятия управленческих решений, а к «обеспечивающим» – функции кадрового, научно-методического, информационно-аналитического и информационно-коммуникативного обеспечения.

Рассмотрим теперь вкратце основные задачи, решаемые в рамках реализации функции стратегического регулирования «формирование сценарных условий перспективного развития экономики административно-территориального образования» Здесь мы сталкиваемся с необходимостью прежде всего определить сущность понятия «сценарные условия», ибо в официальных документах зачастую просто указывается на необходимость разработки сценарных условий социально-экономического развития административно-территориального образования на долгосрочную перспективу [14], однако содержательного раскрытия сущности этого понятия не приводится.

Определение понятия «сценарные условия» представлено в [4]. Там сценарные условия трактуются как «комплекс событий, которые влияют на параметры прогноза». Нам представляется, что речь должна идти не о «событиях», которые, вообще говоря, могут и не произойти, а о возможном влиянии факторов внутреннего и внешнего для экономики административно-территориального образования характера. Поэтому под сценарными условиями развития экономики административно-территориального образования мы предлагаем понимать комплекс факторов, которые могут повлиять на характер и параметры его экономического развития в рассматриваемой перспективе.

Функция формирования сценарных условий стратегического развития экономики административно-территориального образования представляет собой интегральную функцию регулирования, в состав которой входит функция стратегического анализа результатов и факторов его пер-

спективного экономического развития. Главная цель стратегического анализа состоит, по нашему мнению, в оценке результатов экономического развития административно-территориального образования, определении сложившихся здесь тенденций развития и проблем, обусловленных действием факторов внутреннего и внешнего характера. Опираясь на результаты исследований, представленных в [9], попытаемся представить классификацию наиболее значимых, по нашему мнению, задач такого стратегического анализа.

Так, при исследовании основных результатов стратегического развития экономики административно-территориального образования, обусловленных влиянием факторов внутреннего порядка, представляется необходимым рассмотрение таких задач, как:

- анализ и оценка основных результатов улучшения качества жизни населения административно-территориального образования, рассматриваемого как главный итог развития его экономики;

- анализ и оценка результатов использования базовых и финансовых ресурсов развития экономики административно-территориального образования;

- анализ и оценка результатов использования обеспечивающих факторов развития экономического потенциала административно-территориального образования;

- анализ качества и оценка влияния действующей системы стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориального образования на результаты развития его экономики.

Среди основных задач аналитических работ, связанных с определением сложившихся тенденций развития экономики административно-территориального образования и возникающих в связи с этим проблем, отметим следующие:

- анализ и оценка степени социальной ориентации развития;

- анализ и оценка сбалансированности развития;

- анализ и оценка пропорциональности развития экономики;

- анализ и оценка безопасности экономического развития;

- анализ и оценка эффективности развития экономики.

Кроме того, исходя из специфических особенностей того или иного конкретного административно-территориального образования к развитию его экономики могут быть выдвинуты и дополнительные требования и условия. В целом состав отмеченных выше и других возможных задач логически вытекает из разработанной нами системы требований и условий, предъявляемых к развитию экономики современного российского административно-территориального образования.

Понятие стратегического выбора применительно к административно-территориальным образованиям разного вида было введено в [11] как совокупность приоритетных видов деятельности, реализация которых в рассматриваемый перспективе должна обеспечить достижение главных целей их комплексного социально-экономического развития. Поэтому функция стратегического выбора административно-территориального образования состоит в определении перспективной специализации его экономики, которая должна позволить ему эффективно решать широкий спектр существующих и прогнозируемых проблем развития в условиях действующего правового поля.

Функция стратегического позиционирования административно-территориального образования тесно связана с функцией формирования его стратегического выбора, в определенной мере развивает ее и состоит в определении места и роли конкретного административно-территориального образования в стране и мире. Результатом стратегического позиционирования административно-территориального образования является документ, который по сути своей аналогичен миссии предприятия, разрабатываемой в рамках стратегического производственного менеджмента.

Под сценарным планированием развития экономики административно-территориального образования принято понимать процесс конструирования различных возможных вариантов такого развития. Функция генерации возможных сценариев (от англ. – *scenario*) перспективного развития административно-территориальных образований состоит в описании возможных событий в будущем. Сценарии призваны отвечать на два основных вопроса: как шаг за шагом могла бы развиваться предполагаемая ситуация и какие альтернативы существуют на каждом шаге выбранного процесса [3].

В настоящее время имеются различные трактовки понятия «сценарий». Так, в известной книге [8] сценарий определяется как «метод, с помощью которого устанавливается логическая последовательность событий с целью показать, как исходя из существующей ситуации может шаг за шагом разворачиваться будущее состояние объекта исследования». По мнению авторов [6], сценарии представляют собой некоторое множество макроэкономических, ресурсных и институциональных параметров, которые оказывают существенное воздействие на перспективное экономическое развитие административно-территориального образования.

Центральный вопрос здесь состоит в том, какие параметры необходимо определять в рамках сценариев развития экономики административно-территориальных образований. Представляется, что при всем разнообразии административно-территориальных образований России на-

бор таких параметров должен включать показатели по направлениям: демография, качество жизни населения, характеристики развития местного потенциала, бюджета, инвестиций, состояние экономических институтов, инфляции, эффективность производства, состояние инфраструктуры.

В свою очередь, функция анализа базовых сценариев перспективного развития экономики административно-территориального образования состоит в определении их ожидаемой эффективности на основе предварительно сформированных критериев оценки. Функция целеполагания, включающая определение стратегических приоритетов и целей развития экономики административно-территориального образования, тесно связана с его стратегическим позиционированием, результатом которого и выступает, с известной мерой условности, миссия (качественная характеристика главной стратегической цели развития административно-территориального образования).

Большой экономический словарь определяет термин «приоритет» как преобладающее, первенствующее значение чего-либо [1]. При определении стратегических приоритетов развития экономики административно-территориального образования принципиальным является вопрос о формализации таких приоритетов. В общем виде этот вопрос обсуждается в обстоятельной монографии, подготовленной сотрудниками Института проблем региональной экономики РАН [13]. Авторы исследования отмечают, что приоритеты развития могут быть выражены в различных формах – в виде проблем развития, направлений развития, целевых ориентиров, целевых установок и целей развития и т. п.

Мы предлагаем использовать термин «приоритет» для определения наиболее важных, первоочередных в плане практической реализации общих целевых установок (качественных характеристик целей) экономического развития административно-территориального образования, при этом в основания формулировок стратегических приоритетов предлагается положить названия совокупности полюсов его перспективного развития, активизация которых намечается в рассматриваемой перспективе. Причем при назначении стратегических приоритетов экономического развития административно-территориального образования следует ориентироваться на такие направления развития, которые сохраняют или усиливают его конкурентные преимущества, реальные или потенциальные.

Что касается формирования перспективных целей развития экономики административно-территориального образования, то этот процесс можно представить как декомпозицию его миссии на локальные целевые установки в сфере экономического развития с последующим определением их количественных параметров. Сле-

дует отметить, что при реализации той или иной схемы прогнозирования стратегических целей экономического развития российских административно-территориальных образований необходимо руководствоваться принципами непротиворечивости и гармонизации.

Следование принципу непротиворечивости целей экономического развития означает, что цели стратегического развития экономики административно-территориальных образований не могут противоречить целям экономического развития более высокого иерархического уровня (в пределе – целям развития экономики России). В свою очередь, принцип гармонизации экономических интересов при определении целей развития экономики российских административно-территориальных образований разного иерархического уровня означает, что такие цели должны находиться в состоянии координации, но не подчинения низших высшим. Следование требованиям принципа гармонизации экономических интересов при решении вопросов целеполагания означает, в частности, необходимость разработки и введения в практику стратегического регулирования экономического развития российских административно-территориальных образований соответствующих координирующих процедур, использование которых должно быть регламентировано и носить постоянный характер.

Функция реализации стратегических приоритетов и целей экономического развития административно-территориальных образований предполагает создание и обеспечение эффективного функционирования механизма их достижения, методологические аспекты создания такого механизма достаточно подробно изложены, в частности, в [10].

Функция организации предусматривает нормативно-правовую регламентацию управленческой деятельности в рассматриваемой сфере экономического развития административно-территориальных образований, создание соответствующих организационных структур, осуществляющих регулирование развития экономики, закрепление ответственности и полномочий за реализацию отдельных функций стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориальных образований за конкретными звеньями организационных структур.

Экономика административно-территориальных образований как сложная система состоит из разнообразных элементов, каждый из которых характеризуется целенаправленным поведением, наличием собственных интересов и стремлением к их удовлетворению. В результате объективно возникает дисбаланс, например, между стратегическими приоритетами и целями развития экономики административно-территориального образования и экономическими интересами отдельных субъектов хозяйствования, имеющих здесь

свои собственные экономические интересы. Достижение баланса между намечаемыми целями развития экономики региона и интересами участников этого процесса реализует функция координации. Различные элементы системы стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования могут функционировать целенаправленно и согласованно только в результате координации регулирующих воздействий. Поэтому представляется целесообразным включить отмеченные выше задачи координации в состав функции организации стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования, обеспечивающей поддержание целостности рассматриваемой системы стратегического регулирования.

Коммуникацию мы рассматриваем как регулируемую деятельность по формированию и поддержанию функционирования информационных потоков, составляющих основу для принятия управленческих решений в сфере экономического развития административно-территориального образования. Значимость этой функции определяется тем очевидным обстоятельством, что качество управленческого решения не может быть выше качества информации, на которой оно базируется.

Чтобы достигнуть намеченных стратегических приоритетов и целей экономического развития административно-территориального образования, недостаточно создания организационной структуры системы стратегического регулирования и налаживания коммуникационных связей между ее элементами, необходимо заинтересовать всех участников процесса развития экономики административно-территориальных образований в получении намеченных результатов, т. е. создать соответствующую мотивацию. Мотивация как реализующая функция стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориальных образований предусматривает «побуждение к деятельности» как объекта, так и субъекта регулирования. Применительно к предмету настоящего исследования мотивацию как функцию стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований можно определить как результат целенаправленного воздействия на структуру потребностей, интересов всех участников процесса экономического развития, который и побуждает их к активной деятельности.

Функция принятия решений в сфере стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориальных образований представляет собой деятельность, предполагающую решение следующих основных задач: диагностика проблемной ситуации; определение критериев, ограничений и условий принятия ре-

гулирующих решений; разработка и выявление альтернатив регулирующих воздействий; выбор альтернативы как принятие решения; реализация решения. По существу, речь идёт о стандартной процедуре, отражающей процесс принятия управленческих решений, однако реализация рассматриваемой функции системой стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования требует дополнительного обсуждения.

Дело в том, что типы реакций развивающейся экономики административно-территориального образования на различные изменения факторов внутреннего и внешнего характера, безусловно, не могут быть одинаковыми. Так, при малых возмущениях система стратегического регулирования развитием экономики административно-территориального образования вырабатывает управленческие воздействия, способствующие возвращению ее в прежнее состояние благоприятного развития в смысле выработанных критериев в рамках принятой стратегии. В случае значимых возмущений (существенные изменения ситуации на внешних рынках, принципиальные изменения в сфере законодательства и т. п.) система регулирования вынуждена пересмотреть ранее принятую стратегию развития экономики административно-территориального образования, выработать новую адаптивную стратегию экономического развития и обеспечить ее реализацию с минимальными социальными ущербами и экономическими потерями.

Рассмотрим теперь вкратце содержание основных функций, обеспечивающих функционирование систем стратегического регулирования развитием экономики российских административно-территориальных образований разного ранга. Одно из ведущих мест занимает здесь функция кадрового обеспечения регулирующих экономическое развитие структур, что актуализирует в первую очередь вопросы подготовки кадров для таких структур. Новизна задач стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований в условиях постоянных политических и экономических трансформаций, вызванных зачастую факторами внешнего характера, недостаточный профессионализм территориального менеджмента затрудняют правильное понимание им целей и задач стратегического регулирования экономическим развитием, возможность своевременно принимать необходимые регулирующие решения. Основной акцент при подготовке кадров территориального менеджмента целесообразно, на наш взгляд, сделать на обучении в системе дополнительного профессионального образования, причем такое обучение должно носить периодический характер, ибо знания недолговечны. Принято считать, что за свою трудовую деятельность специалист должен полностью переучи-

ваться как минимум 4-5 раз, в итоге непрерывное образование становится нормой и стилем жизни.

Обобщение опыта подготовки кадров стратегического территориального регулирования экономическим развитием показывает, что профессионалы зачастую жалуются, что знания, которые они получили в образовательном учреждении, не могут быть применены на практике немедленно. Причин этому положению много, причем главная из них – слабая или вообще отсутствующая структуризация массива обучаемых, недостаточная «привязка» задач обучения к функциям, выполняемым обучаемыми в рамках рассматриваемой системы стратегического регулирования развития экономики.

Представляется, что в результате обучения чиновники, в обязанности которых входит решение проблем стратегического регулирования развитием экономики административно-территориальных образований, общем случае, во-первых, должны отвечать общим квалификационным требованиям действующего государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности 061000 «Государственное и муниципальное управление»; во-вторых, получить специальную навыки и знания по разработке и реализации соответствующих документов стратегического регулирования развитием экономики.

Организация эффективной системы стратегического регулирования экономическим развитием конкретного административно-территориального образования предполагает четкое разграничение полномочий между различными иерархическими уровнями национальной системы стратегического регулирования экономическим развитием. В этой ситуации требования к профессиональной подготовке кадров территориального экономического менеджмента только возрастают, ибо в условиях существующей неопределенности необходимо хорошо знать не только «свой маневр», но и права, обязанности, реальные возможности коллег, находящихся на других иерархических уровнях стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориальных образований.

Успешная реализация системой стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориального образования управления закрепленных за ней функций предполагает наличие соответствующих научно-методических материалов, направленных на обеспечение методической поддержки их выполнения. Речь идет прежде всего о методических рекомендациях по выполнению всей совокупности задач, возложенных на систему стратегического регулирования развития.

Важнейшим условием организации эффективного стратегического регулирования развитием экономики административно-территориаль-

ного образования является наличие полной, достоверной и своевременной информации о процессах, протекающих в различных отраслях и сферах его хозяйства, что обуславливает необходимость создания системы информационно-аналитической поддержки стратегического регулирования – системы мониторинга.

Существуют различные трактовки термина «мониторинг». В узком смысле под мониторингом принято понимать организацию системного наблюдения за ходом и характером изменений в рассматриваемой сфере. Однако более конструктивным представляется использовать трактовку мониторинга, в соответствии с которой в его рамках решаются задачи наблюдения, оценки, анализа и прогноза ситуации, складывающейся в рассматриваемой сфере, подготовки регулирующих решений, направленных на преодоление негативных и поддержку позитивных тенденций [12]. Такое понимание мониторинга позволяет говорить о нем как об инструменте информационно-аналитической поддержки системы стратегического регулирования развитием экономики. Главная цель мониторинговой системы состоит в обеспечении структур стратегического регулирования полной, своевременной и достоверной информацией об экономической и социальной ситуации, складывающейся в экономике административно-территориального образования, для формирования управленческих воздействий, направленных на поддержку позитивных и ослабление негативных тенденций.

Очевидно, что при организации и функционировании рассматриваемой мониторинговой системы необходимо соблюдение общих требований к используемой информации: речь идет об ее полноте, достоверности, своевременности.

Организационно рассматриваемая мониторинговая система может представлять собой информационную сеть, включающую ее ядро, например информационно-аналитический центр, на котором будет лежать ответственность за выполнение всех перечисленных ранее задач стратегического регулирования развития экономики административно-территориального образования, а также другие информационные системы и базы данных, которые будут выполнять функции поставщиков информации.

В современных условиях формирования в России гражданского общества, возрастания роли общественности успешное функционирование системы стратегического регулирования экономическим развитием административно-территориального образования требует создания информационно-коммуникационного обеспечения. С учетом отмеченного принципиального обстоятельства перед системой стратегического регулирования развитием экономики стоит две группы задач: с одной стороны, необходимо обеспечить вовлеченность граждан в решение проблем экономического развития «своего» административно-территориального образования; с другой – успешная реализация территориальным экономическим менеджментом своих функций зависит от уровня общественной поддержки. Отсюда вытекают два основных принципа организации информационно-коммуникативной поддержки системы стратегического регулирования экономическим развитием: территориальный менеджмент должен отчитываться о своей деятельности перед «своим» населением, эффективное территориальное регулирование развития экономики требует активного участия и поддержки населения.

Список литературы

1. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. – 5-е изд., доп. и пер. – М. : Институт новой экономики, 2002.
2. Виханский О. С. Проблемы развития управления общественным производством. – М., 1991.
3. Государственное стратегическое управление. Сценарии для России. – М. : ООО НВП «ИНЭК», 2009.
4. Лукьянова М. Н. Сценарное планирование в государственном и муниципальном управлении : учеб. пособие. – М. : ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. М. Плеханова», 2012.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. – М. : Дело, 1992.
6. Минакир П. А., Демьяненко А. Н. Региональное сценарное прогнозирование // Федерализм. – 2012. – № 1.
7. Погостинский Ю. А. Системный анализ функций стратегического управления. – СПб. : СПбГАУ, 2006.
8. Рабочая книга по прогнозированию / И. В. Бестужев-Лада (отв. ред.). – М. : Мысль, 1982.
9. Ротенберг Р. Б. Развитие экономики административно-территориальных образований как объект стратегического регулирования. – СПб. : ИПРЭ РАН, 2013.
10. Ротенберг Р. Б., Рохчин В. Е. Формирование механизма реализации стратегических приоритетов и целей развития экономики в федеральном округе: методологический аспект // Вестник Российской академии естественных наук. – 2012. – № 2 (16).
11. Рохчин В. Е. Формирование стратегического выбора региона: методологический аспект // Школа гуманитарных наук. – 1997. – № 2.

12. Рохчин В. Е., Жилкин С. Ф., Знаменская К. Н. Стратегическое планирование развития городов России: системный подход. – 2-е изд., пер. и доп. – Тольятти : ТГУ, 2010.

13. Стратегические приоритеты регионального развития: от теории к принципам формирования единого социально-экономического пространства / под ред. В. В. Окрепилова ; Институт проблем региональной экономики РАН. – СПб. : Наука, 2009.

14. Техническое задание Комитета по экономической политике и стратегическому планированию Администрации Санкт-Петербурга на выполнение научно-исследовательской работы на тему «Разработка сценарных условий социально-экономического развития Санкт-Петербурга на долгосрочную перспективу с расчетом основных показателей до 2040 г.».

15. Файоль А. Общее и промышленное управление. – Л. – М. : Книга, 1924.

R. B. Rothenberg*

**Rothenberg Roman, doctoral candidate*

of FGBUN «Institute of Regional Economy of RAS», St. Petersburg

info@iresras.ru

**COMPOSITION AND INTERPRETATION OF THE MAIN FUNCTIONS
OF THE STRATEGIC MANAGEMENT OF ECONOMIC DEVELOPMENT
OF ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL ENTITIES**

Keywords: administrative-territorial entities, basic functions of strategic management, scenario conditions, development priority, monitoring system.

The article considers the problems of strategic management of economic development of administrative-territorial entities (ATE). The work reveals the essence of strategic management, basic functions of this process for Russian ATEs, as well as main problems being solved through the implementation of these functions. Particular attention is paid to the most important condition of the organization of effective strategic management of ATEs economic development, i.e. monitoring system.

© Ротенберг Р. Б., 2014

УДК 330.322

Л. И. Ерохина*

**Ерохина Лидия Ивановна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
rector@tolgas.ru*

Н. М. Ченцова*

**Ченцова Наталья Михайловна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
sireny357@mail.ru*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ Г. О. ТОЛЬЯТТИ

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, Тольятти, инвестиционные программы, перспективы инвестиционного развития.

Инвестиционная активность характеризуется интенсивностью и масштабом инвестиционной деятельности в регионе. Под инвестиционной привлекательностью понимают интегральную характеристику потенциала отдельных предприятий, отраслей, регионов генерировать доход на вложенные инвестиции с учетом уровня инвестиционных рисков. Следовательно, инвестиционная привлекательность определяется одновременным воздействием двух групп факторов: факторов инвестиционного потенциала и факторов инвестиционных рисков.

В настоящее время инвестиционная привлекательность региона и города определяет степень его конкурентоспособности. Приток инвестиций в регион создает предпосылки для роста производительности труда и качества жизни его населения. Вместе с тем стабильность благоприятных условий для инвестирования является важнейшим фактором инвестиционной привлекательности [1, с. 140].

На территории городского округа Тольятти реализуются крупные инвестиционные проекты, такие как создание особой экономической зоны промышленно-производственного типа на территории муниципального района Ставропольский, создание Тольяттинского промышленно-технологического парка, создание технопарка в сфере высоких технологий «Жигулёвская долина» и другие.

Частные инвестиции приходят в город в основном в сферу развлечений и ретейл, в этой работе мы рассматриваем факторы, влияющие на инвестиционный климат городского округа, и предлагаем мероприятия, реализация которых позволит привлечь инвестиции в те сферы экономической деятельности, которые соответствуют стратегии развития городского округа Тольятти.

В целях обеспечения устойчивого развития экономики, повышения уровня и качества жизни населения городского округа Тольятти в 2010 году был разработан комплексный инвестиционный план (КИП). В настоящее время по факту выявлено, что реализация некоторых инвестиционных проектов КИП идет очень слабо. Есть проекты, которые до сих пор находятся в поисках инвестора, кредитных ресурсов, в ожидании выделения финансирования из федерального бюджета, в связи с чем их реализация приостановлена.

В 2011–2012 годах наблюдалось общее снижение инвестиционной активности в городе. Это обуславливает необходимость поиска дополнительных мер поддержки инвесторов на региональном уровне.

Для того, чтобы переломить тенденцию, чиновники намерены приготовить для инвесторов в ближайшие три года не меньше трех инвестиционных площадок, кроме того, упор будет сделан на внешний пиар города: департаменту градостроительной деятельности поручено разработать маркетинговую стратегию «Бренд Тольятти», запланировано участие города в многочисленных бизнес-выставках, ярмарках, презентациях.

Мэрией утверждена муниципальная программа «Повышение инвестиционной привлекательности и создание условий для инновационного развития городского округа Тольятти на 2014–2016 годы» от 28.12.2012 № 3755-п/1. В задачи программы входят разработка и реализация мер маркетинга территории и имиджевой политики, разработка пакета информационной поддержки и освещения результатов инвестиционной деятельности и инвестиционного потенциала [2]. На ее реализацию город планирует выделить 21,1 млн рублей. В частности, в 2014 году будет выделено 8,3 млн рублей, в 2015-м – 6,5 млн рублей, в 2016-м – 6,3 млн рублей. Ожидается, что благодаря повышению инвестиционной привлекательности Тольятти увеличатся объемы инвестиций в основной капитал по крупным и средним предприятиям, вырастет количество малых предприятий, повысится рейтинг инвестиционной привлекательности города среди муниципальных образований РФ.

Кроме этого, согласно программе должна быть создана система управления социально-

экономическим развитием Тольятти, а также обеспечен рост доли продукции инновационного характера в общем объеме отгруженных товаров собственного производства. Заказчиками программы являются: департамент экономического развития, департамент градостроительной деятельности, ДУМИ, департамент информационных технологий и управление международных и межрегиональных связей.

Следует отметить, что дополнительные средства будут выделены в рамках действующей долгосрочной целевой программы «Повышение инвестиционной привлекательности городского округа Тольятти на 2013–2015 годы». В частности, предусмотрено выделить 4,8 млн рублей на участие мэрии в выставках, ярмарках, конференциях, форумах по инвестиционной тематике, презентации инвестиционных возможностей. В 2013 году чиновники освоют почти 1,5 млн рублей, в 2014-м и 2015 годах – по 1,7 млн рублей [4]. Ранее планировалось выделять на презентацию города по 500 тысяч рублей, причем представлять Тольятти на данных мероприятиях должны были только специалисты департамента экономического развития.

Однако есть и трудности, связанные с финансированием ряда инвестиционных проектов. Из-за финансовых сложностей не будет разработана городская система визуальной идентификации. Также не будут создаваться карты инвестиционной привлекательности, буклеты и листовки о Тольятти, форумы по привлечению инвестиционных ресурсов и интернет-ресурсов («ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Twitter»). Однако в 2014-м и 2015 годах будет выделено по 200 тысяч рублей на публикацию материалов об инвестиционном потенциале Тольятти в деловой среде РФ и за рубежом. Всего на реализацию программы будет потрачено 10 млн рублей.

На передовые инструменты привлечения денег и способы общения с инвесторами решено переключиться в связи с недостаточно эффективной работой существующей инвестиционной инфраструктуры. На сегодняшний день на территории городского округа Тольятти уже существует инфраструктура поддержки инвесторов в вопросах инвестиционной деятельности, это:

- МАУ «АЭР» (инновационный бизнес-инкубатор). Приоритетом в развитии бизнес-инкубатора до 2020 года является поддержка предпринимателей, занимающихся внедрением и разработкой инновационных проектов (технологий и продуктов). В связи с этим формируется стратегия развития бизнес-инкубатора.

Бизнес-инкубатор Тольятти представляет собой комфортную обустроенную площадку, инфраструктурой которой на льготных условиях может пользоваться компания-резидент (арендатор). Для молодых проектов это реальная возможность сэкономить на аренде и обустройстве

офисов. Резидентом бизнес-инкубатора Тольятти становятся перспективные компании, обладающие потенциально высокой окупаемостью и инвестиционной привлекательностью.

- Торгово-промышленная палата города Тольятти, одной из целей которой является урегулирование отношений предпринимателей с их социальными партнерами, развитие всех видов предпринимательской деятельности, инвестиционного, торгово-экономического сотрудничества организаций и предпринимателей городского округа Тольятти.

- Общественный совет по стратегическому планированию при Думе городского округа Тольятти, который создан с целью обеспечения согласованности интересов различных социальных групп городской общественности и органов местного самоуправления при разработке и реализации стратегического плана и входящих в него проектов.

В настоящее время между данными органами и органами местного самоуправления нет сбалансированности по рассмотрению проектов и работе с инвесторами. В связи с этим необходимо рассмотреть возможность разработки единого механизма работы с инвестиционными проектами.

Бюджет реализации этих мероприятий относительно скромный: 4,1 млн рублей на три года. 400 тысяч рублей будут направлены на консультирование департамента экономического развития о том, как развивать инновационную деятельность в городе. 500 тысяч рублей потратят на участие в бизнес-выставках, во столько же обойдется проведение инвестиционного форума.

Результаты воплощения программы в жизнь должны быть впечатляющими. Привлечение инвестиций в основной капитал крупных и средних предприятий города должно постоянно расти. В 2013 году инвестиции составили 26,4 млрд рублей, в 2014 году – 28,1 млрд, в 2015 году – 34,6 млрд. В 2012 году уровень инвестирования зафиксирован в районе 25,9 млрд рублей, а в 2011 году в основной капитал городских компаний было вложено 22,9 млрд рублей.

Отдельно следует сказать о планах мэрии г. о. Тольятти об увеличении числа малых предприятий в городе – с 1,47 тыс. компаний в 2013 году до 1,74 тыс. в 2015-м. В связи с этим в г. о. Тольятти разработана долгосрочная целевая программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе Тольятти на 2010–2015 гг.», которая ориентирована на поддержку малого и среднего предпринимательства и создание 8 тыс. ед. новых рабочих мест. Программа направлена на предоставление субсидий или грантов с целью создания юридическими, физическими лицами и индивидуальными предпринимателями собственного

бизнеса, что осуществляется на безвозмездной и безвозвратной основе [3].

Динамика инвестиций в г. о. Тольятти в прошедший 2013 год определялась как общим повышением инвестиционной активности в регионе, так и реализацией крупных инвестиционных проектов. На рост инвестиций оказала влияние проведенная правительством Самарской области в 2012-м и 2013 годах работа по улучшению инвестиционного климата, в частности принятие дополнительных мер господдержки инвесторов, применение принципа проектного управления, кураторство приоритетных инвестиционных проектов и оперативный контроль за ходом их реализации, начало внедрения основных составляющих стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата, разработанного Агентством стратегических инициатив.

В 2014 году продолжится реализация наиболее значимых для г. о. Тольятти и Самарской области в целом проектов – создание особой экономической зоны промышленно-производственного типа и технопарка в сфере высоких технологий «Жигулевская долина».

В настоящее время резидентами ОЭЗ являются 12 компаний, которые намерены реализовать проекты с общим объемом инвестиций более 13 млрд рублей и предусматривающие создание порядка 4,6 тыс. новых рабочих мест.

Технопарк в сфере высоких технологий «Жигулевская долина» – один из ключевых стратегических проектов для Самарской области, реализуемый в рамках государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий». Проект технопарка «Жигулевская долина» в сфере высоких технологий направлен на создание благоприятной среды для инновационного развития и модернизации экономики Самарской области, создание новых рабочих мест и диверсификацию экономики Тольятти, интеграцию науки, образования, финансовых институтов, предприятий и предпринимателей.

Технопарк станет местом взаимодействия предпринимателей с федеральными, региональными, муниципальными органами власти и институтами развития Российской Федерации. В рамках проекта планируется создание 100–150 компаний общим объемом более трёх тысяч рабочих мест.

Инфраструктура технопарка «Жигулевская долина» включает в себя объекты разной технологической направленности общей площадью 55,5 тыс. кв. м. Ведется активное строительство объектов первой очереди технопарка, на объектах второй очереди выполнено устройство фундаментов. В настоящее время 57 проектов получили положительную оценку экспертного совета

и 50 компаний получили одобрение на присвоение статуса резидентов технопарка «Жигулевская долина».

Особые экономические зоны представляют собой интегрированный инструмент экономического развития. Созданные государством особые территории наделены особым юридическим статусом и экономическими льготами, способствующими привлечению российских и зарубежных инвесторов в приоритетные для России отрасли.

Расположенный на 660 га вблизи ОАО «АВТОВАЗ» ОЭЗ «Тольятти» представляет собой часть территории Российской Федерации, где в соответствии с определением Правительства Российской Федерации может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны и действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности.

Благодаря этому проекту возможно изменение структуры экономики г. о. Тольятти и Самарской области, обеспечение социально-экономического роста за счет выпуска товаров, востребованных как на отечественном, так и на различных внешних рынках. Все это откроет новые возможности для инвестиционного развития.

В 2014–2016 годах на социально-экономическое развитие всех городских округов Самарской области окажет влияние исчерпание факторов, определявших восстановительный подъем в предыдущие годы и способность существенно наращивать свой инвестиционный потенциал. Повышению технологического потенциала и экономическому росту в г. о. Тольятти будет способствовать реализация программ развития отраслевых кластеров (аэрокосмического, автомобильного, химического, нефтедобывающего, транспортно-логистического), создание особой экономической зоны промышленно-производственного типа в муниципальном районе Ставропольский, технопарка в сфере высоких технологий «Жигулевская долина», индустриального парка «Тольяттисинтез» в г. о. Тольятти, областного технопарка «Самара». Кроме того, планируемая разработка и реализация федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Самарской области на основе Самарско-Тольяттинской агломерации до 2018 года» может дать мощный импульс в развитии городских округов Самары и Тольятти.

Для поддержания высокого уровня инвестиционной привлекательности г. о. Тольятти необходимо:

- поддерживать благоприятный инвестиционный климат города в долгосрочной перспективе (пять-десять лет);
- ограничивать государственное регулирование инвестиционного процесса региона; основной акцент в этой связи следует сделать на развитии инфраструктуры, создании условий для

интеграции бизнеса и его развития, прямые меры вмешательства и регулирования бизнеса по возможности исключить;

- строить отношения бизнеса и власти на принципах партнерства: доходный и процветающий бизнес формирует бюджетные доходы и положительные социальные эффекты, власть, в свою очередь, должна содействовать привлечению и развитию всех видов бизнеса в виде политики стимулирования и преференций как для крупного, так и для малого и среднего бизнеса; особое внимание в современных условиях необ-

ходимо уделить развитию форм и методов государственно-частного партнерства;

- разработать формы и механизмы эффективной интеграции бизнеса, в том числе на основе кластерного подхода.

Таким образом, инвестиционная привлекательность г. о. Тольятти определяется комплексом региональных и муниципальных условий и является результатом деятельности и взаимодействия всех участников и заинтересованных лиц инвестиционного процесса, включая бизнес, региональные власти, население и др.

Список литературы

1. Камалтдинова Р. М. Управление инвестиционной привлекательностью региона в современных условиях / Р. М. Камалтдинова, В. Н. Леонов // Российское предпринимательство. – 2012. – № 7 (205). – С. 140-144.
2. Муниципальная программа «Повышение инвестиционной привлекательности и создание условий для инновационного развития городского округа Тольятти на 2014–2016 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dumatlt.ru/analytics/programma_goroda.php
3. Постановление мэрии г. о. Тольятти «О внесении изменений в Постановление мэрии городского округа Тольятти от 14.12.2009 г. № 2810-п/1 «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства городского округа Тольятти на 2010–2015 годы» от 05.08.2010 г. № 2141-п/1 [Электронный ресурс] // Кодекс. – 2014. – 741 Кб.
4. Постановление мэрии г. о. Тольятти «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Повышение инвестиционной привлекательности городского округа Тольятти на 2013–2015 годы» (с изменениями на 25 сентября 2013 года) от 28.12.2012 г. № 3755-п/1 [Электронный ресурс] // Кодекс. – 2014. – 583 Кб.

L. I. Erokhina*

**Erokhina Lidia, Doctor of Economics, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti rector@tolgas.ru*

N. M. Chentsova*

**Chentsova Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti sirenity357@mail.ru*

DEVELOPMENT PROSPECTS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF TOGLIATTI

Keywords: investment attractiveness, Togliatti, investment programs, prospects for investment development.

Investment activity is characterized by the intensity and scope of investment in the region. Under the investment attractiveness we understand the integral characteristic of the capability of individual companies, industries and regions to generate income on investments considering the level of investment risks. As a result, investment attractiveness is determined by simultaneous influence of two groups of factors: investment potential and investment risks.

© Ерохина Л. И., Ченцова Н. М., 2014

УДК 330.322.14

А. В. Жигулев***Жигулев Артем Владимирович, ведущий экономист**ОАО «Мой Банк.Ипотека», г. Уфа**Zhigulev-Artem@mail.ru*

МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ КАК СТИМУЛЯТОР РАЗВИТИЯ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ключевые слова: размещение материнского капитала, повышение грамотности населения, повышение доступности дошкольного образования, привлечение дополнительных средств в сферу образования и банковский сектор.

Рассматривается возможность инвестирования и поддержки дошкольного образования в рамках системы образования, а также возможности перераспределения денежных потоков со стороны государства, по средствам коммерческих банков, в ту или иную отрасль экономики.

За последнее время система дошкольного воспитания содержательно обновилась. Дошкольные учреждения на сегодняшний день работают не по единой программе, как это было ранее, а по ряду новых направлений и педагогических технологий, которые создаются коллективно или конкретным автором. Такие изменения способствуют развитию предприимчивости, активности педагогов и их творческого подхода к воспитанию детей. К тому же стоит отметить, что применяемые к воспитанию и развитию детей программы чаще отличаются по принципиальным подходам. В одном случае внимание преимущественно направлено на обучение, исключая возможность самостоятельной деятельности детей, в другом – поучительные примеры и задачи решаются только в игре, что крайне не результативно в понятии обучения детей. Большинство современных педагогических технологий разрабатывается без учета возрастных возможностей детей, при этом перегружая и завышая требования к ним многочисленными обязательными занятиями. Такой подход приводит к нарушению обычного режима дня, к регулярному утомлению, и впоследствии может ухудшиться и без того плохое состояние здоровья детей.

Согласно проводимой реформе образования детям следует идти в среднее учебное заведение с 6,5 до 8 лет, основываясь на уровне их готовности к обучению, общего состояния здоровья и желания родителей. Хотелось отметить, что в ряде других стран ведется политика убеждения родителей на необходимость отдавать детей в средние учебные заведения с 6 лет в общем потоке, несмотря на уровень зрелости ребенка и компетентность в работе преподавателей с детьми дошкольного возраста, а также отсутствие условий для самостоятельной деятельности детей, проведения игр, совершения прогулок и др.

Воздействие, оказанное со стороны школы, значительно повлияло на организацию жизни детей в дошкольном учреждении. Ценность дошкольного детства отошла на второй план, при-

оритетным стало узконаправленная подготовка к школе. Времяпровождение детей в ДОУ становится строго упорядоченным, обязанности воспитателя, которого дети раньше воспринимали главным человеком, стали выполняться дополнительно работающими педагогами: экологами, преподавателями рисования, инструкторами по физкультуре, режиссерами и др. При этом подходе к воспитанию детей теряется смысл детского сада, где раньше ребенок мог заниматься интересными развивающими делами, быть самим собой, находясь под руководством воспитателя, знающего все особенности и характер данного ребенка; такое значимое изменение в дошкольной жизни приведет к разрушению детского сообщества.

Важно отметить, что в связи с увеличением в детских садах штата сотрудников (педагогов), которые специализируются в той или иной области, для государства происходит существенное удорожание содержания детей в дошкольных учреждениях. Стоит заметить, что ранее с задачей воспитания и развития детей в детских садах безупречно справлялись воспитатели и музыкальный работник.

Исходя из вышеизложенного, приходим к тому, что семья является важнейшей ячейкой в нашем современном обществе, социальным институтом и небольшой социальной группой. Понятие «семья – ячейка общества» считается наиболее политизированным, оно демонстрирует внимание, оказываемое государством и обществом. На самом деле это выражение представляет возможным ассоциировать понятие семья в своем роде с «клеткой в организме общества». Наибольшую роль в моделировании взаимоотношений между людьми играет семья, которая является основополагающей ячейкой современного общества и впоследствии перекладывается в иные сферы жизни общества. Семья предстает как некий социальный институт, поскольку сохраняет внутри себя устойчивые, исторически сложившиеся взаимосвязи.

Как правило, молодые семьи задумываются о втором ребенке лишь потому, что есть материнский капитал, который, как правило, направляется на погашение ипотечного займа, но не на образование и развитие ребенка. Поэтому стимулирование рождаемости, по мнению автора, должно производиться следующими путями:

- выделение денежных сумм на каждого ребенка;

- улучшение условий жизни семьи.

Теперь необходимо более подробно разобрать каждое направление стимулирования рождаемости с конкретными предложениями.

На данный момент выделяется 408960 рублей при рождении второго ребенка, которые сразу же используются как первоначальный взнос в ипотеку. Поэтому предлагается установить сумму материнского капитала в размере 200000 рублей за каждого ребенка и возможность использования только на развитие ребенка, т. е. образовательные цели. В лечении заболеваний у маленьких граждан в любом случае должно принимать участие государство.

При выделении 200000 рублей из федерального бюджета должны производиться ежегодная индексация материнского капитала и начисление надбавки из регионального бюджета в зависимости от стоимости образовательных услуг в том или ином регионе.

После рождения должен открываться лицевой счет на каждого из маленьких граждан в кредитном учреждении с обязательным страхованием сбережений в агентстве по страхованию вкладов.

Средства будут размещаться на конкурсной основе среди кредитных учреждений с начислением и повторением тендера один раз в год. Данная процедура обеспечит каждому ребенку возможность получать бесплатное дошкольное образование, а затем откладывать остаток суммы на факультативные занятия в школе либо на обучение в высшем образовательном учреждении. Схема отношений между представителем ребенка, ДООУ и кредитной организацией представлена ниже:

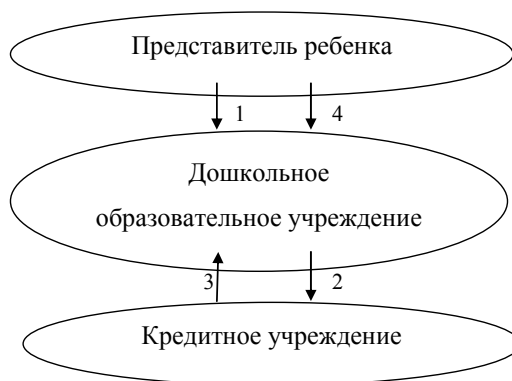


Рис. 1. Взаимоотношения при финансировании образовательных услуг

1 – представитель ребенка выбирает дошкольное образовательное учреждение и оставляет заявку для получения услуг. При этом оговаривается стоимость за первый год и возможная поправка на последующие годы;

2 – ДООУ собирает заявки и отправляет копии в кредитное учреждение и в районную администрацию (для учета);

3 – кредитное учреждение обрабатывает заявку, получает подтверждение от районной администрации (проверка наличия необходимых условий для оказания услуг) и представителя ребенка, ознакомившегося с результатами проверки. После проведения необходимых процедур ДООУ на расчетный счет поступают денежные средства за первый год;

4 – ДООУ по прошествии года выставляет счет на оплату второго года исходя из своих фактических расходов и составленной заявки. Представитель рассматривает возможность продол-

жения договора, в случае положительного решения процедура повторяется.

Остаток денежных средств после обучения в ДООУ также на конкурсной основе размещается в кредитном учреждении. Использование средств до 18 лет может быть на образовательные цели, а после выдаются в кредитном учреждении.

При выборе кредитного учреждения государственным органам необходимо руководствоваться следующими критериями:

- кредитное учреждение не является дочерним предприятием или филиалом иностранных учреждений;

- размещаемые средства должны вкладываться в проекты только на территории Российской Федерации;

- размещаемые средства можно конвертировать в акции и облигации компаний на 100% принадлежащих гражданам Российской Федерации и Правительству РФ (в т. ч. в государственные ценные бумаги).

Эти меры помогут развитию экономики, стимулированию научных исследований и как результат увеличат производительность труда. Таким образом, государство не только проявит заботу о своих «маленьких гражданах», но и получит средства для развития разнообразных секторов экономики.

Для наглядности необходимо проследить движение денежных средств с самого начала, а именно с момента перечисления материнского капитала при рождении первого ребенка, т. е. 200000 рублей.

Необходимо обратить внимание на депозитные ставки в кредитных учреждениях на срок один год на сегодняшний момент (апрель 2013 года): ЗАО «Банк Русский Стандарт» – 11,5%; ЗАО «АКБ Абсолют Банк» – 10%; ЗАО «Банк ВТБ 24» – 7,75%; ОАО Сбербанк России – 7,25%; ОАО «АКБ Росбанк» – 9,3%. Средняя процентная ставка на год составляет 9,16%.

При открытии вклада на имя ребенка на сумму 200000 рублей с пролонгацией каждый год на срок три года под 9,16 процентов, что составит 260148,04 рублей. Средняя стоимость одного месяца пребывания ребенка в ДОУ составляет 10000 рублей по городу Уфа на срок 9 месяцев, т.е. 90000 рублей. При учете процентной ставки по вкладу после поступления ребенка в детское учреждение после обучения за первый год на счете останется 185733,6 рублей, после второго – 104502,79 рублей, после третьего – 15831,25 рублей. Т.е. если у ребенка начинаются факультативные занятия в школе в девятом классе, то сумма денежных средств на его счете при неизменных условиях составит 34383,24.

Остаточную сумму можно вкладывать в дальнейшее развитие ребенка, а именно в высшее образование, развивающие курсы (прошедшие аттестацию в государственных органах), либо как стартовый капитал к совершеннолетию ребенка с письменного разрешения опекуна или родителя.

В наше время под словом инновация принято понимать новейшие исследования и разработ-

ки в сфере науки и техники. Но не каждый понимает, что и в социальной сфере уместна и необходима инновация [1]. Является ли материнский капитал инновацией? Безусловно, ведь в социальной сфере защиты семьи это принципиально новое и конструктивное направление. Существуют преимущества и недостатки в системе материнского капитала. Основное преимущество, в том, что государство (хоть и под давлением сложившейся тяжелой демографической и социально-экономической ситуации) приняло решение оказывать дополнительную поддержку семьям. Есть и недостаток, он заключается в довольно маленькой распространенности (охват населения). Данная поддержка распространяется на нуждающиеся в помощи семьи, в которых рождают второго и последующих детей, но без такой поддержки остаются семьи с невысоким уровнем доходов, в которых имеют только одного ребенка. Стоит заметить, что уже сейчас чувствуются последствия принятия закона о выплате материнского капитала.

Подводя итоги, необходимо сделать несколько важных выводов:

- особую значимость играет поддержка семьи, так как помимо непосредственного воспроизводства населения семья обеспечивает ребенку необходимое воспитание и уход [2];
- поддержка семей носит форму как материальной, так и нематериальной помощи;
- экономическая поддержка семьи является одним из способов стимулирования рождаемости;
- но не стоит забывать, что институт семьи в современном обществе сталкивается не только с экономическими проблемами.

Рассмотренная тема актуальна и считается интересной как объект для дальнейших исследований, направленных на научное осмысление социального института семьи, выработку государственной семейной политики, формулирование практических рекомендаций социальным службам и другим компетентным органами.

Список литературы

1. Башмачникова Е. В. Воспроизводственный подход к проблеме развития территории // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2013. – № 4. – С. 10-11.
2. Башмачникова Е. В., Корчагин П. В. Развитие воспроизводственного подхода к проблеме экономического роста // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2013. – № 4. – С. 12-13.
3. Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей».
4. Закон об образовании : ред. № 69 от 12.11.2012, последняя ред., действующая ред.
5. Федеральный закон от 08.05.2010 № 83-ФЗ.
6. Банковский информационный портал [Электронный ресурс]. – www.banki.ru

*A. V. Zhigulev**

**Zhigulev Artem, Chief Economist of JSC «Moy Bank.Ipoteka», Ufa*

Zhigulev-Artem@mail.ru

MATERNITY CAPITAL AS STIMULANT OF PRESCHOOL EDUCATION DEVELOPMENT

Keywords: allocation of maternity capital, raising literacy of population, raising availability of preschool education, raising additional funds for education and banking.

The article considers possibility of investment and support of pre-school education in the education system, as well as the possibility of redistribution of cash flows from the state by means of commercial banks in a particular sector of economy.

© Жигулев А. В., 2014

УДК 338.46

Е. Н. Гутюк*

*Гутюк Елена Назировна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Ключевые слова: образовательные услуги, маркетинг в образовании, имидж образовательного учреждения, событийный маркетинг.

Представлены особенности продвижения образовательных услуг в современных условиях с использованием инновационных технологий.

Маркетинг в образовании можно рассматривать как управленческий процесс, направленный на создание услуг, формирование ценовой стратегии и средств продвижения на рынке для удовлетворения потребностей покупателей, организации и общества в целом. Целью маркетинговой деятельности образовательных учреждений на региональном уровне является оказание потребителям качественных услуг, нацеленных на удовлетворение всех заинтересованных сторон.

Образовательные организации являются полноправными субъектами рыночной экономики, т. к. производят интеллектуальную продукцию, услуги и реализуют их на рынке образовательных услуг. Интеллектуальная составляющая образовательного процесса приводит к востребованности образовательных услуг, но при этом рынок

образовательных услуг достаточно динамичен, подвержен циклическим колебаниям, связанным как с обновлением законодательной базы, с одной стороны, и снижением рождаемости – с другой.

Так, в г. Тольятти в период с 2009-го по 2013 год только из одной школы процент поступивших в высшие учебные заведения других городов вырос с 37% в 2009 году до 66% в 2013 году. Такая динамика показывает, что в условиях современного экономического положения могут выжить только те образовательные учреждения, которые готовы, изучив потребности заинтересованных сторон, предложить наиболее востребованные услуги.

Профессиональное определение выпускников 11-х классов 2009–2013 гг. в сш № 94 г. Тольятти показано в табл. 1.

Таблица 1

Профессиональное определение выпускников 11-х классов 2009–2013 гг. в сш № 94

	2008–2009		2009–2010		2010–2011		2011–2012		2012–2013	
	Всего	%	Всего	%	Всего	%	Всего	%	Всего	%
Количество выпускников 11 кл.	62	100%	55	100%	68	100%	67	100%	68	100%
Поступили в вузы	59	95%	53	96%	67	99%	64	95,5%	63	93%
Из них:										
На бюджет	34	58%	37	69%	50	75%	37	58%	43	68,3%
На внебюджет/договор	25	42%	17	31%	17	25%	27	42%	20	31,7
УВПО г. Тольятти	37	63%	27	51%	28	42%	21	33%	25	36,8%
УВПО др. городов	22	37%	26	45%	39	58%	42	66%	38	55,9%
Обучение за рубежом							1	1,5%	1	1,5%
УСПО			2	4%	0	0%	3	4,5%	1	1,5%
Не определились					1	1,5%	0	0%		

При этом активное развитие информационного общества, а также высокоэффективных мультимедийных средств обмена привело к появлению новых инструментов взаимодействия производителя и потребителя товаров и услуг.

В связи с сокращением количества потенциальных клиентов образовательные учреждения вступают в более острую конкурентную борьбу и заинтересованы в продвижении своих услуг на новом уровне, привлекая как выпускников текущего года, так и прошлых выпусков и активно используя возможности Интернета для привлечения целевых потребителей из других регионов

и даже стран. Питер Друкер определил, что «Маркетинг и инновации зарабатывают деньги. Все остальное – это затраты» [7, с. 489].

А. П. Панкрухин пишет, что образовательная услуга представляет собой комплекс научной и учебной информации, передаваемой в виде суммы знаний образовательного и специального характера, а также практических навыков для дальнейшего применения [9].

По мнению М. А. Лукашенко, «Образовательная услуга – это совокупность деятельности, удовлетворяющей потребность субъекта в образовании, и промежуточных образовательных про-

дуктов в форме вещи (раздаточный материал и т. п.), сопровождающих такую деятельность» [8].

На наш взгляд, образовательная услуга – это вид интеллектуальной деятельности, выраженный в виде образовательного продукта, который может быть представлен как в прямом контакте с потребителем услуги, так и опосредованно через любые формы обучения в интернет-среде.

Основными характеристиками образовательной услуги являются неосвязаемость, т. к. достаточно сложно получить отчет об объеме полученных знаний, которые, кроме того, уменьшаются с каждым днем, и через 365 дней от полученной информации в виде лекции остается не более 5%. Важной характеристикой является несовпадение во времени процессов производства и потребления образовательной услуги, т. к. если студент обучается дистанционно, то видеолекцию он может просмотреть даже в ночное время, когда создатель данной лекции уже отдыхает. Интересным свойством является непостоянство качества, которое зависит от множества вариативных факторов, таких как потенциал преподавателей, материально-техническая база образовательного учреждения, программы обучения. Причем часто лекция на одну и ту же тему может отличаться у одного и того же преподавателя.

Со свойством невозможности хранения образовательной услуги можно подискутировать, т. к., с одной стороны, любая образовательная услуга достаточно динамичная и нужны проводники знаний, которые могут ответить на вопросы потребителей образовательных услуг, но, с другой стороны, существуют способы хранить знания (учебники, Интернет и др.).

Существуют, например, аудио- и видеоподкасты на социальных сетях – формат обучения, в котором инструктор создает небольшие учебные фрагменты и размещает в социальной сети. Студенты самостоятельно находят и обмениваются между собой информацией, наиболее значимой для своей деятельности. Технология активно используется в общественных социальных сетях, однако современные системы организации дистанционного обучения поддерживают создание Корпоративной Социальной Сети. Такие материалы могут быть интересны как для сотрудников компании, так и для внешних клиентов. Достоинства метода – неформальный подход к обучению и высокая ценность полученных материалов для студента, так как он получает его по рекомендации. В подкастах можно создавать красочные описания нового ассортимента или услуги, производить информирование о новостях компании и пр.

Допустим, во многих университетах на площадке портала YouTube открыты образовательные видеоканалы, на которых в открытом доступе представлены лекции и лабораторные работы по физике, химии, материалы по высшей мате-

матике и т. п. Кроме того, на базе Corbina TV некоторые университеты имеют собственное IP-телевидение, в программе передач которого лекции по русскому языку, химии, истории Петербурга, художественному литью, культурологии.

Почти каждое уважающее себя учебное заведение в мире выкладывает свою собственную коллекцию новостей, лекций, семинаров и курсов, которые находятся в открытом доступе для скачивания [10, с. 44].

Образовательные каналы также позволяют преподавателям и инструкторам делиться информацией и комбинировать средства массовой информации совершенно беспрецедентными способами. Возможности виртуального образования, начиная от преподавания китайского и заканчивая мифами об астрономии, просто безграничны [2, с. 105].

Результатом образовательной деятельности является процесс изменения личности клиента, причем клиент всегда является соучастником процесса оказания образовательной услуги, поэтому получение выгоды от оказания образовательной услуги может не быть совсем, а может быть отсрочено во времени, т. к. пользу от услуги получает не только сам студент, но и социум. Сократ однажды сказал: «Я знаю, что ничего не знаю», поэтому происходит усиление потребности в образовательной услуге по мере ее удовлетворения.

Выше перечисленные характеристики образовательной услуги осложняют процессы ее формирования и продвижения. Особое значение при реализации маркетинговой политики и достижении поставленных целей приобретает продвижение. Под продвижением понимается совокупность различных инструментов коммуникаций и разнообразных подходов по доведению информации до потребителя, а также убеждению, напоминанию и стимулированию возникновения у них желания приобрести товар и услугу, предлагаемые компанией.

Совокупность действий, которыми представлена политика продвижения, относят к маркетинговым коммуникациям, являющимся элементом комплекса маркетинга. Эффективность реализации политики продвижения образовательных услуг зависит от правильно выбранного подхода к управлению инструментами продвижения – это реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (publicity и public relations) и прямой или интерактивный маркетинг.

Основные средства коммуникации для образовательных учреждений, которыми можно воспользоваться в зависимости от имеющихся финансовых возможностей и выбранных сегментов потребителей образовательных услуг, представлены в табл. 2.

В условиях роста конкуренции и падении эффективности стандартных способов продви-

жения образовательных услуг на региональном рынке, так, в ПВГУС за последние 3 года количество выпускаемых видов печатной рекламно-информационной продукции увеличилось в 4 раза, возникает необходимость в изучении рынков труда и образовательных услуг, на понимание и лучшее удовлетворение потребностей клиентов, разработку конкурентных стратегий и формирование систем лояльности потребителей.

Особую роль в продвижении образовательных услуг играет имидж образовательного учреждения. Основными имиджевыми характеристиками образовательного учреждения являются: престижность специальностей, предлагаемых об-

разовательным учреждением; уровень качества образовательных услуг; квалификация профессорско-преподавательского состава; уровень цен на образовательные услуги; трудоустройство выпускников; объем фундаментальных и прикладных исследований, инновационная активность образовательного учреждения; уровень учебно-методической базы; использование современных образовательных технологий; международная деятельность; деловые связи. Многие из представленных имиджевых характеристик положены в основу рейтинговой оценки образовательных учреждений и определения их конкурентоспособности.

Таблица 2

Средства маркетинговых коммуникаций для образовательных учреждений

Средство коммуникации	Виды
Реклама	Телевидение (местное, региональное, федеральное); радио (местное, региональное, федеральное); пресса любого направления и характера; специализированная литература, содержащая информацию об учебных заведениях; информационные рекламные листовки, буклеты, брошюры, стенды, щиты, содержащие информацию об учебном заведении, с логотипом вуза
Прямой маркетинг	Пригласительные билеты для выпускников школ, техникумов на «День открытых дверей», «День карьеры», «День первокурсника», где можно познакомиться со структурой и особенностями деятельности образовательного учреждения; информационно-рекламные листовки, буклеты, брошюры учебного заведения, распространяемые через простых посредников (по почте); WEB-страница
Стимулирование сбыта	Организация различного рода мероприятий, на которых могут присутствовать потенциальные потребители, в том числе выставки образовательных услуг образовательных учреждений
Связи с общественностью	Отражение деятельности, событий и мероприятий вуза в СМИ
Личная продажа	Организация выступлений, конференций сотрудников вуза перед целевой аудиторией: учащиеся 10-11 классов, студентами последних курсов профессиональных средних и начальных заведений, родителями; встречи с руководителями различных предприятий, учреждений, фирм

Формирование бренда образовательного учреждения является важным этапом, т. к. Джереми Симпсон определяет бренд как название, термин, знак, символ, идентифицирующий товар или услугу одного продавца, отличные от товаров или услуг другого продавца [5, с. 507], и с этой точки зрения основная ценность бренда заключается в том, что он обеспечивает дифференциацию от конкурентов и защиту права собственности на рынке.

Специфика брендов на рынке образовательных услуг заключается в том, что их главный смысл состоит в обеспечении связи образовательного учреждения и его целевой аудитории посредством обещания уникального набора услуг, наиболее соответствующего ожиданиям потребителя.

Впервые термин «маркетинг взаимоотношений» был введен американским ученым Л. Берри по отношению к сфере услуг. Поэтому в сфере образования все в большей мере используются стратегии, основанные на маркетинге взаимоотношений. При этом выстраивать отношения необходимо, на наш взгляд, с двумя стратегически важными группами: выпускниками – непосред-

ственно получателями образовательной услуги – и их родителями как субъектами активного воздействия на выбор выпускником образовательного учреждения.

Выстраивание отношений с целевыми аудиториями зависит от эффективности PR, или пиар (публик рилейшнз – от англ. public relations – общественные связи). PR – это часть маркетинговых коммуникаций, которая направлена на создание и поддержание на долгосрочной основе доброго имени компании в глазах потребителей.

Использование интернет-технологий позволяет интегрировать несколько элементов продвижения воедино, являясь инструментом их реализации в интернет-пространстве. При этом объединение различных коммуникационных технологий в систему интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК или IMC) приводит к возникновению синергетического эффекта [3]. Интегрированный подход к использованию всех элементов продвижения позволяет с большей эффективностью распорядиться средствами из общего бюджета на продвижение.

Охватывая практически все сферы бизнеса, Интернет играет особую роль в продвижении об-

разовательных услуг. Его значимость заключается в первую очередь в том, что посредством интернет-сети образовательные учреждения реализуют важнейшие стратегические задачи в своей деятельности, такие как:

- знакомство с потенциальными абитуриентами;
- информирование по программам и срокам обучения;
- прямое общение в режиме «он-лайн» благодаря современным программам, форумам, блогам, социальным группам и страницам;
- представление информации о зачислении обучающихся и дополнительных условиях и программах поступления;
- широкий охват аудитории потенциальных абитуриентов не только в рамках страны, но и всего мирового рынка образовательных услуг.

Таким образом, интернет-продвижение образовательных услуг – это совокупность различных (технических, творческих, аналитических) средств и методов продвижения с целью получения обратной связи и положительных откликов от интернет-аудитории.

На основе исследований средств интернет-продвижения образовательных услуг [3, с. 17] можно выделить следующие направления интернет-продвижения образовательных услуг: корпоративный сайт; вебинары (видеосеминары), т. е. использование дистанционных технологий общения посредством Интернета; рекламные кампании в Интернете (контекстная реклама, поисковая оптимизация сайта, маркетинг в социальных медиа).

Наиболее эффективными вариантами продвижения образовательных услуг является использование событийного маркетинга (event-marketing) – перспективного инструмента для продвижения услуг образовательных учреждений и привлечения абитуриентов. Special events, как правило, направлены на максимальное взаимодействие с аудиторией и обеспечение индивидуального, персонального подхода к целевой группе. Благодаря этому удается установить прямой контакт между потребителем и услугой [6, с. 48]. Специальные мероприятия дают возможность наладить контакт с целевой группой, тем самым повысить вероятность выбора предлагаемой ей услуги.

Event-marketing может быть успешно использован в системе образования по следующим причинам:

- во-первых, в любом вузе в процессе воспитательной и внеучебной работы реализуется достаточно большое количество мероприятий, которые при должной адаптации могут стать событиями, направленными на мотивирование абитуриентов к выбору услуг этого учебного заведения;
- во-вторых, соревновательные и развлекательные мероприятия способны привлечь как выпускников в качестве участников, так и родителей в качестве группы поддержки. Соответственно, обеспечивается влияние на все стороны, принимающие участие в решении о выборе места обучения выпускника;
- в-третьих, в ходе мероприятия возможно двунаправленное мотивирование. Например, мотивирование абитуриентов может быть достигнуто интересным мероприятием, на основании которого у выпускника сложится мнение в целом об интересной студенческой жизни в вузе. Мотивирование родителей может быть достигнуто демонстрацией профессионализма сотрудников образовательного учреждения, через высокий уровень организации мероприятия, а также раздачу информационных материалов об учебном заведении.

Существует модель жизненного цикла мероприятия. Согласно ей мероприятие делится на три больших блока, которые отличаются по хронологии. Первый блок охватывает все работы до мероприятия (Pre-event). Второй блок включает в себя собственно мероприятие (Event). Третий блок включает в себя все виды деятельности, относящиеся к мероприятию, но имеющие место после мероприятия (Post-Event) [11, с. 233].

Таким образом, развитие сети Интернет и информационных технологий позволило осуществлять работу по продвижению образовательных услуг с использованием образовательных порталов на базе различных инструментов и методов, направленных на привлечение потенциальных потребителей образовательных услуг и формирование имиджа и репутации образовательного учреждения.

Список литературы

1. Аакер Д. Создание сильных брендов : учеб. пособие. – М. : Гребенников, 2008. – 435 с.
2. Багаутдинова Н., Ибрагимова А. Формирование системы менеджмента качества образовательной организации // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 1. – С. 101-105.
3. Каверина Е. А. Организация рекламной деятельности вуза : учеб. пособие. – СПб. : ООО «Книжный Дом», 2007. – 184 с.
4. Карпова С. В. Брендинг : учеб. пособие. – М. : КноРус, 2008. – 224 с.
5. Келлер Л. К. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом : учеб. пособие. – М. : Вильямс, 2005. – 704 с.

6. Кирюхина И. Событийный маркетинг как средство продвижения товара // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2001. – № 5. – С. 47-51.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.
8. Лукашенко М. А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления : учеб. пособие. – М. : Маркет ДС, 2003. – 358 с.
9. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг // Материалы семинара (23-24 марта 2007 г.). – М., 2007.
10. Фещенко А. В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития // Открытое и дистанционное образование. – 2011. – № 3. – С. 44-50.
11. Шмит Б. Эмпирический маркетинг: Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией : учеб. пособие. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 400 с.
12. Толкачева С. Г. PR-технологии на рынке образовательных услуг // Школьные технологии. – 2012. – № 3. – С. 104-112.

E. N. Gutyuk*

**Gutyuk Elena, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN PROMOTING EDUCATIONAL SERVICES AT THE REGIONAL LEVEL

Keywords: educational services, marketing in education, image of educational institution, event marketing.

The article describes features of promoting educational services in modern conditions, by using innovative technologies.

© Гутюк Е. Н., 2014

УДК 338.465.2; 65

Е. М. Баканкова*

**Баканкова Елена Михайловна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

bakankova_elena@mail.ru

ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ

Ключевые слова: управление предприятием, сфера услуг, ценности.

Сложность и неопределенность процессов, происходящих в сфере услуг, обострение конкуренции среди производителей услуг акцентируют внимание на вопросах управления предприятием, на организационной культуре и ценностях, позволяющих совершать новые открытия и предоставляющих возможности построения эффективной системы деятельности предприятия.

Сфера услуг является одним из перспективных и социально значимым сектором развития рыночных отношений, источником национально-го роста, повышения качества и уровня жизни населения. В этой связи управление предприятием сферы услуг диктует новые правила, требования: применение быстро адаптируемых к происходящим изменениям инновационных методов, инструментов и подходов.

Специфика управления предприятием сферы услуг, его системообразующих компонентов предполагает необходимость использования вместе с традиционными подходами также и адаптированных, учитывающих своеобразность деятельности по оказанию услуг, особые, сервисные подходы. Данные подходы носят междисциплинарный характер и комбинируют элементы, которые являются предметом внимания общего, стратегического, операционного менеджмента, управления персоналом, маркетинга, экономики, социологии и т. п. [1].

В последнее время в мировой практике управления предприятием сферы услуг произошли изменения, причина которых – жесткая конкурентная борьба за ограниченные ресурсы, в связи с чем у субъектов рыночной экономики возрастает необходимость в обеспечении инвестиционной привлекательности. При этом материальные ценности все реже являются феноменальными и не гарантируют получение доходов в будущем периоде. Однако имеющиеся у предприятия уникальные неосязаемые активы в первую очередь влияют на оценку стоимости такого и позволяют укрепить конкурентные позиции на рынке сферы услуг [5].

Управление нематериальными активами предприятия сферы услуг – новое направление в современном менеджменте – является важнейшим составляющим стратегического планирования и предполагает системный, целостный и сбалансированный подходы к внешней и внутренней среде. В свою очередь, внутренние измене-

ния носят первоочередной характер: благоприятный климат на предприятии, высокий уровень организационной культуры оказывают влияние на процесс коммуникации с внешними контрагентами. Функция взаимодействия с потребителями приобретает особое значение, где важная роль отводится сотрудникам, которые выстраивают контакт с клиентами в момент оказания и потребления услуг. Соответственно, высокое качество обслуживания покупателей, дружелюбность со стороны персонала влияют на взаимоотношения с потребителями, способствующие созданию общественного мнения о предприятии, которое отражается на прибыльности субъекта хозяйственной деятельности [4].

Фундаментальные и системные знания маркетинга и менеджмента позволяют выделить научные и практические подходы управления предприятием сферы услуг:

- * Процессный
- * Системный
- * Ситуационный
- * Инновационный
- * Программно-целевой
- * Проектно-плановый
- * Целеориентированный
- * Ценностно-ориентированный

Конкретизация данных подходов – основные черты, содержательная характеристика, достоинства каждого из подходов – представлена в табл. 1.

Необходимо отметить, что одного подхода при управлении предприятием сферы услуг будет недостаточно, каждый обладает уникальными достоинствами, присущими только одному. Следовательно, важно создавать такую концепцию, которая будет обладать важнейшими чертами каждого из перечисленных выше подходов к управлению. Таким образом, взаимосвязанная реализация научных и практических подходов будет наиболее эффективной в управлении предприятием сферы услуг.

Таблица 1

Научные и практические подходы к управлению предприятием сферы услуг

Название подхода	Основные черты подхода	Достоинства
1	2	3
1. Процессный подход	Различные виды деятельности предприятия трактуются как процесс	Определение и управление ключевым процессом на предприятии сферы услуг
2. Системный подход	Предприятие рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов	Объединение и структурирование необходимых элементов, участвующих в управлении предприятием сферы услуг
3. Ситуационный подход	Изменчивость внутренних элементов предприятия приводит к ситуациям, характеризующимся высокой степенью неопределенности	Снижает риски в управлении предприятием сферы услуг, позволяет применять стандартный сценарий ситуационного развития
4. Инновационный подход	Направленность деятельности предприятия заключается в создании и внедрении нововведений как товаров/услуг, так и в управлении деятельности	Инновационные направления персонала в управлении предприятием сферы услуг
5. Проектно-плановый подход	Желаемое состояние предприятия на долгосрочную перспективу – проект, формируемый целями предприятия	Структуризация проектов, упрощающих и ускоряющих управление предприятием сферы услуг; внимание концентрируется на конкретном направлении
6. Программно-целевой подход	Ориентация на общие цели развития предприятия, предполагающая разработку мероприятий, которые позволят разрешить текущие проблемы в соответствии с имеющимися возможностями	Важное значение придается конечному результату; ориентация на достижение планируемых мероприятий
7. Целеориентированный подход	Сопоставление первоначально сформулированных и достигнутых целей в процессе деятельности предприятия	Результаты сопоставляются с целями деятельности предприятия сферы услуг
8. Ценностно-ориентированный подход	Последовательное управление, которое зависит от целей и ценностей предприятия	Случайные ассоциации потребителей по отношению к предприятию сферы услуг сопоставляются с запрограммированными ассоциациями

Предприятия сферы услуг, которые планируют успешную и долгосрочную деятельность на рынке, особую важность закладывают в категорию «ценность» – способности удовлетворять потребности или обеспечивать выгодой покупателей [2].

Общая ценность услуги формируется из следующих компонентов:

- комплексность и качество, включая комфортность в процессе оказания услуг;
- компетентность профильных и контактных сотрудников предприятия;
- этическая составляющая сотрудников предприятия;
- удовлетворение потребителей, учитывая индивидуальные потребности и притязания;
- доступность и оперативность предоставления услуг;
- коммуникативность информационных ресурсов;
- осязаемые компоненты: внешний вид сотрудников и самого предприятия;
- доверие к сотрудникам и предприятию;
- репутация и имидж предприятия.

Проблема ценностей и ценностных ориентаций является предметом изучения ряда наук о человеке и обществе, в частности таких как философия, социология, психология, педагогика. Понятие ценности должно занимать центральное место среди других, способное объединить интересы различных наук, относительно челове-

ского поведения. Утверждение основного положения понятия ценности принадлежит психологу М. Рокичу, при этом ученые в области социологии и антропологии придерживались схожего мнения. Последние рассматривали ценности как критерии, которые используют индивиды при выборе и обосновании своих действий, а также для оценки других индивидов, себя и событий. Соответственно, ценности можно представить как критерии оценки, чем качества, присущие самим объектам.

В практике управления ценностью, как правило, рассматривают три функции: выявить ценность, идентифицировать ценность, скопировать носитель ценности. Суть такого подхода – производить, реализовывать, предоставлять то, что заведомо пользуется спросом, и экспериментировать с такой услугой, пытаясь найти свои уникальную ценность и цену, определяющие рыночную нишу предприятия; навязать ценность. Ценность – субъективное понятие. Услуга, не обладающая необходимыми потребительскими качествами, не представляет ценности для потребителей. Совокупность потребительских качеств является жизненно важной с точки зрения характеристик, формирующих статус в нашей доминирующей социальной группе, что влияет на решение о покупке данной услуги [3].

В практике развития предприятий сферы услуг рассматриваются три варианта формирования ценностей.

- Формирование ценностей происходит спонтанно в программе развития посредством:
 - постепенной кристаллизации общих ценностей на основе опыта взаимодействия работников;
 - принятия заинтересованными сторонами ценностей неформальных лидеров и авторитетов;
 - копирования впечатляющих моделей поведения других заинтересованных сторон;
 - почти незаметного изменения ценностей как следствия изменения отношений, мотивации, жизненных перспектив.
- Формирование ценностей происходит осознанно благодаря продуманной политике управления предприятием сферы услуг, которая включает:
 - разработку стратегически важных организационных ценностей;
 - пропаганду этих ценностей с использованием слов и действий, не противоречащих личностным и групповым ценностям;
 - оказание поддержки носителям ценностей; стимулирование копирования и тиражирования поведения, соответствующего организационным ценностям.
- Ценности предприятия сферы услуг находят выражение в организационных правилах, нормах и традициях, которые жестко или мягко регламентируют поведение работников:
 - поведение по выполнению должностных обязанностей и заданий;

- поведение по осуществлению делового взаимодействия;
- поведение в рамках межличностного общения работников.

Для успешного ведения предпринимательской деятельности крайне важно, чтобы ключевые принципы и ценности предприятия сферы услуг, которые лежат в основе эффективного взаимодействия как с клиентами и партнерами, так и внутри предприятия, транслировались в поведении его сотрудников. Кроме того, ключевые принципы и ценности создают основу для обеспечения вовлеченности персонала – эмоциональной связи с предприятием, высокой мотивации на достижение общей цели, инициативности, командного духа и приверженности предприятию. Для управления эффективностью деятельности и вовлеченностью персонала руководство может сознательно определять ключевые ценности, обеспечивающие успех, информировать о них и способствовать их принятию сотрудниками через систему внутренних коммуникаций, корпоративных стандартов и регламентов, а также через управление на основе ценностной структуры предприятия сферы услуг и его подразделений.

Управление по ценностям – один из самых эффективных инструментов организационного развития в условиях современной динамично развивающейся предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Башмачникова Е., Абрамова Л. Современная сфера услуг: определение, классификация, задачи // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 2. – С. 123-130.
2. Ерохина Л., Башмачникова Е. Теоретические аспекты развития регионального сегмента отрасли профессиональных услуг // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 3. – С. 24-34.
3. Бушуев С. Д., Харитонов Д. А. Ценностный подход в управлении развитием сложных систем. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/urss/2010_1/10-15Byshyev.pdf
4. Мандрова Н. Методы оценки деловой репутации на российском рынке // Деловая репутация, успешная карьера, личный бренд. – Режим доступа: www.e-consulting.ru
5. Мельников В. И., Дадонов В. А., Ветрова О. Б., Меньшиков В. В. Новые инструменты управления: бренд-менеджмент // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 51-54.

Е. М. Баканкова*

**Bakankova Elena, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
bakankova_elena@mail.ru*

VALUE-BASED APPROACH TO MANAGEMENT OF SERVICE COMPANIES

Keywords: company management, service, value.

Complexity and uncertainty of the processes taking place in the service sector, as well as increased competition among service providers focus attention on issues of company management, organizational culture and values. Such approach allows making new discoveries and provides the possibility of building effective system of company's activity.

© Баканкова Е. М., 2014

УДК 338.482.22

С. Н. Федорова***Федорова Снежана Николаевна, аспирант**Сибирская академия права, экономики и управления, г. Иркутск*

sneskkov@rambler.ru

ПОДХОДЫ К РЕКРЕАЦИОННОМУ РАЙОНИРОВАНИЮ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: рекреация, регион, районирование, особая экономическая зона туристско-рекреационного типа, бассейн, ландшафт, медико-географический подход, рекреационная зона.

Важной в рекреационном исследовании любой территории является проблема районирования. Районирование как выделение и изучение территориальных систем имеет два аспекта: гносеологический и прикладной. Первый связан с изучением территории, её познанием, второй – с ее организацией. Эти исследования проводятся в пределах определенного пространства. В большинстве случаев итогом работы является районирование территории. Районирование – это процесс, длящийся на протяжении столетий в рамках освоения территории... и незавершенный. В современных условиях появляются различные подходы к этому процессу.

«Любой, кто возьмется за труд описать возможности для путешествий, отдыха и курортного лечения в России, столкнется с нелегкими задачами. Как рассказать об огромной, очень разнообразной в природном, историческом и хозяйственном отношении стране? Как отобразить, систематизировать бесчисленное множество данных, фактов, интересных и полезных сведений? Как отразить те главные, уникальные черты, которыми отличается каждый уголок нашей необъятной державы?»

... Действительно ситуация складывается неоднозначная. Экономисты, географы, экологи, социологи, политики используют различные, известные на сегодняшний день подходы к членению территории нашей страны. При этом практически не учитываются экономические, социокультурные, природные, экологические особенности с точки зрения благоприятствования или препятствования развитию рекреации. Рекреация относится к сектору экономики с хорошо выраженной ресурсной ориентацией, что, в свою очередь, определяет её территориальную организацию и специализацию [4]. Таким образом, выделение и изучение территориальных систем является важной составной частью процесса формирования эффективной, динамично развивающейся и конкурентоспособной рекреационной отрасли.

Итак, обратимся к терминологии. Известный российский экономист А. Г. Гранберг отмечает, что проведение научных исследований или реализация практической деятельности на неоднородной по различным признакам территории вызывает необходимость членения её на части – регионы [2]. Отечественные регионалисты под регионом понимают область, район, часть страны, отличающуюся от других частей совокупностью естественных и исторически сложившихся, относительно устойчивых экономических, географических и других особенностей, нередко сочетающихся с особенностями национального состава населения; минимально необходимую территорию, получающую от государства полномочия для выполнения неких функций [10].

Если с терминологическим подходом к «региону» все предельно ясно, то с понятием «рекреационное районирование» дело обстоит куда сложнее. В последнее время часто отмечаются разночтения по данному вопросу. Попытаемся, углубившись в теоретические основы районирования, вывести основные характеристики рекреационных районов с целью их дальнейшего практического применения.

Итак, обращаясь к написанному ранее, можно сказать, что районирование – это географический прием членения территории по определенным признакам.

При этом независимо от признаков районирование должно подчиняться следующим общегеографическим принципам:

- конструктивности – цель, определяющая выбор районообразующих признаков;
- объективности – четкость критериев признаков;
- многоаспектности – необходимость комплексного подхода;
- иерархичности – членение территории на крупные и малые (зоны, области, районы и т. д.).

Первое районирование, имеющее непосредственное отношение к рекреации, было осуществлено в 60-е годы. Оно призвано было решать определенные проблемы, характеризующие развитие конкретных областей туризма. В 70-е годы была осуществлена попытка комплексного подхода к рекреационному районированию СССР. Такой подход был разработан учеными Института географии АН СССР под руководством известного географа, основоположника рекреаци-

онной географии профессора В. С. Преображенского. По В. С. Преображенскому, район определяется как территория, однородная по характеру рекреационного использования, отличающаяся комплексом признаков. Были приняты следующие районообразующие признаки:

- функциональная структура – ориентация территории на определенный вид (виды) туризма;
- степень рекреационной освоенности района;
- степень открытости района;
- перспективность района.

Данный подход учитывал состояние развития рекреационной деятельности на тот период и ориентирован на видовую характеристику рекреации.

Рекреационное районообразование – процесс длительный и объективный. И основной особенностью этого процесса является то, что в его основе лежат не только природные, но и общественные явления и объекты. При этом процессе благоприятные предпосылки окружающей природной и культурно-исторической среды накладываются на социальные и экономические потребности, что при определенных условиях и приводит к формированию рекреационного района.

Признаки, положенные в основу такого районирования, могут быть различными по характеру, широте охвата и целям. На сегодняшний день существует немало подходов, лежащих в основе рекреационного районирования.

Медико-географический подход – широко использовался в курортологии советского перио-

да. Основа такого районирования в том, что рекреационные потребности населения зависят от географического положения территорий и, соответственно, по-разному удовлетворяются [6]. При анализе медико-экологических условий территории России четко выделяются различия в пределах её восточной и западной территорий (рис. 1). В восточной зоне существенное влияние на здоровье населения оказывают такие физико-географические условия, как низкая температура воздуха, холодные ветры, недостаточная инсоляция, подверженность территории техногенному воздействию. Эту зону в зависимости от природных и социально-экономических условий можно разделить на пять медико-географических районов: Северо-Восточный, Дальневосточный (включая Сахалин и Курильские острова), Северный (включая острова Северная Земля, Врангеля), Восточно-Сибирский, Западно-Сибирский.

В западной зоне существенное влияние на здоровье населения оказывают социально-экономические факторы. Одновременно высокая концентрация производства привела к ухудшению экологической обстановки на многих участках зоны. Здесь же расположена часть районов, пострадавших в результате аварии на Чернобыльской АЭС (Брянская, Орловская, Калужская, Тульская, Смоленская области).

В этой зоне выделяются медико-географические районы: Северо-Западный, Уральский, Поволжский, Западный, Азовско-Прикаспийский.

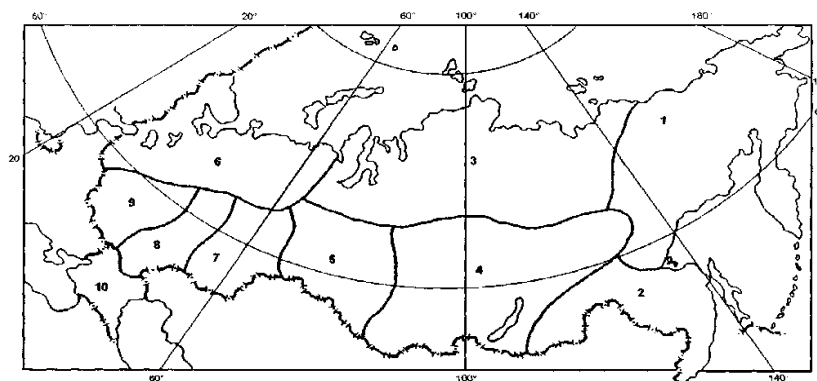


Рис. 1. Медико-географическое районирование России:

- 1 – Северо-Восточный; 2 – Дальневосточный; 3 – Северный; 4 – Восточно-Сибирский;
 5 – Западно-Сибирский; 6 – Северо-Западный; 7 – Уральский; 8 – Поволжский;
 9 – Западный; 10 – Азово-Прикаспийский (Северо-Кавказский) районы

Ландшафтное и физико-географическое районирование. Такой подход к районированию предполагает раздел территории на отдельные провинции, округа и районы в зависимости от особенностей геологического строения, рельефа, климата, типа растительности и ландшафта, а также наиболее распространенных грунтов [9].

Рекреационно-ландшафтное выделение подразумевает три этапа. На первом этапе производят пофакторно-интегральную оценку ландшаф-

тов, которая складывается из суммы средних значений основных показателей составляющих ландшафта: рельефа, водных объектов и растительного покрова. При трёхбалльной системе оценок установлена следующая градация территории для рекреационного освоения [1]:

- неблагоприятные (1,0 – 1,4 балла);
- относительно благоприятные (1,5–2,4 балла);
- благоприятные (2,5 – 3,0 балла).

На основе значения ландшафтного потенциала территории оцениваются по степени пригодности природных ландшафтов для рекреационной деятельности. При этом проводится как комплексная, так и дифференциальная оценка, соответствующая развитию какого-либо конкретного вида рекреации.

На следующем этапе проводится экологическая оценка природной среды. При этом учитывается не только подчиняющийся природным закономерностям естественный характер формирующих ландшафтов, но и «антропогенное» воздействие на них. Экологическую оценку проводят пофакторно-интегрально по трехбалльной системе. По количеству баллов территории разделяют на [1]:

- чистые (2,5 – 3,0);
- относительно чистые (с возможным самоочищением) (1,5 – 2,4);
- грязные (1,0 – 1,4).

Третий этап рекреационно-ландшафтного районирования базируется на проведении сопоставления ландшафтной и экологической оценок территории и корректировке границ рекреационных территорий [1].

К территориям благоприятным с точки зрения занятия рекреационной деятельностью относятся территории с высоким ландшафтно-рекреационным потенциалом (2,5 – 3,0) и чистой природной средой.

К относительно благоприятным рекреационным территориям относят следующие:

- благоприятные ландшафтные территории с относительно чистым состоянием природной среды;
- относительно благоприятные ландшафты с чистой природной средой;
- относительно благоприятные ландшафты с относительно чистой природной средой.

Неблагоприятные с точки зрения рекреационного освоения территории характеризуются либо крайним экологическим неблагополучием, либо крайне низкой оценкой ландшафта, либо сочетанием отрицательной оценки ландшафта с плохим экологическим состоянием природной среды.

Безусловно, ландшафтно-рекреационное районирование территории необходимо для обоснованного выбора местностей, благоприятных для развития рекреационной деятельности. Однако при таком районировании не принимают в расчет региональные медико-географические условия и социально-экономические предпосылки, которые необходимы для комплексной оценки ресурсов для развития рекреационной деятельности.

Таким образом, назрела необходимость разработки подходов к рекреационному районированию с точки зрения экономических закономерностей развития территорий.

Итак, экономическое районирование – это районирование, в основе которого лежит специализация регионального хозяйства в территориальном разделении труда. Такое районирование представляет территорию России в виде 12 крупных экономических районов: Северный, Северо-Западный, Прибалтийский (Калининградский), Центральный, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Поволжский, Северо-Кавказский, Уральский, Западно-Сибирский, Восточно-Сибирский, Дальневосточный. С городами самоуправления: Москва и Санкт-Петербург [1].

В основе экономического районирования лежат следующие принципы [11]:

- экономический, в соответствии с которым район рассматривается как специализированная единица народнохозяйственного комплекса страны с определенным составом производств. Такая специализация определяется совокупностью отраслей с наименьшими в сравнении с другими районами затратами труда и средств производства;
- национальный, определяемый этническим составом населения, его исторически сложившимися особенностями труда и быта;
- административный, обеспечивающий эффективное саморазвитие района в соответствии с территориальным административным устройством страны.

Однако, имея свои особые условия функционирования, рекреационные территории не всегда совпадают границами с установленным административно-территориальным делением. Необходим комплексный подход к оценке и последующему выделению территорий в рекреационные районы.

Методика комплексного районирования разработана Российской международной академией туризма как способ единого подхода к этому процессу. В соответствии с данным подходом были выделены четыре укрупненные рекреационные зоны. Характеристика каждой зоны включает данные: о географическом положении и входящих в её состав районах; рекреационных потребностях местного населения и условиях их удовлетворения; имеющихся рекреационных ресурсах, их комплексной оценке; экологическом состоянии; функциональной специализации по видам рекреации и перспективах рекреационного освоения.

В дальнейшем такой подход был взят за основу в работах И. В. Зорина [5], Е. В. Колотовой и Т. А. Ирисовой, которые после определенных доработок предложили территориальное деление России на пять рекреационных зон, включающих 23 рекреационных района [1]: Европейский Север, Центр России, Юг России, Азиатский Север, Юг Сибири.

В современных условиях, на наш взгляд, интересна еще одна концепция, которую правомочно взять за основу при создании комплексного

подхода к рекреационному районированию. Это бассейновая концепция в природопользовании, разработанная Институтом географии им. В. Б. Соцавы СО РАН г. Иркутск. В рамках концепции, рассматривающей бассейн как интегральную природно-хозяйственную систему, разработано восемь принципов, лежащих в основе бассейнового управления природопользованием и социально-экономического развития в целом [8]:

- Бассейн – особый природный объект высокой степени целостности, сочетающий абиогенную основу со специфическими рядами функционирования биоты.

- Бассейны – универсальны.

- Бассейны играют особую геоэкологическую роль в структуре биосферы. В границах бассейна замыкаются основные циклы круговоротов веществ и энергии.

- Гидрографическая и водораздельная сети бассейнов – самые строго иерархически упорядоченные сети на планете; в этом ключ к систематизации в самых различных областях.

- С водными объектами тесно связана вся история цивилизации; в бассейнах сформировались особые этнодемографические общности. На «водных линиях» концентрируются поселения и промышленные объекты, в связи с чем бассейны можно рассматривать как специфические экономические пространственные структуры.

- Роль бассейнового подхода постоянно увеличивается вследствие возрастания значения водного фактора и водных ресурсов в природопользовании планеты.

- В период нарастания геополитической напряженности бассейны – наиболее подходящие, созданные самой природой пространственные объекты для разрешения геополитических противоречий как на национальном, так и на международном уровнях.

- Бассейн – квазикибернетическая и саморегулирующаяся система, очень подходит в качестве ячейки управления.

На основании вышеизложенного видно, что, рассматривая бассейн как уникальную целостную территориальную структуру, можно обоснованно и эффективно подойти к организации природопользования, в частности рекреационного.

Таким образом, районирование могло бы базироваться на следующих принципах:

- Границы выделяемых территорий естественно формируются границами водоразделов крупных водных бассейнов.

- В основу выделения положено социально-экономическое и пространственное единство, с обязательной экономической самодостаточностью территории.

- Районирование идет по пути укрупнения, с образованием относительно равных по площади и численности населения регионов.

- Полученные субъекты называются «краями» с добавлением названия бассейна.

- Центром субъекта становится крупнейший на данной территории город.

Предложенный вариант имеет серьезное эколого-экономическое и рекреационное обоснование. Рассмотрим это на примере Байкальского края, в который войдут Иркутская область и Республика Бурятия в современных границах. Его площадь будет 1148,2 тыс. км² [7]. С исторической точки зрения территория Байкальского края долгое время была единой: одновременно обживалась коренным населением и осваивалась русским, входила в состав Иркутской губернии и т. д. В географическом плане рассматриваемая территория обладает ландшафтно-экологической и социально-культурной целостностью. Основной рекреационный объект территории – озеро Байкал и его побережье – является источником водных и туристских ресурсов планетарного значения. Вследствие чего из выделенных сегодня в стране четырех ОЭЗ (особых экономических зон) туристско-рекреационного типа две приходятся как раз на территорию Байкальского края. Это ОЭЗ ТРТ «Байкальская гавань», Республика Бурятия и ОЭЗ ТРТ «Ворота Байкала», Иркутская область.

«Байкальская гавань» – особая экономическая зона создана в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 68 от 3 февраля 2007 года. Общая площадь территории 3613 га [12]. Приоритетными направлениями развития зоны являются лечебно-оздоровительный, горнолыжный, экскурсионный, религиозный и круизный туризм.

Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Ворота Байкала» в Иркутской области была создана Постановлением Правительства Российской Федерации от 3 февраля 2007 года № 72. Общая площадь территории – 2 357,9 га, в том числе:

- участок Большое Голоустное – 1590 га;

- участок гора Соболиная – 767,9 га [12].

Приоритетные направления развития туристско-рекреационной зоны: деловой, спортивный, экскурсионный, лечебно-оздоровительный, водный и круизный туризм.

Таким образом, создаваемый субъект может стать мощным рекреационным районом страны.

Подводя итог, хочется отметить, что существует немало подходов к рекреационному районообразованию. Все они имеют достоинства и недостатки; процесс рекреационного районирования не завершен. Но, бесспорно, все подходы к рекреационному выделению территорий базируются на основных характеристиках рекреационных районов [3]:

- 1) рекреационный район – специализированное по своим ресурсам, хозяйственной деятельности и конечному продукту образование;

- 2) характерной чертой процесса общественного воспроизводства рекреационного района является неразрывность производства и потребления

ния, так как основной продукт такого района – услуги;

3) выраженная ориентация на ресурсы;

4) основные функции рекреационного района: медико-биологическая (санаторно-курортное оздоровление и профилактика здорового образа жизни человека), социально-культурная (формирование всесторонне развитой и гармоничной личности), экономическая (производство, обеспечение занятости, создание дохода, сглаживание региональных диспропорций и нивелирование отклонений платежного баланса) и экологическая (эффективное средство охраны природы и культурного наследия как своей основной ресурсной базы);

5) характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;

6) организационно-экономические возможности развития рекреационной деятельности региона создают благоприятные условия для развития экономических процессов других регионов и всей страны в целом.

Таким образом, при существующей незавершенности процессов рекреационного районирования важно обозначить основные характеристики рекреационных районов, на которых объективно базируются все существующие и будут базироваться возможные в будущем подходы к рекреационному выделению территорий.

Список литературы

1. Боголюбова С. А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов : учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед. – М. : Изд. центр «Академия», 2009.
2. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики. – М. : ГУ ВШЭ, 2000.
3. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Перспективы развития регионов Приволжского федерального округа // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2010. – № 12. – С. 17-22.
4. Ерохина Л. И., Корчагин П. В. Проблемы экономического и социального развития территории // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2012. – № 26. – С. 49-53.
5. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2001.
6. Келлер А. А. Медицинская экология. – СПб. : Петроградский и К°, 1998.
7. Корытный Л. М. Эхо эколого-экономических скандалов. – Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2011.
8. Корытный Л. М. Бассейновая концепция в природопользовании. – Иркутск : Изд-во Института географии СО РАН, 2001.
9. Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение : учеб. пособие. – М. : Советский спорт, 1999.
10. Корчагин П. В. Тенденции и закономерности условий функционирования региональных социально-экономических систем / П. В. Корчагин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Самарский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. С. П. Королева». – Самара, 2009.
11. Кусков А. С. Рекреационная география / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. – Саратов : СГТУ, 2005.
12. Россия. Особые экономические зоны [Электронный ресурс]. – <http://www.russez.ru>

S. N. Fyodorova*

*Fyodorova Snezhana, graduate student
of Siberian Academy of Law, Economics and Management, Irkutsk
sneskov@rambler.ru

APPROACHES TO RECREATIONAL ZONING IN CURRENT CONDITIONS

Keywords: recreation, region, zoning, special economic zone of tourist-recreational type, pool, landscaping, medical-geographical approach, recreational area.

Zoning is important for the recreational study of any territory. Zoning as selection and study of regional systems has two aspects: epistemological and applied. The first is related to the study of the area, and the second to its organization. These studies are conducted within a defined territory, and in most cases the result of the work done is zoning. Zoning is a process that continues for centuries, implies development of the territory, and it is still not complete. In modern conditions, various approaches are used for this process.

© Федорова С. Н., 2014

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

УДК 338.465.2

Л. А. Абрамова*

*Абрамова Любовь Андреевна, к.э.н., ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
lyubov1109@yandex.ru

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Ключевые слова: прогнозирование, непроеизводственная сфера, моделирование, рынок платных услуг населению, эвристический подход, экономико-математический подход.

Экономические процессы, протекающие в сфере услуг, несмотря на высокую степень саморегулируемости, предполагают целенаправленное внешнее воздействие на механизм функционирования рынка со стороны всех субъектов рыночных экономических взаимоотношений, которыми могут выступать отдельный индивид, предприятие и государство. В свою очередь, целенаправленное воздействие вообще и на экономические процессы в частности немислимо без применения определенной, научно построенной системы прогнозирования на всех уровнях рыночной экономики.

Понимание будущего, основанное на закономерностях развития природы, общества и мышления, связано с прогнозированием. Эволюцию развития методов прогнозирования можно про-

следить на основе классификации принятия решений в области планирования и прогнозирования (рис. 1).

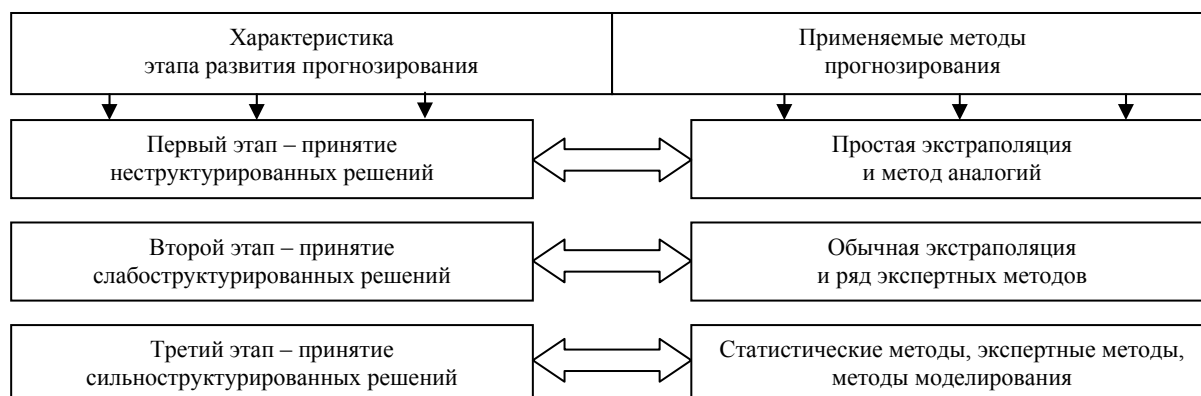


Рис. 1. Эволюция методов прогнозирования

Так, стремительное развитие НТП и информационных технологий в конце XX – начале XXI в. предопределило необходимость принятия сильно структурированных решений на третьем (комбинированном) этапе развития прогнозирования. Широко применяются сложные статистические методы (наименьших квадратов, скользящих средних, экспоненциального сглаживания, гармонических весов и т. д.), а также методы экспертных оценок (Дельфи, мозговой атаки) и методы моделирования (логического, экономического, информационного, имитационного и т. д.).

В настоящее время ни одна сфера жизни общества не может обойтись без прогнозов как средства познания будущего. В данной статье мы особое внимание уделяем прогнозированию в сфере услуг, обоснованию основных направле-

ний экономической политики, предвидению последствий принимаемых решений. Прогнозирование является одним из решающих научных факторов формирования стратегии и тактики развития сферы услуг на всех уровнях функционирования экономической системы.

Эффективное функционирование предприятий непроеизводственной сферы подразумевает необходимость исследования рынка услуг, его основных характеристик, состояния и тенденций развития с целью принятия на их основе стратегических и оперативных решений [3].

Рынок платных услуг населению – система экономических, правовых и организационных отношений по торговле услугами на коммерческой основе. Его характеризует в первую очередь гетерогенная структура, а также склонность по-

следней к изменениям под воздействием эндогенных и экзогенных факторов. Эти особенности, во-первых, существенно усложняют процесс составления даже относительно краткосрочных прогнозов. Во-вторых, обязывают аналитика непрерывно модифицировать используемую модель с целью учета фактора неопределенности и эволюции динамических характеристик изучаемых процессов.

Следовательно, рынок услуг имеет сложную системную структуру, поэтому существует объективная необходимость в более глубоком изучении отдельных рыночных показателей [1].

Одним из основных показателей рынка платных услуг населению является его емкость, представляющая собой совокупный рыночный спрос,

т. е. общее количество услуг, которое может быть приобретено определенной группой потребителей в определенном географическом регионе за определенный период времени в определенной маркетинговой среде при определенном уровне маркетинговых усилий и комплекса маркетинга.

Формирование прогнозных оценок объема реализации услуг конкретным предприятием связано с выявлением и анализом двух основных групп факторов: факторов, определяющих величину и динамику емкости рынка платных услуг, и факторов, определяющих долю рынка, занимаемую предприятием с определенным уровнем конкурентоспособности (рис. 2).

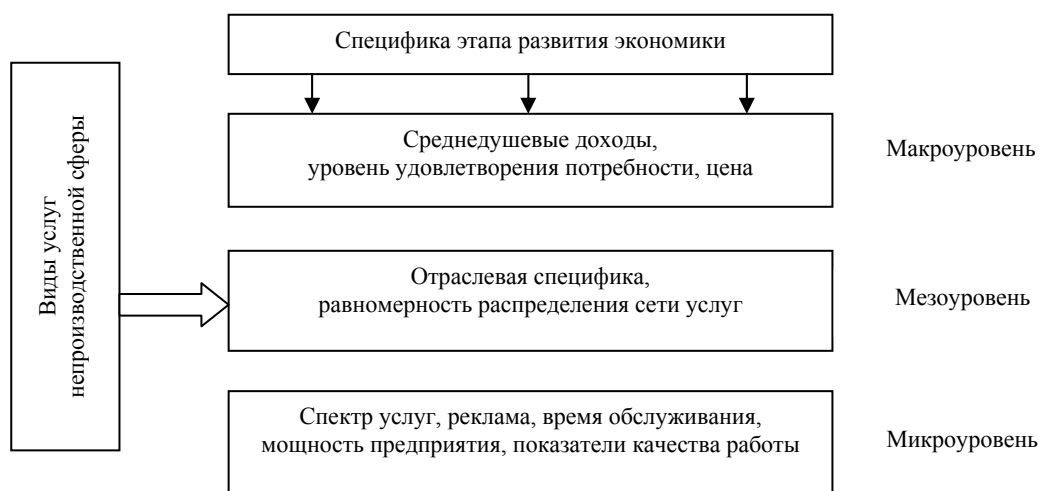


Рис. 2. Система факторов, определяющих спрос на рынке платных услуг населению

Прогнозирование емкости рынка платных услуг населению заключается в обосновании посредством различных методов совокупных объемов потребления услуг в определенном временном периоде.

Можно выделить два основных подхода к прогнозированию емкости рынка платных услуг:

1. Эвристический подход реализуется посредством метода оптимистических, пессимистических и вероятностных мнений экспертов, метода комиссии, метода Дельфи, метода сводного индекса готовности приобретения услуг потребителями и др.

2. Экономико-математический подход представлен применением трендовых и факторных моделей.

Недостатками эвристического подхода к прогнозированию являются:

- необходимость значительного объема достоверной информации, что затрудняет использование данного подхода на уровне отдельных предприятий;

- неоднозначность рассмотрения одних и тех же состояний рыночной конъюнктуры разными экспертами.

Вследствие наличия указанных недостатков эвристического подхода более приоритетными при прогнозировании емкости рынка платных услуг населению является экономико-математический подход, который основан на более точных и формализованных, научно обоснованных методах прогнозирования.

Основой прогнозирования емкости рынка в рамках экономико-математического подхода является построение трендовых и факторных моделей.

Построение экономико-математической модели рынка платных услуг населению предполагает выявление устойчивых тенденций изменений совокупного рыночного спроса на услуги в прошлых периодах времени и, предполагая инерционный характер развития рыночных процессов, перенесение выявленных зависимостей и закономерностей на будущие временные интервалы [2].

Как было отмечено ранее, рынок платных услуг имеет сложную системную структуру, обладающую рядом свойств, которые необходимо учитывать при моделировании, иначе невозмож-

но говорить об адекватности построенной экономической модели. Важнейшие из этих свойств:

- эмерджентность;
- массовый характер экономических явлений и процессов;
- специфичность экономических наблюдений и измерений;
- динамичность экономических процессов, изменчивость их параметров и структурных отношений;
- невозможность изолировать протекающие в экономических системах явления и процессы от окружающей среды;
- активная реакция на появляющиеся новые факторы, способность социально-экономических систем к активным, не всегда предсказуемым действиям;
- случайность и неопределенность в экономическом развитии;
- трудность проверки правильности моделей.

Указанные свойства рынка платных услуг усложняют процесс моделирования, однако их следует постоянно иметь в виду при рассмотрении различных аспектов экономико-математического моделирования. То есть эти свойства диктуют необходимость использования системного подхода при прогнозировании емкости рынка платных услуг населению.

Применение системного подхода при прогнозировании емкости рынка платных услуг населению способствует выработке оптимальных управленческих решений, обладающих следующими основными свойствами: зависимость от поставленной цели; зависимость от текущей хозяйственной обстановки; устойчивость базиса оптимального плана относительно малых изменений условий; взаимозависимость решений по всем объектам экономики; зависимость от уровня управления.

Выбор экономико-математического подхода к прогнозированию емкости рынка платных услуг населению обусловлен рядом присущих данному подходу достоинств:

- модель является средством упрощения объекта при его изучении, поскольку позволяет исследовать систему с точки зрения ее существенных характеристик, абстрагируясь от побочных влияний среды;
- модель дает возможность формализации экономических задач, стоящих перед субъектом управления;
- модель может быть использована в качестве инструмента для контроля за деятельностью системы;
- модель дает возможность прогнозировать изменение системы;
- переход к модельной технологии разработки и принятия решения формирует систему четких требований к информационному и методическому обеспечению, позволяет разрабатывать строгие алгоритмы формирования, преобразования и корректировки эмпирических данных и результатов моделирования;
- располагая моделью системы, становится возможным прогнозировать не только одно, наиболее вероятное развитие ситуации, но и проигрывать различные сценарии, и тем самым выбирать наиболее результативные варианты поведения;
- гибкость экономико-математической модели на теоретическом уровне;
- большая часть математических моделей имеет форму компьютерных программ, придающих моделям динамический характер.

Этапы моделирования емкости рынка платных услуг населению представлены на рис. 3.

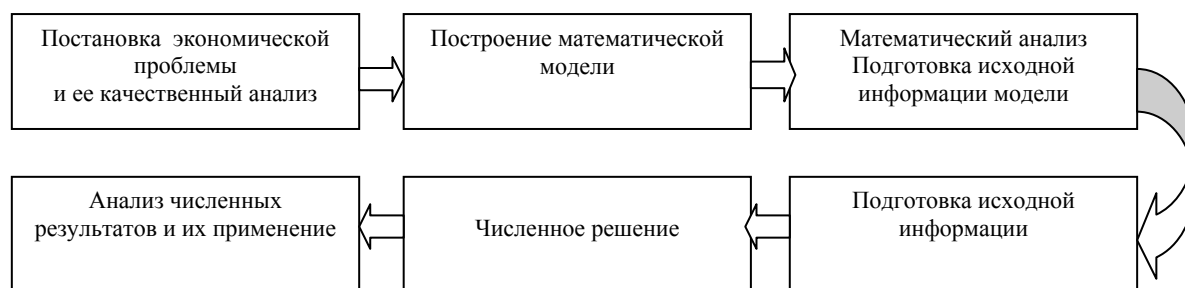


Рис. 3. Этапы моделирования емкости рынка платных услуг населению

Построение экономико-математической модели емкости рынка платных услуг населению должно основываться на ряде принципов: научной обоснованности; системности; альтернативности; целенаправленности; адаптабельности; информационного единства; достоверности; точности; устойчивости; достаточности; осуществимости; адекватности; соответствия модели решаемой задаче;

соответствия между требуемой точностью результатов моделирования и сложностью модели; многовариантности реализаций элементов модели; блочного строения; соизмеримости затрат и выгод; верифицированности; непрерывности; рентабельности; инвариантности (однозначности) информации и др. (табл. 1).

Соблюдение всех принципов позволяет разработать модель емкости рынка платных услуг населению, отвечающую предъявляемым к ней требованиям: адекватность, объективность, достоверность, гибкость, ясность, доступность, устойчивость, наличие потенциала совершенствования.

Данные методические принципы и инструменты, а также требования к построению модели предлагаем использовать при разработке модели емкости рынка платных услуг населению с целью повышения качества построения модели и получения на ее основе научно обоснованных прогнозов.

Список литературы

1. Башмачникова Е., Абрамова Л. Современная сфера услуг: определение, классификация, задачи // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 2. – С. 123-130.
2. Ерохина Л. И. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса: учеб. пособие для студентов вузов / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова. – Москва, 2004.
3. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
4. Магницкий Н. А. Распределенная модель саморазвивающейся рыночной экономики / Н. А. Магницкий, С. В. Сидоров // Нелинейная динамика и управление : сб. ст. / под ред. С. В. Емельянова, С. К. Коровина. – 2002. – Вып. 2. – С. 243-262.
5. Терещенко Н. Н. Экономическая диагностика состояния и развития потребительского рынка : монография. – М. : Креативная экономика, 2008. – 384 с.

L. A. Abramova*

**Abramova Lubov, PhD in Economics, Senior Lecturer of Volga Region State University of Service, Togliatti lyubov1109@yandex.ru*

METHODOLOGICAL TOOLS OF FORECASTING IN SERVICE SPHERE

Keywords: forecasting, non-productive sphere, modeling, market of paid services, heuristic approach, economic-mathematical approach.

Economic processes in the service sector, despite the high degree of self-regulation, imply focused external influence on the market functioning from all actors of market economic relations, which could be single individuals, enterprises and the state. At the same time, focused influence as such, and influence on economic processes in particular, become impossible without the use of a specific, scientifically constructed forecasting system at all levels of the market economy.

© Абрамова Л. А., 2014

УДК 379.85

Р. С. Гарифуллина*

*Гарифуллина Резеда Саитовна, доктор педагогических наук, профессор
Казанский государственный университет культуры и искусств, г. Казань
garifullinaRS@yandex.ru

М. М. Хисматуллин*

*Хисматуллин Марсель Мансурович, кандидат экономических наук, доцент
Казанский государственный университет культуры и искусств, г. Казань
garifullinaRS@yandex.ru

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

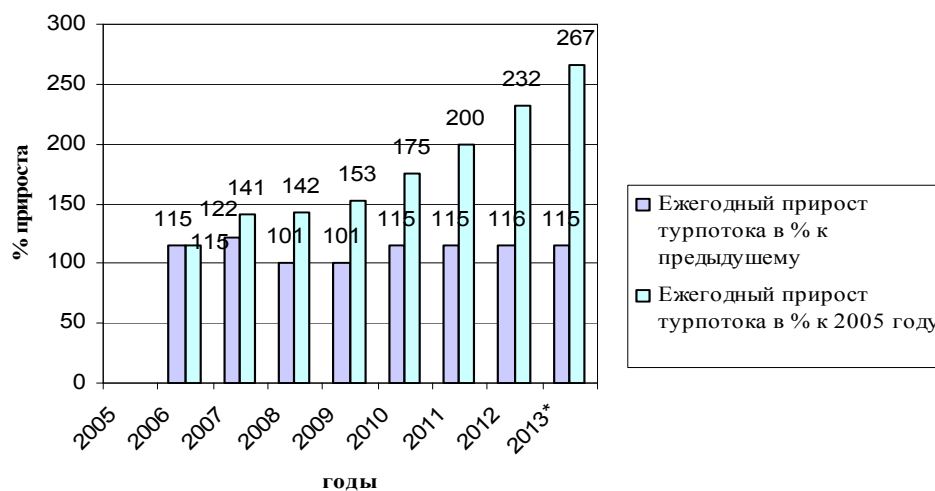
Ключевые слова: динамика развития, туристский поток, инновационные туристские потоки, международные события.

Рассматриваются состояние и динамика туризма в Республике Татарстан. Анализируется положительный опыт реализации республиканских целевых программ в области туризма «Культурная Универсиада», «Путешествие к истокам», «Открой Приволжье», «Гостеприимная Казань», «Кодекс гостеприимства», запущенные крупномасштабными спортивными мероприятиями.

Республика Татарстан играет заметную роль в развитии туризма Российской Федерации, показывая устойчивую положительную динамику. Ежегодный прирост туристского потока в республику составляет в среднем 14,8% (рис. 1). Положительная динамика сохранилась и в 2013 году.

В разрезе целевых групп туристского потока наибольшую долю занимают группы с деловыми и профессиональными целями (45,6%). Со значительным отступлением следуют группы с це-

лью досуга, рекреации, отдыха (31,5%). Имеют место группы лечения и профилактики заболеваний (11,6%). Прочие группы составляют 11,3%. По абсолютным цифрам рост туристских потоков выглядит следующим образом: 2005 год – 638,2 тыс. чел., 2006 год – 732,4 тыс., 2007 год – 896,6 тыс., 2008 год – 908,2 тыс., 2009 год – 977 тыс., 2010 год – 1113,5 тыс., 2011 год – 1277,5 тыс., 2012 год – 1479,5 тыс., 2013 год – 1701*тыс. чел. (рис. 1) [5].



*– приведены прогнозные данные.

Рис. 1. Динамика роста турпотока в Республику Татарстан за 2005–2013 годы, %

Динамика развития туризма за последние годы в Татарстане не могла не отразиться на объеме реализации туристских услуг. С 2005-го по 2013 год ежегодный объем возрос на 6192 млн рублей, то есть более чем в три раза (рис. 2) [5].

Такому росту активно способствует инфраструктура отрасли. Татарстан по праву считается одним из наиболее развитых регионов в гостиничной сфере Поволжья и является лидером в

федеральном округе по ряду основных показателей, характеризующих состояние гостиничного рынка: средства размещения пользуются высоким спросом у клиентов, по количеству отелей наша республика также опережает соседей. В 2013 году в Республике Татарстан открылось 51 коллективное средство размещения с учетом хостелов (табл. 1) [5].

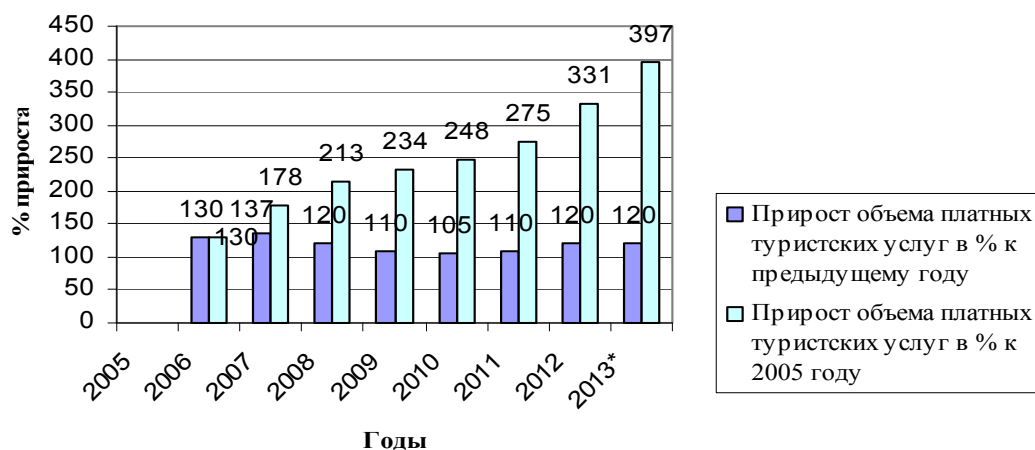


Рис. 2. Динамика роста объема платных туристских услуг в Республике Татарстан за 2005–2013 годы, %

Таблица 1

Количество коллективных средств размещения на 2013 год

Показатели	Общее количество	Количество мест
Количество коллективных средств размещения, в том числе:	347	35448
- гостиницы	202	14107
- мотели	9	226
- общежития для приезжих	11	737
- меблированные комнаты	9	142
- пансионаты	2	57
- другие предприятия гостиничного типа	17	984
- специализированные средства размещения (санаторно-курортные, базы отдыха и другие предприятия)	97	19195

Важное значение для развития острова-града Свияжск как нового туристского центра Поволжья имеет открытие комплекса «Конный двор» с гостиничными номерами и рестораном. В результате за истекший 2013 год по количеству ночевочек Республика Татарстан заняла 8-е место в рейтинге российских регионов (4,4 млн ночевочек).

Открытый в 2011 году молодежный центр «Волга» стал площадкой для реализации уникальных инновационных туристских проектов и программ, в том числе школы гостеприимства, языковых школ, международного тренинг-центра, базой проведения сборов молодежных спортивных программ. В течение 2013 года в ГАУ «Молодежный центр «Волга» было проведено 77 смен по молодежным, спортивным и туристским направлениям, в которых приняли участие 7561 человек. Гостями молодежного центра «Волга» стали представители 34 регионов Российской Федерации, а также стран СНГ, Индии, Китая, Колумбии, Мексики, Аргентины и Германии. К наиболее значимым мероприятиям можно отнести проект «Кадровый резерв», фестиваль мусульманской молодежи, «Полиглот 2013», татаро-германский форум, образовательный волонтерский лагерь Volunteers Academy, обучающий семинар для координаторов волонтеров функциональных направлений АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней Универсиа-

ды 2013 года», семинар для руководителей волонтерских центров России, учебно-тренировочные сборы по фехтованию, самбо, дзюдо, вольной борьбе, греко-римской борьбе, хоккею на траве, регби. В 2013 году продолжает работу проект «Молодежный отель», сотрудниками которого стали студенты казанских вузов, получившие практический опыт работы во всех сферах гостиничного бизнеса. Главным преимуществом проекта стало то, что студенты за время прохождения практики реализуют себя в различных профессиях, связанных с обслуживанием туристов.

Продолжена работа по внедрению современной туристской навигации. В 2013 году Министерством по делам молодежи, спорта и туризму Республики Татарстан совместно с Министерством транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан установлено 8 общепринятых коричневых туристских навигационных знаков на федеральной трассе по направлению Казань – остров-град Свияжск и 20 туристских навигационных знаков по направлению Казань – древний город Болгар. В целом по Республике Татарстан подготовлен к установке 141 дорожный знак с указателями на основные объекты туристского показа. Весной 2013 года установлены информационные стелы для острова-града Свияжск – 11 штук и для древнего города Болгар – 15 штук.

Также для туристов созданы карты-схемы острова-града Свяжск и древнего города Болгар. В Казани разработан проект туристского ориентирования в исторической части города, включающий дорожные указатели, информационные таблички, интерактивные карты (ориентировочная стоимость проекта – около 20 млн рублей).

Министерством по делам молодежи, спорта и туризма Республики Татарстан совместно с другими республиканскими заинтересованными министерствами и ведомствами, предприятиями и организациями сферы туризма в течение года проводилась работа по популяризации возрождаемых туристских центров – Болгара и Свяжска, увеличению туристского потока, формированию туристских маршрутов и программ в связи с вводом в эксплуатацию новых туристских объектов, а также повышению качества оказываемых туристских услуг. Решались вопросы организации регулярного транспортного сообщения Казань – Болгар и Казань – Свяжск, вопросы организации питания туристов, а также совершенствования экскурсионного обслуживания.

В результате проводимой работы туристский поток на о. Свяжск составил 82000 человек (с учетом неорганизованных туристов – около 60 тысяч человек), в г. Болгар – 173341 человек (в т. ч. паломники, приехавшие на празднование «Изге Болгар Жыеннь», – 55 тысяч человек).

Районами Татарстана, где наблюдается положительная динамика туристского потока и которые активно продвигают свои проекты на международных и российских выставках, в рекламных турах, являются Казань, Елабужский, Зеленодольский, Спасский, Чистопольский, Верхнеуслонский, Камско-Устьинский, Тетюшский, Лаишевский, Пестречинский, Высокогорский, Арский, Рыбно-Слободский, Мамадышский, Алексеевский, Альметьевский муниципальные районы.

В Казани 2013 году был реализован проект туристского ориентирования в исторической части города, включающего дорожные указатели, информационные таблички и интерактивные карты. В связи с этим установлено 40 конструкций с объемом финансирования в 6 млн рублей. По завершении проекта планируется наличие 102 конструкций с общим объемом финансирования в 9,8 млн рублей.

Казань стала одним из городов, в котором экскурсионное обслуживание осуществляется на двухэтажных автобусах, где туристам предоставляются экскурсии на восьми языках. Это ещё один современный туристский сервис, повышающий привлекательность нашей республики.

В конце 2012 года Министерством культуры Российской Федерации был инициирован новый проект «Новогодняя столица России». Идея проекта заключается в привлечении внимания туристов к обычаям, традициям, туристским объек-

там регионов России. По инициативе Республики Татарстан Казань стала первым городом, получившим статус «Новогодняя столица России». С целью информирования туристов был составлен туристский календарь событий, проводимых в Казани, который был размещен на официальных сайтах Министерства и Туристско-информационного центра Казани, а также распространен по гостиницам города. Для удобства туристов была обеспечена работа музеев, музеев-заповедников, находящихся на территории Казани, по удлиненному режиму, интерактивные программы для туристов и гостей были организованы в Национальном музее Республики Татарстан, Государственном музее изобразительных искусств Республики Татарстан, Государственном историко-архитектурном и художественном музее-заповеднике «Казанский кремль», Государственном историко-архитектурном и художественном музее «Остров-град Свяжск», Болгарском государственном историко-архитектурном музее-заповеднике. Обеспечена работа мемориально-литературного музея Габдуллы Тукая в с. Яна Кырлай Арского района (резиденция татарского Кыш-Бабая и Кар Кызы), который совместно с ООО «Трэвел-Эндвок» организовал мероприятие «Путешествую, играя в лесной сказке Кыш-Бабая». Всего участниками мероприятия стали около 2000 человек. 31 декабря 2012 года состоялся приезд Деда Мороза и его свиты из Великого Устюга, посещение детского реабилитационного центра «Апрель», социально-реабилитационного центра для детей-инвалидов «Здравушка», а также Дербышкинского дома-интерната. После этого Дед Мороз прибыл на территорию Кремля, где с детьми расписал новогоднюю картину. Вечером гость из Великого Устюга и Кыш-Бабай зажгли огни Главной елки страны в парке Тысячелетия, после чего на площади Дворца земледелия стартовала новогодняя концертная программа, где перед зрителями выступили творческие коллективы из России и Татарстана [4].

Широкие перспективы для дальнейшего развития туризма в Татарстане открылись в связи с прошедшими в июле 2013 года Всемирными студенческими играми в Казани – «Универсиада-2013». Столица Татарстана становится все более узнаваемым в ряду других крупных городов мира туристским центром.

Впервые в истории Всемирных студенческих игр в Казани был реализован проект «Культурная Универсиада». Главной культурной площадкой стал парк Универсиады (парк 1000-летия). В концертной программе парка приняли участие 1500 артистов-волонтеров из вузов Оренбурга, Саратова, Чебоксар, Йошкар-Олы и Казани, лучшие творческие коллективы Республики Татарстан. Для отдыха спортсменов и тренеров делегаций была предназначена лаунж-зона Деревни Универсиады. В рамках проекта «Культурная Уни-

версиада» состоялся цикл разноплановых фестивалей по направлениям: театр, кино, классическая и современная музыка, балет, изобразительное искусство, а также два крупных мероприятия – Международный оперно-балетный фестиваль (с 1 по 20 июля); III международный фестиваль им. С. Рахманинова «Белая сирень» (6-17 июля). С июня 2012 года стартовала работа по подбору творческих коллективов, задействованных на церемониях открытия и закрытия Универсиады. Общее количество сценических персонажей, задействованных в церемониях, составит более 3000. С февраля 2013 года начались репетиции ключевых номеров и массовых сцен церемоний. Был реализован проект «Эстафета огня» – масштабного мероприятия, объединившего студенчество страны в подготовке и проведении Универсиады. Торжественная церемония зажжения огня состоялась в Париже – городе, впервые проводившем Всемирные студенческие спортивные игры в 1923 году. Транспортная колба с огнем Универсиады была торжественно размещена 15 июля на борту учебного парусного судна «Седов». Огонь совершил кругосветное путешествие, посетив пять частей света и преодолев свыше 100000 километров. Российский этап эстафеты стартовал 25 января 2013 года во Владивостоке, проследовал по 30 крупнейшим студенческим городам страны и финишировал в Казани 6 июля в день открытия Игр. В эстафете приняли участие более 1 млн студентов и 2013 факелоносцев [2].

Росту туристской популярности Татарстана и ее столицы способствовала Универсиада, которая стала крупным маркетинговым проектом, эффективность которого может быть снижена в случае отсутствия серьезной государственной поддержки. Для дальнейшего развития индустрии ту-

ризма необходимо более обоснованно подойти к разработке территориальных программ поддержки и развития туристической сферы, учесть всю совокупность внутренних и внешних факторов, определяющих приоритеты и перспективы развития туризма, ее туристскую специализацию, эффективно используя местные туристские ресурсы.

Для успешного развития туристской отрасли в Республике Татарстан созданы все условия:

- развитая инфраструктура;
- разнообразие туристских продуктов;
- активное продвижение на внутреннем и международном рынке.

Наличие этих условий уже способствовало увеличению роста турпотока ежегодно на 15% [2, 3].

Международные спортивные мероприятия, стратегия которых носит глобальный характер, выходят за пределы отдельного государства. Туризм – это интернациональный феномен, который не имеет региональных и национальных границ [1].

В связи с этим необходимо совместно с международным сообществом выработать единую стратегию устойчивого развития индустрии туризма и рекомендации по планированию туристского развития на национальном, межрегиональном и международном уровнях (по охране окружающей среды, обеспечению прав туристов, охране, реставрации и поддержанию архитектурных и исторических памятников, исторического наследия, совершенствованию информации в сфере туризма). Субъектом международной политики в области туризма должны выступать международные (межправительственные) организации и профессиональные объединения.

Список литературы

1. Башмачникова Е. В., Рябова Е. В. Методика оценки эффективности управления планированием на предприятиях сферы туристических услуг // Вестник Национальной академии туризма. – 2008. – № 1 (5). – С. 33-36.
2. Вашуров М. В., Хисматуллин М. М., Асадуллин Н. М. Роль спортивных мероприятий в развитии туристских дестинаций // Вестник Казанского гос. аграрного университета. – 2013. – № 2 (28). – С. 10-13.
3. Гарифуллина Р. С. Регион как субъект туристской политики // Путеводитель предпринимателя. – 2013. – Выпуск XIX. – С. 56-65.
4. Гарифуллина Р. С. Приоритетные направления развития детского и молодежного туризма в России // Вестник Казанского гос. ун-та культуры и искусств. – 2013. – № 2. – С. 137-139.
5. Материалы коллегии «Перспективы развития сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан» Министерства по делам молодежи, спорта и туризма Республики Татарстан / под ред. Р. Т. Бурганова. – Казань, 2013. – 20 с.
6. Хафизов Д. Ф., Хисматуллин М. М., Исайчева Е. С. Сущность и значение предпринимательства в условиях институциональных преобразований // Вестник Казанского гос. аграрного университета. – 2013. – № 1 (27). – С. 55-57.

R. S. Garifullina*

**Garifullina Reseda, Doctor of Pedagogical science, Professor
of Kazan State University of Culture and Arts, Kazan
garifullinaRS@yandex.ru*

M. M. Hismatullin*

**Hismatullin Marsel, PhD in Economics, Associate Professor
of Kazan State University of Culture and Arts, Kazan
garifullinaRS@yandex.ru*

DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM SERVICES AND HOSPITALITY IN TATARSTAN

Keywords: dynamics of development, tourist flow, innovative tourist flows, international events.

The article considers the state and dynamics of tourism in the Republic of Tatarstan. The authors analyze the positive experience of the implementation of national programs in the field of tourism, such as «Cultural Universiade», «Journey to the roots», «Discover the Volga region», «Hospitable Kazan», «Code of hospitality» as well as launched large-scale sport events.

© Гарифуллина Р. С., Хисматуллин М. М., 2014

УДК 459

Т. А. Журавлева***Журавлева Татьяна Айдыновна, кандидат экономических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти**kaf_manager@tolgas.ru*

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА КАК ЭЛЕМЕНТ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, сервис, деловая репутация.

Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса необходимы для успеха деловой репутации при продвижении услуг, товаров.

Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса как элемент деловой коммуникации используется давно, но, к сожалению, не всеми предпринимателями. Согласно любому исследованию рынка, можно понять, что известность нужна всем и неважно, о чем идет речь: об услугах, работах, товарах, конкретного предприятия или о его руководителях и работниках. По мнению многих специалистов, деловая репутация является «элитным товаром» и, как правило, измеряется так называемым «индексом упоминания в СМИ», который характеризуется многими показателями [2].

Использование информационного пространства, а именно интеграция в него, является неким порогом, дающим возможность достигать минимума упоминаний в любом средстве массовой информации, который необходимо не только «удержать», но и поддерживать на протяжении долгого времени [6]. Все материалы, появляющиеся в СМИ, конечно же, должны давать не мнимую известность, а особенности достигнутых результатов деятельности предприятия в любой сфере. В данном случае неважно, чем оно занимается: предоставляет сервисные услуги по продажам, отправляет клиента в путешествие, оказывает услуги по ремонту чего-либо, главное – демонстрация положительных качеств – об услуге, товаре, управленческого персонала, работников, исполняющих услугу, и т. д. Все это в совокупности дает возможность формирования положительного имиджа в глазах как потребителей услуг, так и общественности, что в итоге дает возможность повысить репутацию предприятий сервиса, быть готовыми к любым изменениям рынка, внешней и внутренней среде, а также максимально обеспечить безопасность и работать как система оповещения об опасности [7].

Как правило, функции такого рода возлагаются на топ-менеджеров предприятия, в круг обязанностей которых входит несколько позиций их деятельности: построение взаимоотношений со средствами массовой информации, управление кризисными ситуациями на предприятии, управление корпоративными отношениями, налаживание связей с общественностью и различного рода учреждениями, проведение различных

презентационных мероприятий, все, что дает возможность повысить деловую репутацию предприятия.

Предоставление услуг в нашей стране дело не новое, любой потребитель хотя бы один раз в своей жизни обращается на предприятия сервиса. Повторное появление там зависит от многих факторов. Все давно уже поняли, что продавать товары или услуги гораздо проще, если вы им нравитесь. Это означает, что вы поддерживаете хорошую деловую репутацию и о вас сложился позитивный имидж. Такая позиция относится не только к крупным и достаточно известным предприятиям, но и к любому, даже небольшому предприятию [1].

К сожалению, российский рынок предложения формирует представление о предприятии, как правило, не на основе объективных данных о его деятельности, а на основе того, что о нем говорят средства массовой информации [3]. Любое заявление в СМИ может либо улучшить, либо ухудшить отношение к предприятию любой сферы деятельности. Согласно исследованиям Ассоциации менеджеров России и TNS Gallup, до сих пор люди склонны верить тому, что там печатают. В этой ситуации может помочь только так называемый «задел» по деловой репутации, так как низкая оценка предприятия со стороны СМИ создает благоприятную среду для агрессии со стороны конкурентов, а если у вас все в «порядке с имиджем», то это может спасти предприятие в кризисный период.

Исходя из практики для продвижения товаров эффективна реклама, а для коммуникации услуг необходима деловая репутация, так как их продвижение основано не на узнаваемости, а на их знании, где важна порядочность и надежность непосредственного исполнителя услуг, а не только ее характеристики.

Для создания деловой репутации предприятий сервиса необходим так называемый «информационный повод», этот термин на слуху практически у каждого потребителя услуг и товаров. Все, как правило, начинается с ряда сообщений, представляющих собой новостные особенности, различного рода статьи, возможно,

комментарии или пресс-конференции, презентации или любой другой повод. Отношение к ним может быть разным: для кого-то они не представляют никакого интереса, для других важен сам факт упоминания в СМИ. Однако информационный повод – вещь весьма субъективная, поэтому самое важное не столько сформулировать этот самый повод, сколько донести его до нужного источника. Важно не только содержание, но и точный адресат.

Связи со СМИ отличаются от классического маркетинга тем, что здесь нет гарантированности, а существуют только договоренности и отношения с конкретными представителями этого сообщества – редакторами, обозревателями, журналистами. Сами по себе любые новости в средствах массовой информации – это только повод для привлечения внимания к себе, особенную роль играют информационные способы не вообще, а для каждого издания или его конкретного представителя персонально, с учетом этого можно предлагать интересные сюжеты сразу нескольким СМИ.

В качестве примера возьмем услуги туристских предприятий, которые уже давно обрели большую популярность. Фактически, рекламируя свои направления, где можно отдохнуть, многие из них просто рекламируют услугу в целом, и потребители данного вида услуг по факту могут прийти в любое туристское предприятие. Такой итог понятен: до них донесли информацию о направлениях, но не объяснили, почему им необходимо воспользоваться в конкретном месте. Таким образом, реклама не только не работает, но и является затратным мероприятием. По логике необходимо сначала провести PR-кампанию вокруг конкретного туристского предприятия, а потом рекламировать его направления со всеми сопутствующими услугами.

За любыми услугами и товарами стоят конкретные предприятия, но именно маркетинговые коммуникации дают им возможность продавать свои продукты на потребительский рынок. Таким образом, сначала создание условий для деловой репутации, с учетом изменений в менеджменте предприятий, а только потом услуги или товары.

Любые услуги и товары представляют прежде всего марку или бренд, который подразумевает определенные характеристики: цена, потребительские свойства, возможность использования, гарантийные обязательства и многое другое, но все перечисленное вещи изменчивые. С другой стороны, само предприятие представляет определенные технологии, затрагивающие определенную социальную ответственность, развивающие экологическую политику, охватывающие перспективные направления деятельности и т. д., без чего марка и бренд не могут существовать, в противном случае предприятие оказывается в

информационном вакууме. Эта сторона более или менее постоянна, так как позитивный фон вокруг предприятия в сознании потребителей важнее многих характеристик услуг и товаров.

Позитивная деловая репутация предприятия играет положительную роль не только в продвижении своей продукции, но и позволяет решать проблемы в подборе кадров, вести переговоры в деловых кругах, привлекать для развития своей деятельности внешние источники в виде инвестиций.

Сложные взаимосвязи предприятий, представленных на любых рынках, определяют их информационное пространство, а значит, и выбор СМИ, и присутствие деловых партнеров, различного рода поставщиков, возможно, сетей, что в итоге и определяет поддержание этих связей и означает передачу информации. В настоящее время существуют многие высказывания известных авторов, которые на слуху практически у каждого потребителя, например: «Реклама – двигатель торговли» или «Информация – самая конвертируемая единица», и это действительно так, потому что трудно, можно сказать, практически невозможно подсчитать, сколько связей может родиться от каждой такой единицы информационного обмена, несмотря на то, что каждое предприятие как только выходит на рынок и регистрируется в сети Интернет, старается с помощью новейших технологий просчитать, какую выгоду они ему принесут в деловой сфере и при виртуальном контакте с потребителем. С момента официальной регистрации предприятие заявляет о себе как о субъекте информационного пространства и претендует на собственное место в нем. Сам по себе факт появления нового предприятия является значимым событием для окружающего мира в виде информации, каким бы незначительным ни казался этот повод для самих создателей. Парадокс заключается в том, что зачастую предприятия начинают заниматься формированием своего информационного поля в последнюю очередь, что, как правило, сказывается на построении маркетинговых коммуникаций и отражается на деловой репутации. Однако от координации коммуникативного пространства зависит успех их жизнедеятельности. Адаптация внутренней системы жизнеобеспечения предприятия к внешней коммуникационной среде зависит от кругооборота информационных потоков, где каждый элемент его системы управления организует информационное пространство, итогом которых создается общая информационная модель.

Координированные действия по информационной среде должны выстраиваться согласно основной политике предприятия по маркетинговым коммуникациям и встраиваться в общее информационное пространство без непредсказуемых изменений. Таким образом, можно говорить только о контролируемом присутствии в СМИ со

стороны предприятия, а создание собственных информационных моделей даст возможность решить многие проблемы, возникающие у предприятия со стороны внешней среды, где потребитель наряду с деловыми партнерами, средствами массовой информации, властями и т. п. также включен в эту систему отношений. В настоящее время потребители и клиенты предприятия вовлечены в интерактивные системы, а не только при использовании маркетинговых коммуникаций, это могут быть различные информационные центры, где информация, полученная от них, может стать решающей при согласовании планов развития предприятия. Например, туристские предприятия создают коммуникационные сети, которые объединяют всех поставщиков данных услуг – туроператоров, авиакомпании, гостиничные комплексы, центры по продаже билетов и банки и другие предприятия, обслуживающие процесс оказания туристской услуги.

Вся передаваемая информация имеет ценность для конкретного предприятия исходя из практического ее применения в деловой среде. В данном случае можно говорить не только о материальных приобретениях, но прежде всего о денежных. В первом варианте может рассматриваться любая информация, позволяющая адаптироваться к внешним условиям рынка сбыта, товаров, работ, услуг, при этом скорость передачи должна соответствовать скорости перемен на предприятии. Во втором – речь идет об адаптации предприятия по показателям его жизнеспособности: координации и систематизации отношений – внутренних и внешних, что позволяет поддерживать деловые отношения и управлять его конкурентоспособностью. Исходя из этого можно говорить об уровне развития маркетинговых коммуникаций, а именно качестве информационной активности.

Деловая репутация предприятий сервиса дает возможность развивать новые направления деятельности и добиваться своих маркетинговых целей, тем самым увеличивать свою стоимость на рынке аналогичных предприятий.

Разделение коммуникационных потоков на внешние и внутренние дает возможность информировать всех участников рынка о деятельности предприятия, о его маркетинговых мероприятиях, особенно если они связаны с социальными программами места нахождения предприятия, а также всех непосредственных участников проектов на конкретном предприятии.

Маркетинговые коммуникации являются одним из направлений деятельности любого предприятия, следовательно, их планируют, ими управляют и рассматривают с точки зрения их экономической и коммуникативной эффективности. В этой связи необходимо выяснить о вкладе каждого коммуникационного канала и как они работают на деловую репутацию предприятия,

прибыльны или нет, будут ли способствовать достижению коммуникативных целей и стратегических задач, поэтому разработанные информационные потоки должны иметь благоприятное влияние на развитие ситуации на рынке в целом.

Политика предприятия в разрезе маркетинговых коммуникаций решает определенные задачи и принципиально действует исходя из принципов достоверности, динамичности и открытости. Каждый из них имеет свою четкую направленность, но в любом случае информация, которой оперирует предприятие, должна быть подтвержденной, общественно значимой и соответствовать требованиям времени.

При разработке программ по маркетинговым коммуникациям необходимо обратить внимание на некоторые особенности предоставления информации в информационные источники:

- во-первых, следует учитывать сформированное общественное мнение о предприятии и использовать его как инструмент обратной связи при оценке своей деловой репутации;

- во-вторых, прогнозировать противостояние окружающей среды с учетом всей цепочки – от средств массовой информации до деловых партнеров;

- в-третьих, проводить предварительную подготовку деловых кругов к назревающим переменам на предприятии, чтобы исключить конфликтную ситуацию;

- в-четвертых, продвигать интересы предприятия во всех сферах деятельности для недопущения негативных установок и стереотипов вокруг его деятельности.

Следуя этим основным позициям, можно четко позиционировать предприятие в информационном поле и выстроить систему взаимоотношений со всеми интересующими деловыми кругами и потребителями рынка, в противном случае можно столкнуться не только с кризисом деловой репутации, но и с проблемами в развитии его коммерческой деятельности.

В заключение хочется обратить внимание на то, что предприятия, использующие маркетинговые коммуникации для создания органичной деловой репутации, создавая с помощью их себе положительный имидж, гораздо уверенней чувствуют себя в любой кризисной ситуации, сложившейся на рынке. Та информация, которую предприятие использует и как ею распоряжается, дает возможность оценить стратегическую часть его бизнеса. Потеря инициативы в информационном пространстве грозит предприятию непредсказуемыми последствиями для его развития, поэтому информацией необходимо не только управлять, но и создавать четко продуманную систему ее подачи как внутри предприятия, так и во внешнем пространстве, в рамках которого оно взаимодействует.

Список литературы

1. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионология. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
2. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
3. Ерохина Л. И., Скорниченко Н. Н. Маркетинговый подход к исследованию существующих методик оценки качества обслуживания потребителей сервисными услугами // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2010. – № 1. – Т. 1. – С. 121-126.
4. Журавлева Т. А., Литвинов В. Н. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие. – М. : ФГОУВПО «РГУТиС», 2008.
5. Исследования. Рекламная Россия от Gallup AdFact и Espar Analyst // Рекламный мир. – 2010–2011.
6. Корчагин П. В. Рынок маркетинговых услуг: репутационный менеджмент // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 03. – С. 120-126.
7. Корчагин П. В. Модель устойчивого развития рынка маркетинговых услуг региона // Научный обозреватель. – 2011. – № 201101. – С. 10-14.
8. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М. : Армада-пресс, 2007.
9. Питер Л. Бернштейн Против богов. Укрощение риска. – М., 2001.

T. A. Zhuravleva*

**Zhuravleva Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

**MARKETING COMMUNICATIONS IN SERVICE AS AN ELEMENT
OF BUSINESS REPUTATION**

Keywords: marketing communications, service, business reputation.

Marketing communications in the sphere of service are necessary for good business reputation while promoting goods and services.

© Журавлева Т. А., 2014

УДК 640.2

Л. В. Нечипоренко***Нечипоренко Людмила Владимировна, кандидат экономических наук, ассистент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

vbkfz5000@rambler.ru

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБСЛУЖИВАНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Ключевые слова: управление, обслуживание, система, сфера услуг.

Сложность проблемы управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг определяет необходимость системного подхода к данному виду деятельности. Рассмотрены элементы системы управления обслуживанием и их взаимосвязь, а также ожидаемые результаты эффективного управления обслуживанием клиентов на предприятиях сферы услуг; сформулированы основные задачи, решить которые призвана система управления обслуживанием.

Управление – это сложное явление, сущность и строение которого еще недостаточно исследованы современной наукой. Сказанное подтверждается наличием большого количества определений, которые, совпадая во многом, отличаются отдельными своими частями. В. К. Терентьев ссылается на специальное исследование, в котором было выявлено свыше 300 различных определений управления [3]. Анализ определений управления позволяет отметить, что в большинстве случаев к нему осуществлен подход как к системе, охватывающей сложные явления, происходящие в структуре субъекта и объекта управления. Данный факт является определяющей предпосылкой к изучению управления с позиций системного подхода.

Управление обслуживанием на предприятии сферы сервиса – это целенаправленное, планомерно организованное воздействие на организацию обслуживания в интересах ее упорядочения, оптимального функционирования и развития. Среди факторов, определяющих необходимость внедрения системы управления обслуживанием на предприятии сферы сервиса, можно выделить следующие: увеличение предприятия; снижение качества обслуживания; недостаточная эффективность системы управления обслуживанием; стремление повысить конкурентоспособность предприятия сферы сервиса; низкая мотивация производителей услуг; изменение рыночных условий, например обострение конкуренции, увеличение или сокращение объема спроса, изменение потребительских предпочтений и т. д. [2]

Использование функции управления позволит организовать эффективное обслуживание потребителей услуг для повышения их лояльности и увеличения доли повторных обращений. [6] Управление обслуживанием на предприятии сферы услуг может быть представлено системой, состоящей из нескольких подсистем (рис. 1).

Система включает организацию обслуживания, подсистему принятия управленческих решений, а также обеспечивающие подсистемы (правовую, организационную, методическую, информационную, ресурсную). Взаимозависимость указанных подсистем настолько сильна, что ни одна из них не может эффективно функционировать без остальных, следовательно, воздействие на любую из них приводит к изменению всей системы в целом. Анализ каждой из обеспечивающих подсистем позволит нам определить общее состояние организации обслуживания на конкретном предприятии. Компоненты «внешней среды» – это целевой сегмент рынка, конкуренты, клиенты, законодательство и т. д. Компоненты «входа» – это информация, нормативно-методологические документы (например, стандарты качества обслуживания), законодательные акты и т. д. Результатом выступает принятие решений об обслуживании.

Процесс непосредственного и опосредованного контактирования производителей услуг с потребителями – это процесс обслуживания. Для того чтобы он был эффективен, разработка и реализация сложной системы управленческих решений должна протекать организованно. Принятие управленческого решения об обслуживании – это деятельность, которая осуществляется по определенной технологии с использованием различных методов и технических средств, с целью поиска выхода из сложившейся управленческой ситуации путем формирования и реализации воздействия на объект управления.

Для предоставления услуг на предприятии необходимы значительные организационные усилия. Организационное обеспечение определяет сложившиеся на предприятии нормы поведения, особенности взаимоотношений в коллективе, организационную структуру, правила преемственности вопросов управления, регламентируемых на верхнем уровне для нижестоящего уровня.

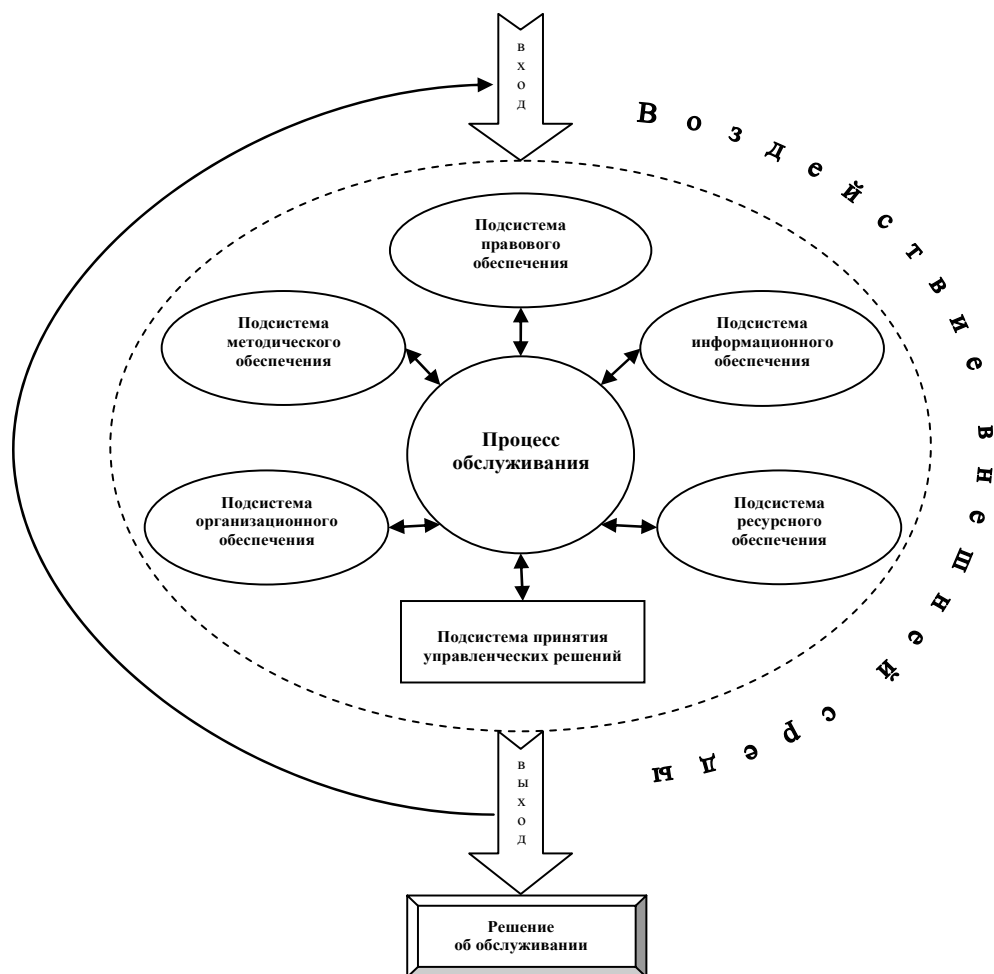


Рис. 1. Система управления обслуживанием на предприятии сферы услуг

В управлении обслуживанием на предприятии важным аспектом является анализ методического обеспечения данного вида деятельности, поскольку эта подсистема призвана решать все теоретические, методические и практические вопросы по разработке решений о предоставлении услуг клиентам и функционированию системы обслуживания на предприятии в целом. Методологическая работа в предприятиях сферы сервиса непосредственно сказывается на качестве предоставляемых услуг, поэтому овладение современными формами и методами обслуживания имеет первостепенное значение. Предприятие может самостоятельно заниматься разработкой методик либо применять уже сформированные научные методы:

- методика определения качества услуги;
- методика оценки выполнения договорных обязательств по обслуживанию;
- методика оценки уровня спроса;
- методика определения срока оказания услуги;
- методика учета поступления заявок на предоставление услуги;
- методика определения качества обслуживания;

- методика определения стоимости предоставления услуги;

- методика определения потребности в материальных запасах, необходимых для оказания услуги, и др.

Работа современного предприятия независимо от его размеров, вида деятельности и структуры невозможна без надежного информационно-правового обеспечения. Руководству и административному персоналу, юридическому отделу, бухгалтерии, менеджерам по различным направлениям деятельности необходима полная и достоверная правовая информация. Управление обслуживанием на предприятии сферы сервиса также предполагает необходимость проведения оценки уровня правового обеспечения процесса обслуживания. Включение этой подсистемы в общую систему управления обслуживанием обосновывается важностью соблюдения всех законодательных и нормативных актов, регламентирующих сферу сервиса.

В условиях реализации системного подхода особо важно отметить роль информации. Для системы управления необходимо наличие надлежащей информационной среды, обеспечивающей быстрый и полный доступ к любому закону и

нормативному акту, а также определенный уровень правовой культуры. Основная задача подсистемы информационного обеспечения – снабжение предприятия информационными ресурсами, обеспечение достижения цели предприятия. Информационная среда является важной частью инфраструктуры бизнеса, она относится к числу основных факторов, определяющих качество и успех предприятия на рынке.

Функционирование любого предприятия предполагает постоянное принятие решений и осуществление контроля их реализации. Оба этих вида деятельности предполагают получение и переработку информации о внутренних и внешних по отношению к предприятию процессах [4]. Кроме того, необходима базовая информация об институциональной структуре общества, действующих законах, нормативных актах и традициях. Таким образом, можно говорить о существовании определенной информационной среды – внешней и внутренней, в которой содержится информация, необходимая для осуществления актов принятия решений и контроля их исполнения. Совокупность информации, производимой работниками предприятия, его руководителями и наемными служащими формирует внутреннюю информационную среду. Совокупность информации общеэкономического и общеполитического характера, информации о правилах хозяйственного поведения и о рынках формирует внешнюю информационную среду.

Решение вопросов организации своей информационной среды в деятельности любого предприятия может происходить по мере возникновения необходимости или быть следствием принятой стратегии. Выработка определенной стратегии в вопросах организации информационного обеспечения процесса предоставления услуг важна прежде всего для предприятий, действующих в высококонкурентной среде, изменения которой сильно влияют на функционирование бизнеса.

Для организации обслуживания и управления им руководство предприятия должно владеть определенным набором экономических ресурсов. Поэтому особо важно оценить подсистему ре-

сурсного обеспечения, призванную обеспечивать процесс обслуживания всеми видами ресурсов требуемого качества и количества. Состав применяемых предприятием ресурсов всегда различен, однако главным считается трудовой ресурс, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности и конкурентоспособность предприятия.

Исходя из целей управления обслуживанием на предприятии сферы сервиса можно сформировать круг задач, которые призвана решить система управления обслуживанием [5]: во-первых, анализ соответствия системы управления качеством обслуживания ее стратегическим целям; во-вторых, разработка нормативной документации предприятия (должностных инструкций, положений о подразделениях, об организационной структуре, регламентов основных бизнес-процессов); в-третьих, разработка стандартов качества обслуживания; в-четвертых, контроль качества обслуживания потребителей услуг; в-пятых, разработка и внедрение системы показателей деятельности структурных подразделений, должностных позиций по вопросам качества обслуживания; в-шестых, разработка форм управленческих отчетов; в-седьмых, разработка и внедрение системы обучения сотрудников, подготовка внутренних тренеров, создание учебных фильмов и, наконец, разработка и внедрение системы мотивации сотрудников и руководителей.

Следует отметить, что при условии успешного решения обозначенных задач системы управления обслуживанием на предприятии можно ожидать следующих результатов: во-первых, обученный и мотивированный персонал, способный более оперативно и качественно решать поставленные задачи; во-вторых, четко регламентированные процессы и стандарты, повышающие качество и эффективность обслуживания потребителей услуг; в-третьих, сформированная система управления качеством обслуживания, включая систему контроля выполнения стандартов; а также единый формат качества обслуживания. Важно понимать, что эффективность системы управления обслуживанием определяется, как правило, уже в процессе ее реализации.

Список литературы

1. ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения».
2. Аппанова Ю. Э. Генезис концептуальных подходов к пониманию категории «управление» на предприятиях сферы услуг // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2011. – Т. 1. – № 2. – С. 70-72.
3. Атрашенко А. Н. Теоретико-методологический анализ уровневого строения управления общественными системами // Известия Томского политехнического университета. – 2004. – № 6. – С. 144-148.
4. Башмачникова Е. В., Абрамова Л. А. Разработка экономико-математической модели для оценки эффективности использования интеллектуальных ресурсов предприятиями сферы услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2012. – № 5 (25). – С. 43-50.
5. Кузнецова Л. В. Управление обслуживанием на предприятиях сферы услуг: теоретические основы // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2007. – № 3. – С. 137-144.

6. Морякова А. В. Исследование доминантных категорий и обеспечения этапов процесса предоставления услуг с использованием управленческих функций // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2010. – № 1-2. – С. 370-374.

L. V. Nechyporenko*

**Nechyporenko Lyudmila, PhD in Economics, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
vbkfz5000@rambler.ru*

INTERPRETATION OF THE ELEMENTS OF SERVICE CONTROL IN SERVICE COMPANIES

Keywords: management, service, system, service sphere.

Complexity of service management in service companies determines the need for a systematic approach to this type of activity. The article considers the elements of service management system and their interaction, as well as the expected results of effective management of services provided for customers in the service sector. The main problems have been formulated, and to approach them, the system of service management will be used.

© Нечипоренко Л. В., 2014

УДК 332.8

Е. И. Николаева***Николаева Елена Ирфановна, кандидат экономических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

helenniko@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЕМ ЖКХ РЕГИОНА

Ключевые слова: управление реформированием, технологизация управления, конструкция управления реформированием ЖКХ, система, механизм, технология.

Обоснована потребность в технологизации управления реформированием ЖКХ, обобщены существующие подходы к определению понятия «технология управления» и выявлены современные тенденции технологизации управления ЖКХ, уточнено содержание понятия «технология управления реформированием ЖКХ».

Проводимая в стране экономическая реформа жилищно-коммунального хозяйства базируется на необходимости коренного изменения сложившихся методов стратегического развития предприятий и государственного регулирования экономики отрасли. И хотя государственное регулирование в ЖКХ все больше затрагивает макроэкономические показатели, общей тенденцией реформирования является децентрализация управления и смещение основных рычагов регулирования на мезо- и микроуровень с переходом к большей экономической самостоятельности региональной системы ЖКХ и субъектов этой системы – предприятий – прежде всего на базе развития на них отношений собственности [3].

Динамизм социально-экономической и правовой среды в жилищно-коммунальном хозяйстве, высокая неопределенность влияния внешних факторов на внутренние процессы, протекающие в данной сфере, актуализируют исследование проблем реформирования. Следовательно, акцентируя внимание на проблематике управления реформированием ЖКХ, можно сделать вывод о том, что развитие любой социально-экономической системы, к которым, несомненно, относится ЖКХ региона, невозможно без исследования, стратегического планирования, координации, организации, разработки, принятия и реализации управленческих решений, регулирования и контроля над их осуществлением, т. е. без четко выстроенной системы эффективного управления деятельностью и социально-экономическими процессами, что обуславливает необходимость формирования и реализации активной действенной политики [2]. Сочетание стратегии и тактики проявляется в том, что стратегия определяет последовательность в действиях, позволяет соотносить каждое решение с последствиями его исполнения, обеспечивает непрерывность развития, тактика же позволяет выбирать наилучшие варианты поведения и действий в конкретных обстоятельствах.

На современном этапе реформирования ЖКХ многие субъекты отношений задаются вопросом, как трансформировать привычную организацию жилищно-коммунального хозяйства, как ускорить многие процессы, связать их общими принципами совместимости и эффективности. Поиск возможностей и способов, позволяющих субъектам жилищно-коммунального хозяйства адаптироваться к новой ситуации, и приводит к необходимости реформирования системы управления, реализация которой в последнее время требует разработки инструментов и технологий, приобретающих приоритетное значение в период обновления социальных систем.

Принципиально важно отметить, что технологию не следует рассматривать в отрыве от теории управления реформированием, которая формирует общие законы и закономерности, инновационные идеи и основные направления развития и модернизации, ведь возможность технологизации деятельности появляется по мере расширения прикладных функций научного знания. Осуществляется связь теории и технологии с помощью методологии, которая представляется в теории менеджмента как логическая схема действий, характеризующаяся пониманием путей, средств и возможностей достижения целей. Наиболее явно методология управления реализуется посредством формирования и осуществления концепции управления, которая представляет собой целостный комплекс положений, идей, принципов, подходов, в соответствии с которыми они строятся и осуществляются. Тем самым можно отметить, что методология управления реформированием определяет умение видеть, распознавать, понимать, оценивать и учитывать зависимости, которые раскрывают содержание проблем реформирования и пути их решения. В современных процессах резкого ускорения разнообразных изменений понимание и учет этих зависимостей в практике управления имеют решающее значение.

В практике управления реформированием ЖКХ большое значение имеет взаимодействие и взаимосвязь его методологии и технологии, которая определена Э. Коротковым как «последовательное, целесообразное, своевременное, экономное и успешное решение проблем, включающее и процессы разработки, и процессы реализации управленческих решений» [3]. В технологии управления сознательно выстраиваются последовательность действий, соответствующих свойствам процесса управления, но отражающих специфику цели, а также возможности оценки ситуаций и решения проблем, из чего следует, что соответствие цели и средств ее достижения наиболее полно проявляется в проблеме сочетания технологии и методологии. Технология только тогда будет эффективной, когда она строится на эффективной методологии, которая отражает

подходы, ориентиры и ограничения в выборе технологических схем.

Следует признать и существование обратного воздействия технологии на методологию и теорию управления реформированием, подтверждаемое тем, что множественное проявление определенных свойств и различных действий по выбору целесообразных процедур, выполнению входящих в них информационных преобразований и организационных воздействий служит фактографической основой для систематизации наблюдений и установления закономерностей или законов, которые обогащают теорию управления системами.

Иными словами, технологизация управления реформированием ЖКХ включает теоретические, методические и процедурные аспекты, содержание которых систематизировано в табл. 1.

Таблица 1

Содержание процесса технологизации управления реформированием ЖКХ

Аспекты технологизации	Содержание
Теоретический	Связан - с определением цели, объекта; - выявлением сущности и принципов воспроизводства экономических и социальных процессов в ЖКХ; - раскрытием роли формализации социальных и экономических явлений, состояний, диалектики их познания; - управлениями; - познанием сущности и функций отражения социальных и экономических отношений в формах практической деятельности и пр.
Методический	Проявляется в выборе - методов, средств и способов получения информации; - ее обработки и анализа; - принципов трансформации информации в конкретные выводы и рекомендации
Процедурный	Организация практической деятельности по разработке технологий управления реформированием ЖКХ

Следовательно, конструкцию управления реформированием ЖКХ также можно представить в виде трех структурных логических уровней:

1) бизнес-идеология (определяет набор базовых ценностей бизнес-деятельности – миссию, идентификацию, общие целевые установки);

2) методология (определяет принципиальный подход к организации бизнес-деятельности и управления ею – взаимосвязи целей, методов и средств управления, также методов оценки адекватности применяемых средств и методов целям управления);

3) технология (определяют частную (функциональную) логику бизнес-деятельности или управления ею на уровне стандартизированных алгоритмов).

Связь между логическими уровнями системы управления ЖКХ иллюстрирует схема на рис. 1. Если логические уровни системы управления согласуются между собой, то и вся система управления взаимосвязана по вертикали сбалансированным образом.

На формирование технологии управления оказывают влияние различные факторы, знание

которых позволяет рационально сформировать технологическую схему: особенности цели, ситуации и проблемы, система управления, фактор времени, особенности объекта управления, наличие ресурсов.

Несмотря на то что термин «система управления реформированием ЖКХ» используется исключительно широко, на практике представление о структуре этой системы отсутствует. В результате построение и совершенствование системы управления чаще всего осуществляется интуитивным образом либо переносом западных механизмов управления изменениями без учета российских условий хозяйствования. Отсюда и неэффективные результаты организационных преобразований: уровень идеологии зачастую противоречив, на уровне методологии имеется несогласованный набор методов, совместное применение которых затруднено, вследствие чего применяются устаревшие управленческие технологии. У практиков нет единого представления о том, какие задачи необходимо решать и какой механизм при этом использовать, что затрудняет реализацию реформы ЖКХ.

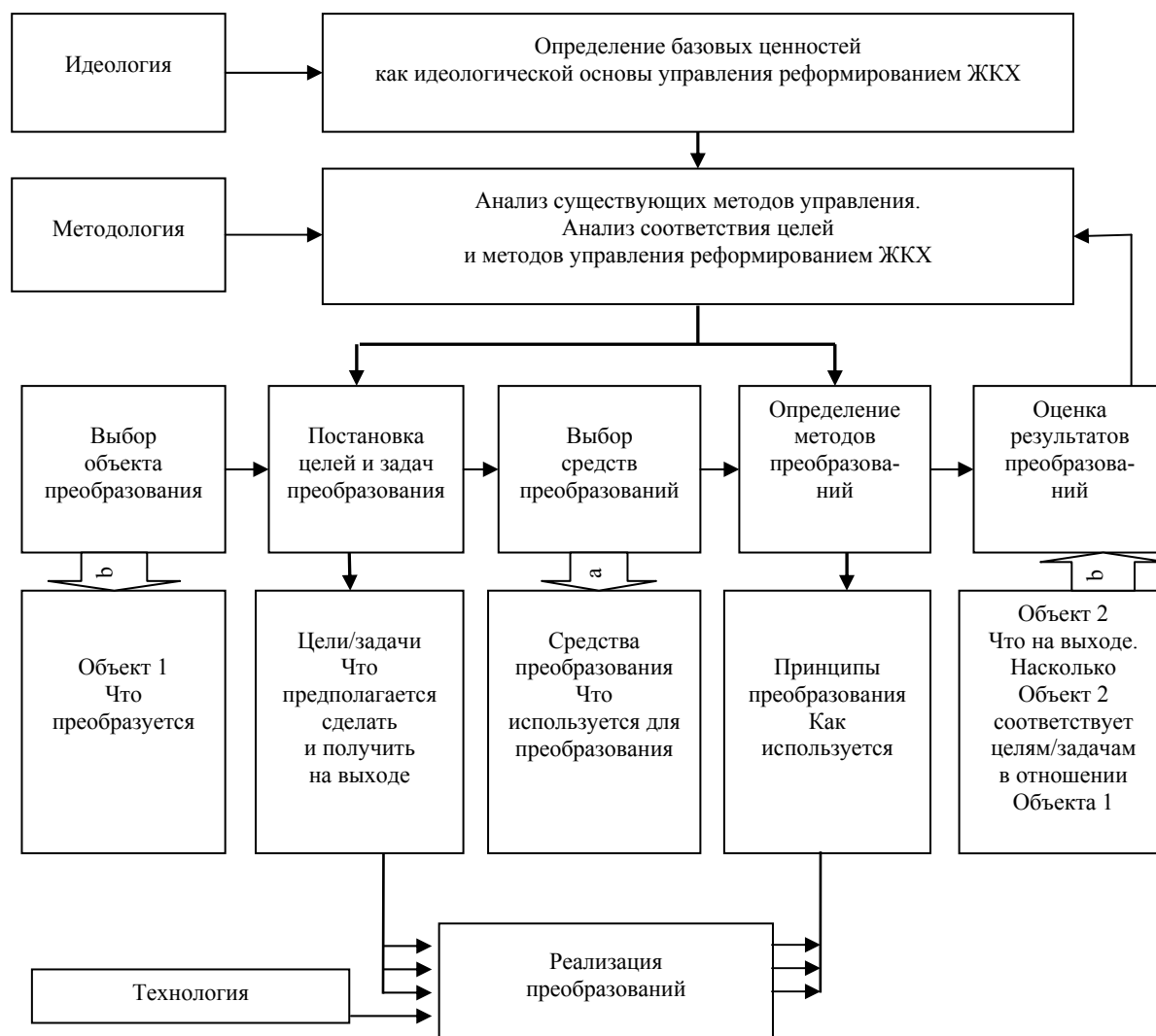


Рис. 1. Логическая структура управления реформированием ЖКХ

Одной из важнейших характеристик механизмов управления реформированием является способность субъектов управления реформированием к генерированию мотивов изменений. Основным стимулом изменений в управлении жилищно-коммунальным хозяйством является то, что применение устаревших управленческих технологий не дает возможности добиться эффективного развития. Новые технологии, формируя ресурсную базу, обеспечивают устойчивость и эволюционное развитие системы ЖКХ в период глобальных трансформационных сдвигов. Технологизация в этом смысле становится эффективным способом снижения рисков за счет предсказуемости, стандартизации, подконтрольности всех процессов все более сложной системы. При этом нельзя отрицать того, что в переходный период поспешный отказ от традиционных технологий не позволяет подготовить механизм прорыва, и в этой связи особую актуальность приобретает вопрос сбалансированности инновационных и стабилизационных технологий управления реформированием ЖКХ.

Следовательно, изменение технологии требует и определенных изменений в социальных и институциональных системах, которые не только снимают социальную напряженность, но и способствуют массовому внедрению новых технологий, а соответствующие изменения в институциональной среде определяют качественные изменения в природе базовой технологии [4]:

1) смещение интереса от использования отдельных специализированных технологий в сторону комплексных, которые характеризуются сочетанием нескольких связанных между собой и взаимодействующих разнородных процессов технологического, экономического, организационного, социально-психологического характера (технология всеобщего управления качеством (TQM), реструктуризация);

2) технологии построения организационных структур и организации взаимодействия участников (технологии построения и регламентации сетевых, горизонтальных, интегрированных компаний);

3) технологии повышения эффективности компаний (информационные, логистические, финансовые технологии);

4) технологии формирования социально-культурного отношения (маркетинговые технологии);

5) разработка технологий по созданию технологий.

В рамках экономической системы технологизация формируется как необратимый, имеющий двойственную характеристику процесс. С одной стороны, он обусловлен объективными трансформационными закономерностями, определяющими ненаправленное, спонтанное развитие экономической системы, связанное с ее технологической самоорганизацией. С другой стороны, он опосредуется субъективной деятельностью и выступает как транзитивное явление, имеющее организационную природу, которая реализуется в определенной технологической политике.

Сложный и динамичный процесс перевода теоретических концепций по воспроизводству желаемых качеств, характеристик, явлений, отношений на язык практических действий включает в себя последовательность определенных действий.

На первом этапе инвентаризация и оценка имеющихся ресурсов с целью их сохранения, обогащения, оптимизации, а не разрушения предполагает активное использование технологии оценки социально-экономической, политической и социокультурной ситуации (технология социальной диагностики ЖКХ).

Подготовка общественного сознания (технологии социально-психологической поддержки населением), осуществляемая на третьем этапе для восприятия инноваций, смены системы ценностных ориентаций, способствует трансформации требований будущих изменений на язык реальностей настоящей действительности.

Технологизация управления процессами в инновационной среде позволяет зафиксировать перечень оптимально необходимых операций с целью регулирования процесса реформирования; обеспечивать стандартизацию процесса управления за счет сокращения числа операций, снижения издержек на подготовку персонала; способствует нахождению оптимальных форм объединения действий заказчиков и исполнителей; сокращению времени на выполнение отдельных задач; определению границ действия каждого исполнителя, определяет механизмы стимулирования и ответственности, минимизирует число спонтанных и ошибочных действий; создает постоянные информационные потоки; по мере освоения первоначально поставленных в технологии задач наращивает сложность и развивает их в меру возможностей субъекта управления; то есть дает возможность измерить и определить алгоритм действий, создающий устойчивость социальных процессов [6].

Даже в том случае, когда практики и ученые не употребляют в явном виде терминов и категорий технологии управления, при внедрении изменений в практику управления они встраивают новые методы или технику в некую технологию управленческого труда. Поэтому необходимо понимать технологию управления изменениями не столько в форме жесткой регламентации в организации и развитии социально-экономической системы, сколько в виде средства стимулирования ее к саморазвитию и самосовершенствованию.

Чаще всего технология управления определяется как комплекс методов по обработке управленческой информации с целью выработки, принятия и реализации управленческих решений, поскольку предметом и соответственно исходным материалом управленческого труда выступает информация. По мнению группы авторов (В. И. Пирогов, С. К. Завьялов, Г. Р. Мукушев) технологизация управления отражает содержание управления, означает разделение управленческого процесса на отдельные процедуры и операции и последующую регламентацию их выполнения, характеризуется процессами движения и обработки информации и определяется составом и порядком выполнения управленческих работ, в ходе которых эта информация преобразуется и оказывает воздействие на управляемый объект. Отсюда вытекает основное назначение технологии управления – установление региональной схемы взаимодействия структурных подразделений и отдельных исполнителей в процессе управления [4].

Следовательно, целью технологии управления в ЖКХ является реорганизация управленческого процесса, в ходе которой исключаются такие виды деятельности и операции, которые не являются необходимыми для достижения результата. Обеспечение научной и функциональной взаимосвязи процессов управления с конкретными управленческими технологиями, способствующими реализации функций управления в данном процессе технологизации, представляет основную функцию. Разработка технологии управления предполагает определение количества, последовательности и характера операций, составляющих процесс управления, разработку или подбор для каждой операции соответствующих способов, приемов и технических средств, выявление оптимальных условий протекания процесса перевода системы из исходного состояния в желаемое. Однако технология управления не сводится только к однозначному алгоритму действий и может иметь разный уровень регламентации.

Схематически технология управления может быть представлена в виде информационного и организационного взаимодействия трех основных циклов или процессов, в рамках которых выполняются различные операции и процедуры (табл. 2).

Таблица 2

Взаимодействие основных циклов в технологии управления реформированием

Виды процессов	Операции и процедуры
Информационный процесс	Поиск, сбор, передача, обработка и хранение различных видов информации
Процесс выработки и принятия управленческих решений	Исследование, обработка, расчеты, прогнозы, выработка решения
Организационный процесс	Подбор и расстановка кадров, оперативное планирование, организация труда, координация, контроль за исполнением

В настоящее время в литературе рассматривается несколько подходов к формированию управленческой технологии, обобщенных в табл. 3.

Таблица 3

Подходы управленческой технологизации

Подходы	Содержание
Функциональный подход	Управление понимается как процесс по выполнению определенных функций. Технология рассматривается посредством регламентации рациональных процедур и способов работы с информацией в процессе реализации функций. На каждом иерархическом уровне управления выделяются функции, которые дополняются процедурами. Следующим шагом определяются подфункции, соответствующие им процедуры детализируются до уровня операций
Ситуационный подход	Процедура выбирается исходя из проблемной ситуации. Технология определяется как последовательность действий: - диагностика проблемной ситуации; - определение путей решения проблемы; - систематизация влияющих на решение факторов; - оценка альтернативных решений; - выработка тактики действий
Подход с позиции управленческого решения	Технология управления рассматривается как последовательность действий, используемых для постановки целей предприятия и разработке механизмов ее реализации, включающая два этапа: 1) выработка целей и стратегии развития; 2) формирование технологии принятия и реализации управленческих решений

Как следует из содержания обобщенных подходов, первоначальное представление о технологии управления как жесткой процедуре, полностью определяющей действия исполнителей, со временем трансформируется. Отношения эксплуатации и подчинения, которые традиционно носили системообразующий характер, постепенно вытесняются отношениями кооперации владельцев различных дополняющих друг друга ресурсов, что становится основой для новых технологий управления.

В качестве многократно апробированных общественных управленческих технологий, которые успешно могли бы быть использованы в сфере эффективного партнерского управления ЖКХ, можно назвать технологии соучастия в управлении, технологии организационных изменений, бюджетирование, технологии управления качеством, инжиниринг, форсайт-технологии. Все большую актуальность приобретают инструменты реализации технологий, среди которых в последнее время выделяется «дорожная карта». Поскольку технологическая дорожная карта является по своей сути сценарием, планом действий, она предоставляет возможность взаимно увязать во времени государственные меры по развитию ЖКХ.

Таким образом, научное познание и научное управление дают возможность не только понять закономерности и тенденции общественного раз-

вития, но и позволяют их описать до каждой практической операции, отдельного этапа, формы, средства и метода практической деятельности людей, то есть внедрить процесс технологизации. Однако, чтобы превратить возможность в действительность, необходима инновационная технология управления реформированием, которая предполагает: во-первых, создание научно обоснованной социально-технологической модели, отражающей процесс целенаправленного преобразования определенного общественного явления или его формирования с учетом требований стратегического решения, специфических и необходимых свойств, связей, отношений этого явления с другими, поэтапное его формирование, выработку основных средств, методов, приемов, форм; во-вторых, выделение промежуточных целей, жестко взаимоувязанных; рассмотрение пространственной и временной расположенности операций; техническую и материальную оснащенность и др. При этом подразумевается не механическое перенесение производственных технологий, а проектирование и внедрение в жилищно-коммунальное хозяйство специфических технологий, соотносимых с закономерностями развития.

Следовательно, социально-технологический подход в управлении ни в коей мере не устраняет инициативы управленческой деятельности и творчества в принятии решений, а придает орга-

низационной деятельности осознанный, научно обоснованный характер, который позволяет усилить эффект действий субъектов процесса путем сочетания отдельных элементов в единую цепь.

Несмотря на то что понятие «технология управления» достаточно прочно вошло в оборот научного и бизнес-сообщества, адаптация термина «технология» к новой среде использования, на наш взгляд, еще не завершена. Проведенные исследования показали, что особенности управленческой деятельности в ЖКХ и мощные экзогенные факторы вызывают дивергенцию понятия, требуют уточнения его содержания. В связи с этим применительно к области исследования на

основе выработанных в современной теории и практике менеджмента точек зрения предлагается определить технологию управления реформированием ЖКХ как осуществляемую системой управления последовательность действий по выбору целесообразных процедур и выполнению входящих в них информационных преобразований и организационных воздействий, соотносенных со свойственными такому же классу технологическими ситуациями, выполнение которых обеспечивает преобразование, перевод социально-экономической системы ЖКХ в желаемое состояние.

Список литературы

1. Ашмарина С. И. Управление изменениями : учеб. пособие / С. И. Ашмарина, Б. Н. Герасимов. – М. : Рид Групп, 2011. – 208 с. – (Национальное экономическое образование).
2. Башмачникова Е.В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.
3. Ерохина Л.И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Коммерция» / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва, 2007.
4. Пирогов В. И., Завьялов С. К., Мукушев Г. Р. Технологизация – путь совершенствования управления предприятием // ЭКО. – 2008. – № 7. – С. 3-17.
5. Коротков Э. М. Менеджмент. – М. : Изд-во «Юрайт»; ИД «Юрайт», 2010. – 640 с. – (Университеты России).
6. Корчагин П. В. Теория и практика модернизации региональной экономики // Вестник СамГУПС. – 2010. – № 4. – С. 128-132.

E. I. Nikolaeva*

**Nikolaeva Elena, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
helenniko@yandex.ru*

FEATURES OF MANAGEMENT TECHNOLOGIZATION OF HOUSING REFORM IN THE REGION

Keywords: reform management, management technologization, structure of reform management of housing, system, mechanism, technology.

The article proves the necessity of management technologization of housing reform. The author summarized the existing approaches to the definition of «management technology», identified current trends of management technologization of housing, and clarified the concept of «management technology of housing reform».

© Николаева Е. И., 2014

УДК 658.56

Н. В. Никитина*

**Никитина Наталья Викторовна, доктор экономических наук, профессор*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Nikitina NV_doc@mail.ru

Е. А. Лисова*

Лисова Елена Алексеевна, кандидат технических наук, доцент

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

elenalisova66@gmail.com

ЭКСПЕРТНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Ключевые слова: система менеджмента качества, качество сервисных услуг, система сбалансированных показателей, экспертный подход, квалиметрический метод.

В современных условиях применение экспертного подхода, в основу которого положен квалиметрический метод по оценке показателей качества сервисных услуг, позволяет дать интегральную и комплексную оценку эффективности системы менеджмента качества на предприятиях сферы услуг, ориентированных на повышение конкурентоспособности.

В условиях нестабильности внешней среды бизнеса вследствие реальных угроз глобализации обеспечение прочных рыночных позиций предприятий сферы услуг предполагает наличие эффективной системы сервисного менеджмента в его внутренних и внешних функциях, включающей управление качеством услуг. Следует признать, что, несмотря на постоянное внимание со стороны исследователей к проблемам создания эффективных систем менеджмента качества, имеются трудности понимания самой природы добровольных стандартов, их соотношения с методами оценки качества сервисных услуг в системе менеджмента. Это определяет актуальность исследования подходов и методов с целью проведения оценки эффективности системы менеджмента качества на российских предприятиях сферы услуг, ориентированных на повышение конкурентоспособности.

Под качеством услуги (сервиса) понимается комплексная ее характеристика, то есть совокупность организационных, функциональных, эстетических, технических, технологических характеристик услуги, отражающая степень экономической (ценовой) доступности ожиданиям потребителя, предназначенной для удовлетворения обусловленных или предполагаемых потребностей в заданный промежуток времени, показывающая соответствие своему назначению и предъявляемым к услуге требованиям [1].

С целью определения экономической сущности качества сервисных услуг через технические характеристики и свойства необходима система показателей качества продукции.

Показатель качества – это характеристика одного или нескольких свойств продукции (услуги), составляющих качество продукции (услуги), рассматриваемая применительно к опреде-

ленным условиям ее создания, эксплуатации или потребления [2].

Рассмотрим показатели качества сервисных услуг с учетом использования системы сбалансированных показателей.

В начале 90-х годов профессор бизнес-школы при Гарвардском университете (Harvard Business School) Роберт Кэплен (Robert Kaplan) и американский консультант по вопросам управления Дэвид Нортон (David Norton) разработали новый подход к стратегическому управлению. Свой метод они назвали системой сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC) – ССП [3].

ССП – это система управления (а не просто система измерения), которая позволяет организации четко сформулировать планы на будущее и стратегию и воплотить их в реальные действия. При полном внедрении ССП преобразуют стратегическое планирование из теоретического управления в ключевую деятельность предприятия. Учитывая то, что система обеспечивает обратную связь между внутренними бизнес-процессами и внешними показателями, необходимую для повышения конкурентоспособности и достижения результатов, в частности качества сервисных услуг, считаем, что вполне целесообразно использовать данный методический подход к оценке качества сервисных услуг с позиции использования системы сбалансированных показателей.

Рассмотрим показатели качества сервисных услуг с позиции использования системы сбалансированных показателей. ССП представляет собой основные факторы деятельности предприятий сферы услуг, такие как обслуживание клиентов, операционная и финансовая эффективность, в виде набора определенных показателей. Менеджеры предприятия фиксируют и анализируют эти показатели, чтобы понять, достигаются

ли стратегические цели. Полностью реализованная система подразумевает последовательное рассмотрение деятельности предприятия сферы услуг на всех уровнях. В конечном счете каждый сотрудник предприятия обрабатывает личную систему показателей, стараясь достичь своих персональных целей на основе показателей, связанных с корпоративной стратегией.

Отметим, что в системе сбалансированных показателей предлагается рассматривать организацию с точки зрения четырех перспектив (точек зрения), разрабатывать количественные показатели, собирать данные и анализировать их в соответствии с каждой из этих перспектив:

- Перспектива клиентов.
- Финансовая перспектива.
- Перспектива бизнес-процессов.
- Перспектива обучения и развития

Система сбалансированных показателей на предприятиях сферы услуг – это управленческая система, которая переводит миссию и стратегию организации в набор оперативных целей и показателей, способных направлять деятельность сотрудников на решение общей задачи. Благодаря ССП менеджеры получают ответы на основные вопросы: за счет чего компания создает свою

стоимость, какие процессы являются ключевыми в ее деятельности, каков уровень квалификации персонала и применяемых технологий, насколько они соответствуют выбранной стратегии, какие инвестиции нужно направить на развитие компании с целью достижения ее долгосрочных целей.

Система целей предприятий сферы услуг – это результат построения ССП и функциональных стратегий в различных областях, в частности в области менеджмента качества сферы услуг.

Следует отметить, что показатели взаимосвязаны не только с помощью причинно-следственных связей, но и во времени. Так, развитие бизнеса, обучение персонала в 1 периоде (определенный промежуток, определяемый для каждой организации самостоятельно) приведет:

- к улучшению качества бизнес-процессов во 2 периоде;
- к удовлетворенности клиентов, расширению клиентской базы и приобретению новых рыночных позиций в 3 периоде;
- к улучшению финансовых показателей в 4 периоде.

Природа зависимостей показателей от времени изображена на рис. 1.

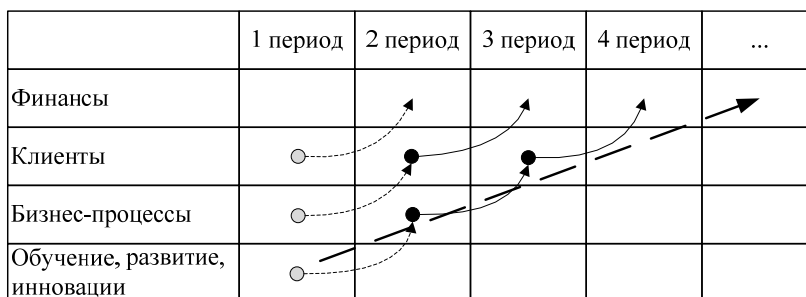


Рис. 1. Зависимость сбалансированности показателей от времени

Таким образом, развитие персонала через обучение и внедрение инноваций приводит к оптимизации бизнес-процессов, что, в свою очередь, приводит к развитию отношений с клиентами и увеличению прибыли.

Однако применение ССП возможно не только на стадии проектирования или планирования. В данной работе методология ССП применяется в качестве базы для разработки показателей качества услуг. В связи с тем, что показатели качества услуг не имеют общепринятой номенклатуры, поскольку определяются широким спектром специфических особенностей, для проведения оценки уровня качества услуг необходимо искать определенную теоретическую основу. На наш взгляд, именно ССП позволяет наиболее комплексно подойти к определению показателей качества сервисных услуг.

Показатели качества сервисных услуг с учетом проекций ССП представлены в табл. 1. На основе ССП, представленных в табл. 1, можно

провести оценку качества сервисных услуг, используя экспертный подход, который заключается в оценке показателей качества сервисных услуг, используя квалиметрический метод. Рассмотрим теоретические аспекты метода экспертных оценок.

Экспертный подход решения квалиметрических задач основан на использовании обобщенного опыта и интуиции специалистов-экспертов. Эксперт – это специалист, компетентный в решении данной задачи (от лат. слова *expertus* – опытный). Эксперт должен быть беспристрастным и объективным при оценке объекта исследования.

Особенность экспертной квалиметрии заключается в том, что она ориентирована на человека как непосредственного измерителя качества в системе оценки. Экспертный подход применяется там, где основой решения является коллективное решение компетентных людей (экспертов) [4]. Экспертный подход к оценке уровня ка-

чества продукции (услуги) не должен использоваться, если качество можно оценить другими

методами с большей точностью или с меньшими затратами [4].

Таблица 1

Показатели качества сервисных услуг с учетом проекций ССП

Комплексный показатель качества	Проекция ССП	Показатели качества сервисных услуг
Качество сервисных услуг по продаже запасных частей	1. Финансы	1.1. Стоимость услуги (продажа запасных частей). 1.2. Затраты на оказание услуги (себестоимость). 1.3. Затраты на транспортирование запасных частей. 1.4. Затраты на удовлетворение рекламаций
	2. Клиенты	2.1. Широкий ассортимент запасных частей для отечественных и импортных автомобилей. 2.2. Наличие доставки по городу. 2.3. Возможность приема заказов по телефону. 2.4. Наличие системы скидок (бонусов)
	3. Бизнес-процессы	3.1. Сроки поставки запасных частей. 3.2. Способы складирования запасных частей. 3.3. Способы оценки качества поступающих запасных частей. 3.4. Договорные отношения с поставщиками запасных частей
	4. Инновации, развитие и обучение	4.1. Наличие системы обучения персонала (тренинги продаж). 4.2. Знание и умение работать с технической информацией по запасным частям. 4.3. Разработка методов работы с различными группами клиентов. 4.4. Материальное стимулирование качества работы персонала

Методы экспертных оценок – это наиболее простые методы и практически единственно возможные при дифференциальной схеме принятия решения для показателей эргономичности, эстетических показателей качества и т. п. Этими методами оцениваются показатели качества по критериям, имеющим качественные признаки, которые характеризуют, например, учет требований конкурентоспособности, обороноспособности и др. Данные методы могут быть рекомендованы также для выбора видов и групп ненормируемых показателей качества [5].

Кроме того, следует указать, что экспертный подход к оценке многих показателей качества технической и другой продукции (например, эстетических) является единственно возможным [6]. Это утверждение также справедливо и для оценки качества услуги.

С целью проведения оценки качества продукции, услуги или деятельности, проводимой экспертной группой, чаще всего используются средневзвешенные весовые коэффициенты, косвенно отражающие мнения всех экспертов о значимости оцениваемых показателей:

$$m_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{M_{ji}}{\sum_{i=1}^k M_{ji}}, \quad (1)$$

где M_{ji} – балльная оценка i -го показателя качества, поставленная j -м экспертом;

n – число экспертов;

k – число показателей качества.

Для оценки степени согласованности различных экспертов используется коэффициент конкордации W :

$$W = 1 - \frac{12S}{r^2(n^3 - n)}, \quad (2)$$

где S – сумма квадратов отклонений средней суммы рангов от суммы рангов каждого фактора;

r – количество экспертов;

n – количество показателей.

В табл. 2 представлена экспертная оценка показателей качества сервисных услуг. Экспертами выступали специалисты ООО «Антарес», ООО «АВТОРЕМ», которые имеют большой опыт работы на предприятиях, реализующих автотехнику.

Расчеты проводились по 10-балльной шкале, где:

1-2 – незначительная степень качества;

3-4 – низкая степень качества;

5-6 – средняя степень качества;

7-8 – выше среднего степень качества;

9-10 – высокая степень качества.

Прежде чем найти интегральный и комплексный показатели, характеризующие качество сервисных услуг, необходимо определить уровень согласованности мнений экспертов посредством расчета коэффициента конкордации. Расчет коэффициента конкордации проводился по формуле (2):

$$W = 1 - \frac{12 * 450}{25(4096 - 16)} = 1 - 0,053 = 0,947.$$

В результате расчетов коэффициент конкордации получился выше значения 0,9, что для социальных систем является высоким показателем согласованности экспертов, следовательно, полученные результаты оценки качества сервисных услуг можно считать надежными.

На основе показателей качества сервисных услуг, представленных в табл. 1, используя формулу (1) посредством средневзвешенных весовых коэффициентов и аддитивной свертки показателей, рассчитаны единичные, интегральные и комплексные показатели качества (табл. 2).

Следующий этап заключается в переводе полученных результатов в качественную шкалу. С этой целью необходимо рассчитать минимальное значение комплексного показателя (при минимальной оценке = 1), которое будет равно 5, а также максимальное значение (при максималь-

ной оценке = 10), которое составляет 50. На основе полученных результатов построим отрезок от 5 до 50.

Отрезок следует разделить на три равных промежутка:

[5; 20] – область низких значений качества сервисных услуг;

[20; 35] – область средних значений;

[35; 50] – область высоких значений.

Графически шкала перевода количественной оценки качества сервисных услуг в качественную представлена на рис. 2.



● – значение комплексного показателя качества сервисных услуг, оказываемых ООО «Антарес»

Рис. 2. Шкала перевода количественной оценки качества сервисных услуг в качественную

Таблица 2

Расчет показателей качества сервисных услуг, оказываемых ООО «Антарес»

Проекция ССП	Показатели качества сервисных услуг	Э1	Э2	Э3	Э4	Э5	Σ	σ	m _i	Интегральная оценка	Комплексная оценка
1 Финансы	1.1. Стоимость услуги (продажа запасных частей)	9	8	9	7	6	39	16	0,2847	34,8283	34,2051
	1.2. Затраты на оказание услуги (себестоимость)	8	7	6	7	7	35	0	0,2555		
	1.3. Затраты на транспортирование запасных частей	8	7	8	7	6	36	1	0,2627		
	1.4. Затраты на удовлетворение рекламаций	5	4	7	6	5	27	64	0,1971		
2 Клиенты	2.1. Широкий ассортимент запасных частей для отечественных и импортных автомобилей	9	10	9	9	9	46	121	0,2893	39,2581	
	2.2. Наличие доставки по городу	8	8	7	7	6	36	1	0,2264		
	2.3. Возможность приема заказов по телефону	9	9	8	9	7	42	49	0,2642		
	2.4. Наличие системы скидок (бонусов)	8	7	6	7	7	35	0	0,2201		
3 Бизнес-процессы	3.1. Сроки поставки запасных частей	6	5	7	5	5	28	49	0,2137	31,7451	
	3.2. Способы складирования запасных частей	5	5	6	5	7	28	49	0,2137		
	3.3. Способы оценки качества поступающих запасных частей	5	6	7	7	8	33	4	0,2519		
	3.4. Договорные отношения с поставщиками запасных частей	8	9	8	9	8	42	49	0,3207		
4 Развитие и обучение	4.1. Наличие системы обучения персонала (тренинги продаж)	6	7	8	7	8	36	1	0,2707	32,5116	
	4.2. Знание и умение работать с технической информацией по запасным частям	7	8	6	8	7	36	1	0,2707		
	4.3. Разработка методов работы с различными группами клиентов	7	6	5	6	5	29	36	0,2180		
	4.4. Материальное стимулирование качества работы персонала	6	7	5	7	7	32	9	0,2406		
Сумма: Σ							560	450			

Проведение квалиметрической оценки показателей качества сервисных услуг, оказываемых

ООО «Антарес», свидетельствует, что значение

комплексного показателя находится в области средних, близких к высоким значениям.

Поскольку показатели качества были разработаны с учетом проекций ССП, то интегральный показатель по каждой проекции позволяет увидеть уровень оценки качества:

- наиболее высоким показателем, по мнению экспертов, являются клиенты (в частности, такие показатели, как широкий ассортимент запасных частей как на отечественные, так и практически на все импортные автомобили и возможность заказа запасных частей по телефону, получили наиболее высокую оценку, поскольку добавляют услуге ценность в глазах потребителей);

- самым низким показателем интегральной оценки, по мнению экспертов, являются бизнес-

процессы организации (в частности, такие показатели, как сроки поставки запасных частей, способы складирования запасных частей, способы оценки качества поступающих запасных частей, получили наименьшую оценку).

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что применение экспертного подхода, в основу которого положен квалиметрический метод по оценке показателей качества сервисных услуг, позволяет дать интегральную и комплексную оценку эффективности системы менеджмента качества на предприятиях сферы услуг, ориентированных на повышение конкурентоспособности.

Список литературы

1. Управление качеством и инфраструктура предприятий сервиса бытовой и офисной техники : учеб. пособие / Н. М. Комаров, Т. И. Зворыкина и др. – М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2012. – 128 с.
2. Большаков А. С. Менеджмент : учебник для вузов. – М. : Инфра, 2007. – 367 с. – (Серия «Краткий курс»).
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Краткий курс. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2007. – 348 с.
4. Окрепилов В. В. Управление качеством. – 3-е изд., доп. и пер. – СПб. : Наука, 2000. – 658 с.
5. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский и др. – 5-е изд., пер. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 349 с.
6. Ротер М. Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности / М. Ротек, Д. Шук. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 144 с.

N. V. Nikitina*

**Nikitina Natalya, Doctor of Economics, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
Nikitina NV_doc@mail.ru*

E. A. Lisova*

**Lisova Elena, PhD in Technical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
elenalisova66@gmail.com*

EXPERT APPROACH TO EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN SERVICE INDUSTRY

Keywords: quality management system, quality of services, system of balanced indicators, expert approach, qualimetric method.

In modern conditions, the use of expert approach, based on qualimetric method of assessment of service quality indicators, allows us to make integrated and comprehensive evaluation of the quality management system of service industries, focused on raising competitiveness.

© Никитина Н. В., Лисова Е. А., 2014

УДК 330.354

А. О. Яшина*

**Яшина Анна Олеговна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

anega91@yandex.ru

СИСТЕМНО-КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ УПРАВЛЕНИЯ ТВОРЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ В ОБЛАСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ И МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ

Ключевые слова: творческий потенциал, управление, модель, организация, рынок, системно-когнитивный подход.

Рассматривается системно-когнитивный подход к построению методики оценки управления творческим потенциалом в области функционирования и развития регионального рынка колбасных изделий и мясных деликатесов. Актуальность становления управления творческим потенциалом на региональном уровне обусловлена тенденцией превалирования стратегических функций в управлении персоналом над традиционным инструментарием менеджмента организации.

Управление творческим потенциалом как социально-экономический феномен есть актуализация именно социальных форм и отношений, связанных с расширенным воспроизводством инноваций. Акцентированное использование социальных условий и факторов в формировании и развитии инновационных экономических отношений объективно предопределяет необходимость преодоления традиционных «технократических» тенденций в исследовательских парадигмах в сфере изучения закономерностей инновационного развития. Данная необходимость катализируется ускоренным развитием экономики знаний и превращением человеческого и интеллектуального капитала в ключевой фактор социально-экономического развития. Отмеченные обстоятельства имеют, как минимум, два методологических следствия, оказывающих существенное влияние на общую логико-гносеологическую парадигму творческого изучения новых форм инновационных социально-экономических отношений [3].

Первое методологическое следствие увязывается с потребностью осуществления междисциплинарного подхода к исследованию современных социально-экономических инноваций, а именно возрастание роли творческого потенциала в региональном аспекте в создании инновационных продуктов требует поиска реализации путей активизации человеческих, в том числе социальных, факторов хозяйственного развития. Следовательно, необходим поиск путей и форм наиболее полного использования в первую очередь ценностно-смысловых, социокультурных, экономико-психологических, а также экономико-социо-

логических оснований развития хозяйственных инноваций. Второе методологическое следствие непосредственно связано с необходимостью создания системно-синергетической парадигмы исследования экономических инноваций, суть которой заключается в органическом единении генетического и функционального анализа проблемы, в непосредственной увязке процессов исследования расширенного воспроизводства инновационных продуктов. При этом базовым аттрактором этих двух аналитических форм является когнитивное воспроизводство, где ключевую роль играют формы и способы социально-экономических взаимодействий.

Творческий потенциал представляет собой специфическую ценность, производительная сила которого заключается в целенаправленных социальных взаимодействиях, обеспечивающих воспроизводство экономических благ. Логика проводимого исследования объективно предопределяет выделение следующих содержательных элементов функционирования творческого потенциала как феномена деятельности экономической организации и основы для инновационных форм управления. Во-первых, это определение участников соответствующих социально-экономических взаимодействий, а также выявление качественно-количественных характеристик их творческого потенциала. Управленческий ракурс проблемы здесь заключается как минимум в решении трех взаимосвязанных задач:

а) подготовка и развитие непосредственного субъекта управления в сфере подбора целевых участников конкретных форм социальных взаимодействий;

б) осуществление как такового подбора членов персонала организации для целевых или тематических социально-экономических взаимодействий;

в) направленное развитие творческого потенциала участников тематических социальных

взаимодействий с целью обеспечения их высокой эффективности.

Во-вторых, это разработка конкретных форм и способов социальных взаимодействий, что непосредственно связано с пространственно-временными параметрами и организационными институтами.



Рис. 1. Комплексная методика оценки управления творческим потенциалом в области функционирования и развития регионального рынка колбасных изделий и мясных деликатесов на основе когнитивного подхода

Управленческий аспект проблемы разработки новых форм и способов взаимодействий, обеспечивающих более высокую продуктивность в мобилизации творчески-трудового потенциала субъектов воспроизводства экономических благ, непосредственно связано с поэтапным решением следующих задач: необходимо осуществить «тестирование» существующих форм социальных взаимодействий на предмет их действенности в мобилизации творчески-трудового потенциала участников, в том числе требуется определить пути совершенствования существующих организационных форм социальных взаимодействий путем корректировки элементов организационной культуры, а также разработать новые формы социальных взаимодействий, обеспечивающие наиболее полную реализацию творчески-трудового

потенциала субъектов воспроизводства экономических благ [2].

Общая концепция управления творческим потенциалом экономической организации, рассматриваемая в контексте содержательной характеристики данного потенциала, может быть представлена следующим образом (рис. 1). Предложенные выводы требуют качественной интерпретации в условиях развития экономики знаний и распространения в исследовательском пространстве теории и методологии когнитивного подхода. Обобщенная классификация факторов внешнего и внутреннего характера, влияющих на инвестиционную привлекательность организаций, функционирующих на региональном рынке колбасных изделий и мясных деликатесов, представлена на рис. 2.



Рис. 2. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность организаций, функционирующих на региональном рынке колбасных изделий и мясных деликатесов

Факторы, представленные на рис. 2, одновременно влияют на социально-экономическую деятельность организаций, функционирующих на региональном рынке колбасных изделий и мясных деликатесов, создавая изменяющиеся сочетания как стимулирующего, так и ограничивающего характера. Однако сложность заключается в определении доминирующего фактора, следовательно, необходим учет влияния всей совокупности.

В качестве основного подхода, удовлетворяющего условиям изучения слабоструктурированных проблем развития творческого потенциала, был выбран системно-когнитивный подход. Когнитивная форма управления творческим потенциалом рассматривается как управление соответствующими знаниями на каждом этапе формирования, развития и созидательного применения потенциала. Среди достоинств разработанного подхода: во-первых, дает возможность «встраивать» в него различные методы и модели, во-вторых, данный подход дает возможность объективизировать знания эксперта в предметной области, формализовать изучаемую социально-экономическую проблему, в-третьих, позволяет учитывать условия быстрой изменчивости внешней среды, в-четвертых, предоставляет

возможность прогнозировать результаты управленческих воздействий, в-пятых, принимать рациональные решения по разрешению проблем устойчивого развития организаций [4].

Таким образом, целью когнитивной структуризации применительно к региональному рынку колбасных изделий и мясных деликатесов является формирование и уточнение гипотезы о функционировании, развитии исследуемых организаций, объектом управления которого выступает творческий потенциал. Методика выбора и принятия управленческих решений на основе системно-когнитивного подхода обладает рядом преимуществ, главными из которых являются получение знаний об объекте исследования, о структуре взаимодействия организаций с внешней средой, о возможности развития ситуации и о комплексе возможных воздействий на ситуацию, позволяющих изменить ее в нужном направлении, также данная методика позволяет анализировать состояние, динамику и тенденции развития творческого потенциала, решать задачи сценарного моделирования и идентификации, осуществлять последовательное управление процессом формирования творческого потенциала региона.

Список литературы

1. Аристархов П. В. Разработка концептуальной модели экономического потенциала предприятия // Информационные аспекты экономики : материалы всерос. науч.-практ. конф. / Санкт-Петербургский гос. инженерно-эконом. ун-т «ИНЖЭКОН». – СПб., 2011. – С. 245-256.
2. Башмачникова Е.В. Управление функционированием и развитием сферы услуг региона: методологические и методические аспекты: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Тольятти, 2005.
3. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионоведение. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
4. Башмачникова Е.В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.
5. Лукьянов А. С. Самореализация творческого потенциала человека и инновации: методологические проблемы исследования // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – С. 210-218.

A. O. Yashina*

**Yashina Anna, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
anega91@yandex.ru*

**SYSTEM-COGNITIVE APPROACH TO BUILDING ASSESSMENT METHODOLOGY
OF CREATIVE POTENTIAL MANAGEMENT IN THE FUNCTIONING
AND DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKET OF SAUSAGES
AND MEAT PRODUCTS**

Keywords: creativity, management, model, organization, market, system-cognitive approach.

The article considers system-cognitive approach to building assessment methodology of creative potential management in the functioning and development of regional market of sausages and meat products. The relevance of creative potential management at the regional level is determined by the trend of prevalence of strategic functions of staff management over the traditional tools of organization management.

© Яшина А. О., 2014

МИКРОУРОВЕНЬ Инвестиции и инновации

УДК 33; .001.7

М. Н. Никулина*

**Никулина Марина Николаевна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

nikulina_marina1@mail.ru

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Ключевые слова: развитие, инновация, инновационный процесс, инновационное развитие.

Исследуются подходы к пониманию содержания развития, инноваций, инновационного развития. Представлен систематизированный обзор основного терминологического и понятийного аппарата, используемого в отечественной и зарубежной литературе при изучении явлений и процессов в области инновационного развития.

Важнейшим элементом конкурентоспособности и развития современной экономики является интенсивное инновационное развитие, которое охватывает все стадии – от создания новшеств до их промышленного освоения и вывод на рынок.

Процесс развития, охватывающий полностью все стадии от создания новшеств до их промышленного освоения, и вывод на рынок, подразумевает участие объекта развития – нового управленческого решения, объекта интеллектуальной собственности, нового технологического или технического решения.

Идея развития начала складываться еще в античности. С течением времени развитие направленно идет к определенной цели, т. е. изменяется и развивается. Такого рода перемены характеризуются ростом научных знаний, появлением новых научных дисциплин, постоянным усложнением теоретических моделей. В философии науки XX века сформировалось представление о научных революциях, которые стали неотъемлемой частью общественного понимания процесса развития научных знаний.

Вплоть до середины XXI века становление инноваций и процесса развития происходило одновременно, автономно, однако с увеличением сложности производственной базы произошло слияние в научно-технический прогресс. В западной и отечественной литературе научно-технический прогресс признан важнейшим фактором экономического роста и все чаще заменяется понятием «инновационный процесс» [14].

Важным является то, что инновационный процесс не заканчивается и после стадии внедрения. В своих научных работах Л. Я. Аврашкова отмечает главное отличие инновационного процесса от научно-технического прогресса – стремление к постоянному улучшению, не завершение процесса введения на рынок нового продукта или услуги [1]. Это можно объяснить тем, что инновация продолжает совершенствоваться, ста-

новится все более и более эффективной, приобретая ранее не известные потребительские свойства. Таким образом, инновационный процесс отличается непосредственной направленностью на создание и использование новых продуктов, технологий, услуг, причем он протекает в тесной взаимосвязи со средой. Направленность и темпы его развития зависят от прогрессивных изменений экономической среды, где он развивается и функционирует.

Д. Брайт прямо утверждает, что единственный процесс, объединяющий науку, технику и экономику, а также предпринимательство и управление, – это инновационный процесс, в котором воплощаются научно-технические и экономические знания, которыми успешный руководитель хозяйствующего субъекта должен обладать уже завтра. Обладая доступными материальными и трудовыми ресурсами, вполне можно оставаться в конкурентной экономике. Все вышесказанное формирует главную черту инновационного процесса – обязательное завершение инноваций, т. е. востребованность уже готового продукта рынком и обществом.

Развитие как процесс предполагает прохождение нескольких стадий:

- на первой подразумеваются предпосылки формирования самого процесса;
- вторая связана с внутренней работой самой организации;
- третья – изменение условий уже существующего процесса;
- на четвертой происходит сам процесс развития;
- пятая представляет собой разрушение процесса.

Кроме того, процесс развития имеет такие формы, как:

- эволюционная и революционная;
- экзогенная и эндогенная;
- экстенсивная и интенсивная.

Эволюционная и революционная формы предполагают накопление имеющегося опыта и получение знаний, которые приводят к образованию нового качественного состояния продукта. В свою очередь, экзогенную и эндогенную формы характеризует наличие уже имеющихся материальных ресурсов, объектов интеллектуальной собственности, освоение новых методов и приемов работы. К показателям экстенсивной и интенсивной форм относятся такие составляющие, как увеличение количества работников, рост производственных площадей, оснащение новой техникой и технологией, обучение и повышение квалификации кадрового состава и т. д.

В современной действительности развитие в различных сферах человеческой деятельности управляемо. Задача инновационного менеджмента – создание и осуществление положительных изменений, оказывающих положительный эф-

фект как внутри организации, так и в экономике в целом [6].

В настоящий момент в отечественной литературе встречается несколько трактовок к определению сущности понятия «развитие». Рассматривать развитие можно в разных аспектах, которые зависят от характера исследования.

В ходе исследований ученые под развитием понимают различные изменения, процессы. Например, в большинстве трактовок понятий акцент делается на процессы, но и встречаются работы, в которых краеугольным камнем становится инструмент, компонент. К данной группе можно отнести авторские определения В. П. Баранчеева, Л. М. Мартынова, А. А. Аскаровой, В. М. Аньшина, С. А. Филина, И. В. Афонина и др. Подробный анализ ключевых моментов в трактовках понятия «развитие» представлен на рис. 1.

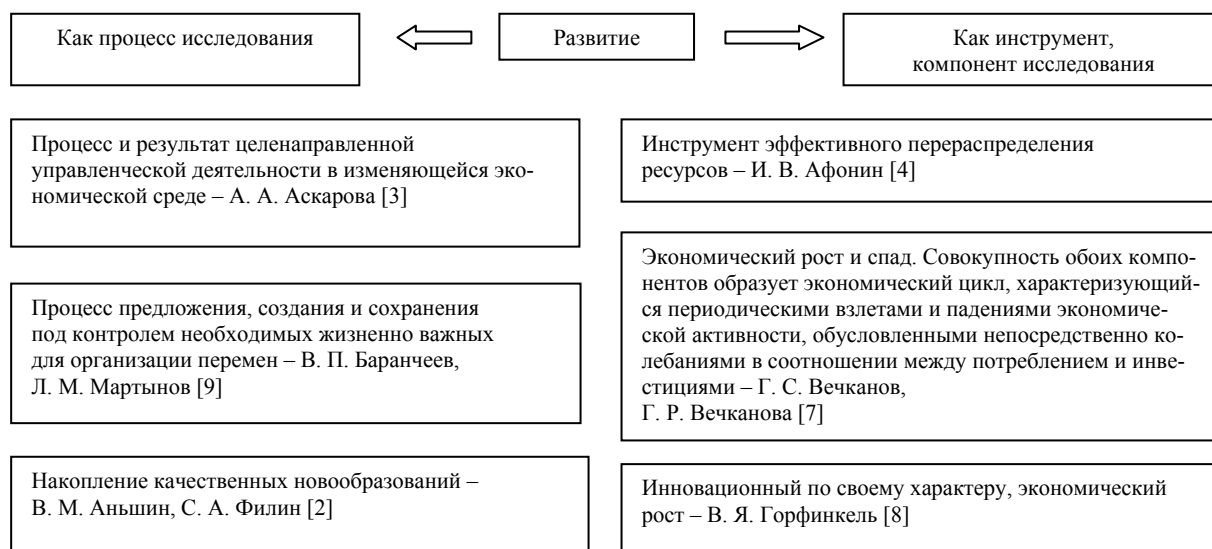


Рис. 1. Ключевые моменты в определении понятия «развитие»

Помимо этого, развитие рассматривается разными науками. Философы, исследуя развитие, опираются на поступательное движение, эволюцию, переход от одного состояния к др. Развитие противопоставляется «творению», «взрыву», появлению из ничего, а также спонтанному формированию из хаоса и «катастрофизму», предполагающему внезапное, одномоментное замещение имевшихся объектов совершенно новыми. Психологи изучают прогрессивные изменения, связанные с совершенствованием, с приобретением новых положительных качеств и свойств, а также возникающие конфликты, возможные способы их разрешения и полученные синергетические эффекты, достигнутые командами инноваторов. В технических науках весь акцент делается на технологической стороне изменений созданных технологий.

Рассмотрим понятия инновации и инновационного развития более подробно. Инновация

как экономическая категория подразумевает практически коммерческий результат. Кроме того, к инновации относятся не только новые продукты и технологии, но и новые формы финансирования, управления и организации производства, новые способы продаж и обслуживания изделий и целый спектр других новшеств [16]. Зародившаяся идея дает толчок и характеризуется меркантильным содержанием: инновационная идея становится результатом не только «чистой науки», полученным в стенах учреждений, т. е. в ограниченном творческом поиске. Практическая, коммерческая направленность инновационной идеи становится притягательной силой для компаний.

Важно отметить, что в период плановой экономики все средства производства находились в ведении государства, проведение анализа даже не возникало. Государственные органы сами определяли потребности в нововведениях и доводили соответствующие задания предприняти-

ям. И только в условиях рыночных отношений, совершенствования законодательства предоставили предприятиям большую самостоятельность при выборе методов инновационного развития. В экономической науке происходит фиксация процесса внедрения, но и возможность рентабельности использования новшества. Рассматривая оп-

ределение «инновация», необходимо отразить масштабность данного явления, использование инноваций не останавливается только на промышленном производстве, инновация затрагивает все области существования общества. На рис. 2 представлена классификация инноваций с точки зрения сферы применения.

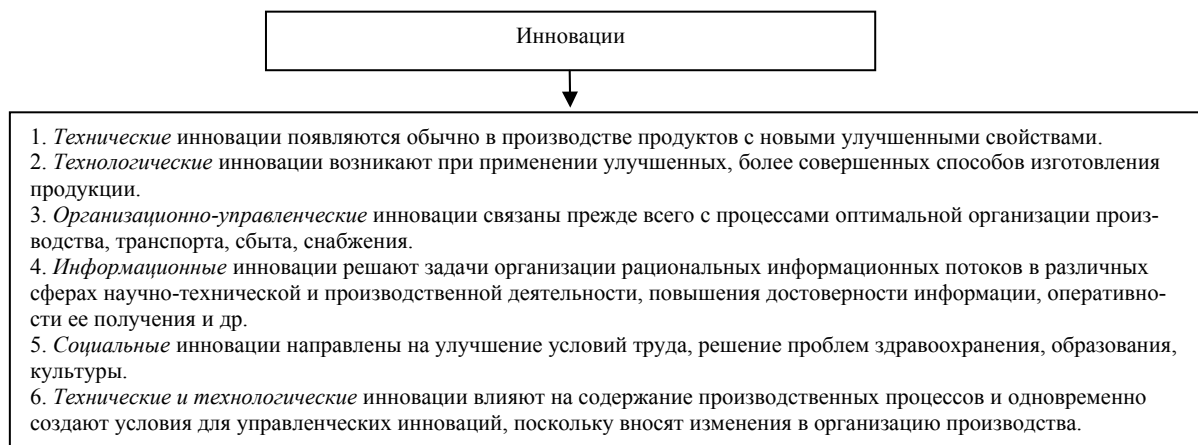


Рис. 2. Классификация инноваций по сфере применения

В современном мире инновационное развитие является очень важным как для отдельных процессов, так и для формирования успешной модели компании в целом. Это вызвано тем, что быстрые перемены и изменения условий завоевания рынка продуктов и услуг, имеющиеся средства и опыт работы руководства организации предопределяют постановку новых задач регулирования инноваций.

Основной предпосылкой появления определения «инновационное развитие» является необходимость проведения прогноза, анализа и оценки результатов инновационной деятельности на изменение внутренних составляющих элементов и организации в целом.

В отечественной экономической литературе существует множество трактовок понятия «инновационное развитие». Подробная схема основных моментов представлена на рис. 3.



Рис. 3. Анализ подходов к определению понятия «инновационное развитие»

Инновационное развитие, таким образом, можно трактовать как движение от простого к сложному, от низшего к высшему, от старых потребительских свойств изделия к более высоким, новым свойствам. Это процесс, предполагающий самостоятельность при выборе направлений инновационного развития на основе изучения состояния рынка, имеющегося инновационного потенциала. Этот процесс может представляться одновременно как непрерывный и как прерыв-

ный, переход количественных изменений в качественные, или переход из одного качественного состояния в другое, может считаться инновационным скачком.

Инновационные преобразования на любом предприятии базируются на знании, понимании и умении правильно ставить цель завоевания рынка. Это предполагает прохождение следующих этапов (рис. 4).

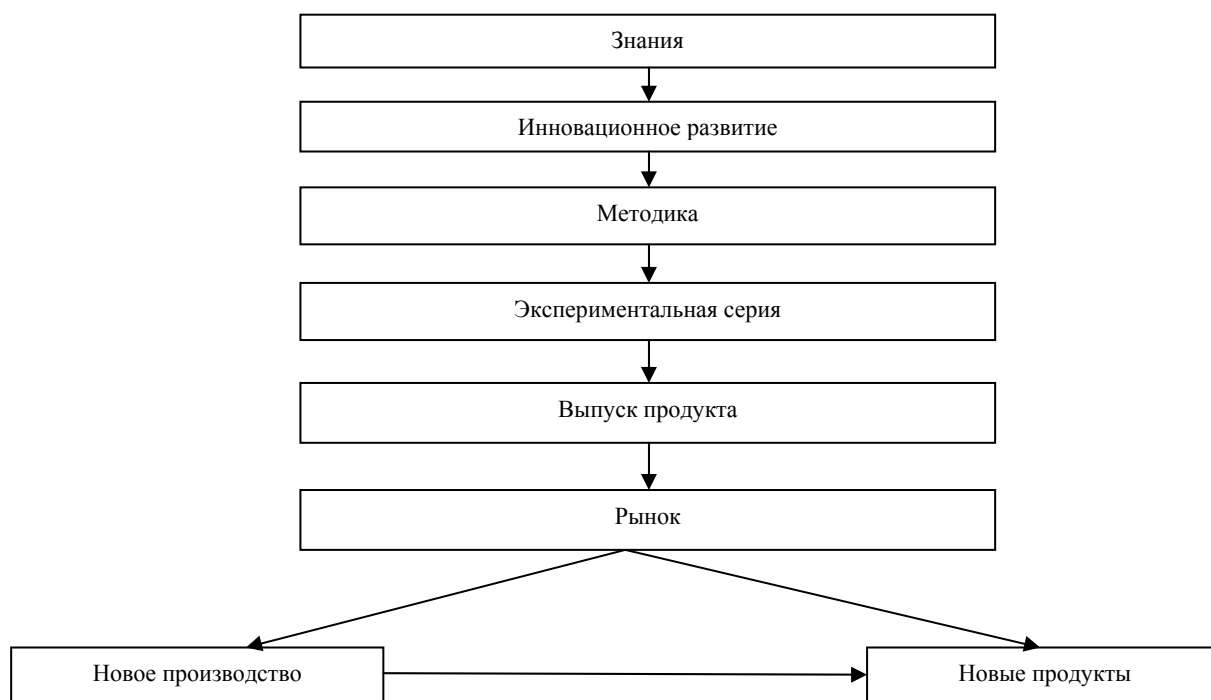


Рис. 4. Этапы инновационного развития продукта (услуги)

Экономические отношения по поводу инновационного развития включают отношения по применению интеллектуального труда, высококвалифицированной рабочей силы, имеющего возможности создавать новое знание с последующей целью получать новые продукты и услуги. Таким образом, особенность инновационного развития заключается в улучшении потребитель-

ских свойств товара, модернизации производства, снижении потребления ресурсов на производство, создании новых поколений товара и производств. Если будут созданы благоприятные условия, то появятся новые конкурентоспособные инновационные продукты как на зарубежном, так и на отечественном рынке.

Список литературы

1. Аврашкова Л. Я., Базилевич Л. В., Бабков Л. В. Инновационный менеджмент / под ред. В. А. Швандера, В. Я. Горфинкеля. – М. : Вузовский учебник, 2006.
2. Аньшин В. М., Филин С. А. Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе : учеб. пособие. – М. : Анкил, 2003. – 360 с.
3. Аскарова А. А. Оценка инновационного потенциала предприятий малого бизнеса. – М. : Дело, 2006. – 250 с.
4. Афонин И. В. Управление развитием предприятия: Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены : учеб. пособие. – М. : Дашков и К^о, 2005. – 380 с.
5. Гурков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. – М. : ТЕИС, 2005. – 235 с.
6. Ерохина Л.И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Коммерция» / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва, 2007.

7. Вечканов Г. С. Современная экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб. : Лань, 2002. – 879 с.
 8. Экономика предприятия : учебник для экон. спец. вузов / А. Н. Романов и др. ; под ред. В. Я. Горфинкеля. – 5-е изд., пер. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 767 с.
 9. Баранчеев В. П., Мартынов Л. М. Механизм инновационного развития организации // Изобретательство. – 2005. – № 7. – С. 11-28.
 10. Бариленко В. И. Аналитическое обоснование путей инновационного развития // Инновационное развитие экономики. – 2013. – № 1 (13). – С. 15-21.
 11. Бекетов Н. В. Проблемы инновационного развития экономики России // Финансы и кредит. – 2007. – № 43. – С. 43-49.
 12. Гусейнов Б. М. Инновационное развитие российских нефтегазовых компаний // Финансы и кредит. – 2011. – № 1. – С. 51-55.
 13. Ильченко И. Инновационное развитие и сфера технического регулирования // Стандарты и качество. – 2009. – № 5. – С. 28-33.
 14. Корчагин П. Инновационная активность и инновационная восприимчивость региона: методика рейтингования // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 12. – С. 89-96.
 15. Максимов Ю., Митяков С. Инновационное развитие экономической системы: эффективность трансфера технологий // Инновации. – 2006. – № 7. – С. 34-40.
 16. Рагулина Ю. В. Отраслевые особенности инвестиционного процесса // Вестник академии. – 2012. – № 4. – С. 49-54.
-

M. N. Nikulina*

**Nikulina Marina, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
nikulina_marinal@mail.ru*

INNOVATIVE DEVELOPMENT AS ECONOMIC CATEGORY

Keywords: development, innovation, innovative process, innovative development.

The article considers approaches to understanding the content of development, innovations and innovative development. The author presents a systematic review of basic terminology and conceptual structure used in domestic and foreign literature in the study of phenomena and processes in the field of innovation.

© Никулина М. Н., 2014

УДК 336

Н. А. Чувашов***Чувашов Николай Александрович, аспирант**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

chudi2006@mail.ru

ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ПРОЦЕСС ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: развитие интеллектуального капитала, систематизация подходов, обеспечение, интеллектуальный капитал, функции интеллектуального капитала.

Инвестирование является неотъемлемой частью развития любого общества и страны в целом. Благодаря инвестированию процесс интеллектуального развития возможно реализовать в более сжатые сроки и с максимальной эффективностью для общества. Как правило, повышение интеллектуального капитала невозможно без инвестиционных вложений, поскольку оно способствует воплощению научно-технического прогресса и созданию современных технологий, способных повысить уровень жизнедеятельности страны.

Повышение интеллектуального капитала организации возможно с помощью такого инструмента, как инвестирование, поскольку инвестирование является важной составляющей для производства любого интеллектуального продукта, но, как правило, для создания интеллектуального продукта одних лишь инвестиций недостаточно, поскольку это очень трудоемкий и творческий процесс, требующий огромного внимания и опыта от его создателя. Содержание такого процесса – это вложение не только ресурсов и средств, а также целенаправленная и осознанная деятельность самого творца, являющегося хранителем этих качеств. Саморазвитие и совершенствование личного интеллектуального капитала определяется с помощью потребностей общества, и в первую очередь рыночным механизмом. Расходы, идущие на совершенствование знаний и получение опыта, в последующем превращаются из личных затрат и инвестиций в общественные, поскольку накопленный опыт человека, его знания и умения могут быть оценены только общественностью, потребностью в том или ином продукте.

Инвестиционный потенциал представляет собой набор специфических для рассматриваемой страны или региона факторов, определяющих возможности и стимулы фирм к расширению масштабов деятельности на основе осуществления продуктивных инвестиций, создания рабочих мест и активного участия в глобальной конкуренции [3].

Инвестиции в интеллектуальный капитал имеют ряд особенностей [5], отличающих их от других видов инвестиций (табл. 1).

При оценке интеллектуального капитала возникают трудности при подсчете эффективности вложенных средств в интеллектуальные ресурсы в сравнении с материальным оснащением предприятия, поскольку интеллектуальный потенци-

ал человека имеет безграничные возможности по сравнению с материальными продуктами. Дело в том, что у интеллектуального потенциала процесс износа и обесценивания протекает иначе, чем у материально-вещественного продукта, поскольку за счет накопленного производственного опыта ценностный запас знаний человека не только не уменьшается, но и возрастает с каждым годом, чего нельзя сказать об инвестициях в материально-физические продукты труда. Очевиден процесс положительного влияния инвестиций на развитие интеллектуальных способностей человека как процесс инновационного развития общества. Разработка и планирование таких стратегий являются одним из базисных этапов планирования деятельности предприятия, а собственно стратегия служит основой для образования модели организации и структур управления, технологий принятия управленческих решений, контроля за их исполнением [4].

Процесс обесценивания интеллектуального капитала намного ниже темпов амортизации (обесценивания) основного капитала. Это обусловливается тем, что у материальных средств производства амортизационный процесс строится так, чтобы к концу срока службы полностью списать их начальную стоимость. У интеллектуального капитала, напротив, дело обстоит иначе, к концу срока службы интеллектуальные ресурсы обладают максимум полезностью для общества и экономически более эффективны. Так, при окончании трудовой деятельности сотрудник не подвергается полному износу и обесцениванию, поскольку имеет большой багаж знаний и опыта, чего нельзя сказать об основных средствах в конце срока их службы. Рассмотрим существенные особенности «интеллектуального капитала» и его отличительные признаки (рис. 1).

Особенности инвестиций в интеллектуальный капитал

Эффект от инвестиций в интеллектуальный капитал	Инвестиции в интеллектуальный капитал могут иметь свои особенности, одна из них зависит от трудоспособного периода носителя такого интеллекта, а другая от длительности полезного эффекта. Чем раньше начать производить инвестиции в носителя интеллектуальных особенностей, тем раньше будет видна отдача от вложенных инвестиций. Однако не следует забывать, что чем инвестиции в человека дольше по продолжительности и чем они больше, тем более высокое качество и длительный эффект смогут получить его обладатели и соответственно инвесторы
Качественные и количественные характеристики	Интеллектуальный капитал в человеке имеет свойство накапливаться и приумножаться, но также подвержен физическому износу. Это происходит по причине старения интеллектуального капитала и определяется естественными физиологическими свойствами человека. Также это объясняется устареванием знаний в человеке ввиду меняющейся действительности и постоянного научно-технического прогресса. Накопление интеллектуального капитала происходит в процессе накопления сотрудником производственного опыта. Если такой процесс аккумулирования знаний в человеке производить непрерывно, то по мере получения новых знаний ему становится легче перерабатывать и пропускать через себя вновь полученную информацию, тем самым он улучшает свои качественные и количественные характеристики
Ограниченный ресурс человеческих возможностей	Напрямую от накопленных знаний и опыта человека зависит его доходность, чем больше инвестиций, получаемых в виде дохода, он возвращает и вкладывает в свои знания, тем большие возможности для своего развития он имеет. Однако не следует забывать об ограниченном ресурсе человеческих возможностей, которые снижаются с каждым годом, в результате через некоторый промежуток времени накопленный опыт и знания могут рассеиваться, а значит, доход начинает идти на спад, как и вкладываемые инвестиции в свое развитие
Общественно-целесообразные инвестиции	Не каждые инвестиции, вкладываемые в человека, признаются инвестициями в интеллектуальный капитал, а только лишь те, которые экономически эффективны и общественно-целесообразны
Инвестиции как национальная особенность	Инвестиции в человека носят различный характер, поскольку эффект от таких инвестиций зависит в первую очередь от сектора экономики, а также обусловлены национальными, культурными, историческими особенностями и традициями
Выгода от вложений в интеллектуальный капитал	Сравнивая инвестиции с различными формами вложений, инвестиции в интеллектуальный капитал являются наиболее оптимальными и выгодными как с точки зрения одного человека, так и точки зрения всего общества

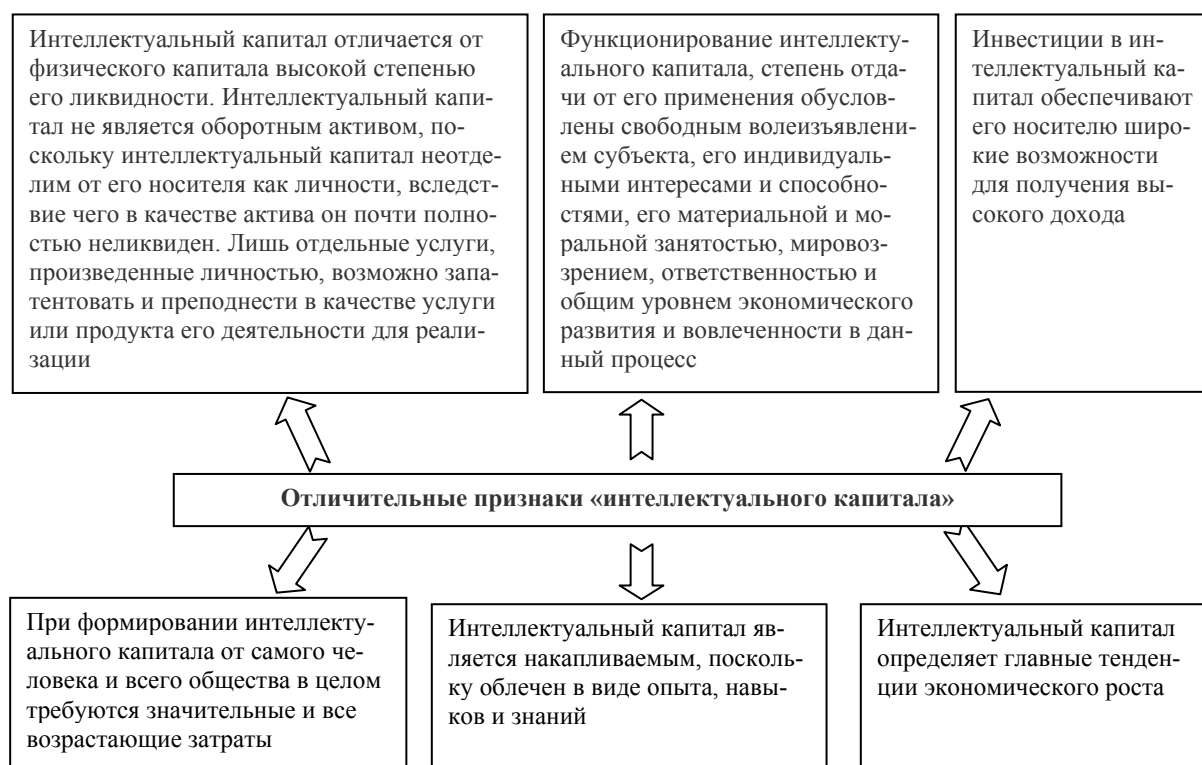


Рис. 1. Отличительные признаки «интеллектуального капитала»

Результатом воспроизводства интеллектуального капитала является общество, а интеллек-

туальный потенциал общества, в свою очередь, влияет на эффективность данного процесса.

Интеллектуальный потенциал общества – это способность общества к освоению мира через накопленные им знания, культурное наследие, информацию, систему воспроизводства и передача накопленного опыта последующим поколениям для дальнейшего ее использования через переработку, осмысление и восприятие [1].

Интеллектуальный потенциал в целом определяет место, занимаемое государством в мировых экономических рейтингах, и степень конкурентоспособности по отношению к другим государствам.

Интеллектуальный капитал в современном обществе состоит из индивидуального интеллектуального капитала, формируемого в качестве отдельной производственной единицы, на макроуровне представляемого в качестве совокупного интеллектуального капитала [2].

С точки зрения технологического развития интеллектуальный капитал общественности представляет собой создание определенной материально-технической базы знаний и условий для большей производительности людей. На развитие совокупного интеллектуального капитала страны непосредственно влияют такие факторы, как затраты на здравоохранение, образование, охрану окружающей среды, науку, культуру, создание благоприятных условий труда.

В экономике существует интегративное понятие экономической культуры, под которой по-

нимается совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных нравов и обычаев, норм и ценностей общества, необходимых для выполнения людьми своих экономических общественно значимых ролей. Проблемы нравственности особо остро стоят в нашем не в полной мере сформированном обществе и призваны к укреплению правового вакуума страны, государственных институтов, наделенных правом охранять законность [6].

Развитие экономической системы прямо зависит от движения интеллектуального капитала и от разрешения противоречий между общественными слоями, обусловленных духовной природой и интеллектуальной деятельностью человека. Интеллектуальный капитал выступает как управляющая организация для экономической системы.

Интеллектуальный капитал представляет собой социально-экономическую систему, обладающую специфическими свойствами, обусловленными духовной природой. Основой интеллектуального капитала является способность к труду, позволяющая создавать дополнительную прибавочную стоимость.

Личность человека и уникальность его свойств является интегральным показателем качественного развития общества и его способности к труду, залогом инновационного развития человечества.

Список литературы

1. Бромберг Г. В. Интеллектуальная собственность. Основной курс : учеб. пособие. – М. : Приориздат, 2004.
2. Джанетто К., Уиллер Э. Управление знаниями. Руководство по разработке и внедрению корпоративной стратегии управления знаниями. – М. : Добрая книга, 2005.
3. Круглов В. Н. Региональная инвестиционная политика: проблемы перспективы / В. Н. Круглов, В. К. Крутиков. – Калуга : Изд-во «Эйдос», 2008. – 200 с.
4. Лазарев В. Н. Управление стратегическим развитием предприятия: трансдисциплинарный теоретико-методологический подход. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 191 с.
5. Сфера услуг: менеджмент : учеб. пособие / под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КноРус, 2008. – 416 с.
6. Чернышева С. А. Современные проблемы права интеллектуальной собственности. – Казань, 1998.

N. A. Chuvashov*

*Chuvashov Nikolai, graduate student
of Volga Region State University of Service, Togliatti
chudi2006@mail.ru

INVESTMENT AS A PROCESS OF RAISING THE COMPANY'S INTELLECTUAL CAPITAL

Keywords: development of intellectual capital, classification of approaches, provision, intellectual capital, functions of intellectual capital.

Investing is an integral part of the development of any society and the country as a whole. By using investment, the process of intellectual development can be realized in a shorter time and with maximum efficiency for the society. As a rule, raising intellectual capital is impossible without investment, as it contributes to scientific and technical progress and creation of modern technologies which help to improve the living standard of the country.

УДК 334

Ю. Э. Аппанова***Аппанова Юлия Эдуардовна, аспирант**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

Julia.appanova@yandex.ru

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О КАТЕГОРИИ «РЕСУРСЫ»: ЭВОЛЮЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: ресурсы, теория ресурсов, ресурсный потенциал.

Прослежена эволюция теоретических представлений о содержательной характеристике категории «ресурсы». Подтверждено, что современное понимание сущности экономических ресурсов является результатом длительного развития научной мысли. Систематизированы научные взгляды относительно ресурсной концепции в экономике, выявлена значимость исторической роли экономических ресурсов в развитии общественного хозяйства.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся высоким уровнем конкуренции, неустойчивой внешней средой, ростом объема информации, достижение устойчивого положения предприятия и его эффективного функционирования требует быстрой адаптации к меняющимся рыночным условиям и максимально полного использования всех имеющихся возможностей [1]. Достижение конкурентных преимуществ, экономический рост предприятия в значительной степени определяются результативностью процесса формирования, накопления, распределения и взаимодействия средств, запасов, источников, средств и предметов труда, имеющих в наличии у предприятия [6]. Управление данным процессом является одной из важнейших задач управления многогранной деятельностью современного предприятия. Данное управление направлено на эффективное и рациональное использование всех имеющихся ресурсов и снижение риска деятельности предприятия [3].

В основе эволюционного развития общества всегда опирается на ресурсные возможности хозяйства [2]. Попытки проявления индивидуальных общественных знаний о ресурсах и осознание их значимости можно обнаружить еще в эпоху становления первобытных общин. Однако понимание сущности ресурсов как основы экономического развития общества стало формироваться значительно позже – в эпоху расцвета древних рабовладельческих цивилизаций.

Вопросы, связанные с выявлением источников ресурсов, разработкой способов и методов их эффективного использования, достаточно широко представлены в научных трудах эпохи классической политической экономии М. Блауга, В. Зомбарта, Р. Кантильона, А. Смита, Д. Рикардо, Т. Мальтуса, Дж. С. Милля, Ж.-Б. Сея, К. Маркса, А. Маршалла, К. Менгера, Ф. Визера, Дж. Б. Кларка и др., так и в трудах представителей, развивающих современную ресурсную теорию.

В современный период развитию теории ресурсов, специфике управления отдельными видами ресурсов, разработке инструментов и методов управления ресурсами посвящены работы многих исследователей, среди которых Е. В. Басалаева, Л. Г. Огорокова, И. А. Бланк, Р. П. Булыга, К. Бурманн, А. Ф. Черненко, Т. А. Гилева, В. В. Солдатов, А. В. Шиганова, Е. В. Штейн, А. В. Гладышева, Ю. А. Дорошенко, Л. А. Коношенко, П. А. Кохно, Дж. Харрингтон и др.

Истоки современных научных представлений о таких категориях, как «ресурсы», «ресурсный потенциал», «ресурсное обеспечение», обнаружены на основании выявления специфических особенностей восприятия обществом традиционных хозяйственных понятий, таких как товар, имущество, ценность, богатство, деньги, собственность и др. (табл. 1).

Проведенный обзор литературных источников (табл. 1) свидетельствует о том, что современное понимание сущности экономических ресурсов является итогом длительного развития научной мысли. В зависимости от периода развития общества, специфики его отношения к вещам, ценностям, деньгам, богатству и развития научно-технического прогресса в определенных экономических школах основное внимание уделялось тем или иным видам экономических ресурсов, которые отличаются по составу и различной степенью вовлеченностью в деятельность субъектов хозяйствования.

Ресурсы и их ограниченность еще не становились объектами научного анализа до начала XVII в. Отдельные элементы научной теории ресурсов начинают появляться лишь в эпоху классической политической экономии с началом появления категории «капитал» (XVII – XIX вв.), а современное представление о сущности ресурсов продолжает развиваться и в современный период.

Таблица 1

Исследование эволюции теоретических представлений о категории «ресурсы»

Систематизация взглядов о средствах получения материальных и духовных благ для существования и развития общества	Период	Представители	Основные достижения периода в области становления теории ресурсов
Формирование частного богатства посредством использования физических свойств ресурсов – производительности труда рабов и плодородия земли	Древний мир Стадии: 1. Неополитическая (VII – IV в. до н. э.) 2. Восточно-рабовладельческая (III – первая половина I в. до н. э.) 3. Античная (VI в. до н. э. – VI в. н. э.)	Ксенофонт (430 – 354 гг. до н. э.), Конфуций (551 – 479 гг. до н. э.), Сократ (469 – 399 гг. до н. э.), Платон (428 – 347 гг. до н. э.), Аристотель (384 – 322 гг. до н. э.)	Наличие системы экономических ценностей: земля; рабы; скот; продукты труда; деньги. Категория «ресурсы» еще не используется в работах древних мыслителей. Единственным полноценным источником индивидуального богатства считается сельское хозяйство
	Эпоха Средневековья (католицизм) VII – XIII вв.	Фома Аквинский (1225–1274)	Большинство научных воззрений направлено на решение социально-политических задач, экономическим задачам не уделяется внимания. На уровне предприятия внимание уделяется процессу производства товаров. Средства, источники производства (т. е. экономические ресурсы), их потенциал, и ограниченность игнорируются в качестве объектов научного анализа. Отсутствует попытка классифицировать виды ресурсов
Формирование как частного богатства, так и общественного блага посредством использования физического ресурса земли, преобразования экономических ресурсов – труда и капитала. (ресурс как фундаментальный фактор общественного производства)	Эпоха классической политической экономии XVII–XIX вв. (Зарождение классической ресурсной парадигмы)	В. Пэтти (1623–1687), А. Смит (1723–1790), Д. Рикардо (1772–1823), С. Милль (1806–1873), Т. Г. Мальтус (1766–1834), Ж.-Б. Сей (1767–1832)	В научной литературе общепринято земля и труд воспринимаются учеными в качестве экономических ресурсов, а земля еще рассматривается только как физический ресурс. Появляется в научном обороте термин «капитал». Капитал становится главным объектом научного анализа. Выделена способность капитала как важнейшего ресурса приобретать в процессе своего движения различные формы – денежную, производственную и товарную. Впервые осуществлена научная классификация ресурсов (Ж.-Б. Сей «теория трех факторов производства»). Согласно теории «земля», «труд» и «капитал» являются равноправными факторами создания стоимости, и каждый из данных факторов порождает свой собственный доход (рента, заработная плата, прибыль). Заложена основа для формирования научного направления, связанного с анализом ресурсных ограничений в сфере экономики (Мальтус Т. Г. Теория «убывающего плодородия почвы») Факторы производства (труд, земля и капитал) приобрели статус главных производительных сил «национальной экономики»
Формирование общественного блага посредством использования ведущего экономического фактора – труда наемных рабочих (труд наемных рабочих – социальный ресурс)	Эпоха марксизма (40-е гг. XIX в.)	К. Маркс (1818–1883)	Анализируется производство, определяется роль наемного труда. Выделена особая роль труда наемных рабочих как важнейшего фактора производства (Теоретическая концепция К. Маркса). Главная идея теории – возможность социально справедливого распределения ресурсов посредством государственного контроля за их движением (накоплением, использованием и воспроизведением).

Систематизация взглядов о средствах получения материальных и духовных благ для существования и развития общества	Период	Представители	Основные достижения периода в области становления теории ресурсов
Формирование общественного блага посредством ориентации производства на приоритет потребителя.	Эпоха становления неоклассической рыночной теории (к XIX в.)	К. Менгер (1840–1921), Ф. Визер (1851–1926), Ойген фон Бём-Баверк (1851–1914), Дж. Б. Кларк (1847–1938), П. Дуглас (1892–1976), Ч. В. Кобб	Выделены четыре основных фактора производства: капитал как деньги, капитал как средства производства и земля, предпринимательские способности и труд наемных рабочих (Кларк Дж. Б. Теория убывающей предельной производительности ресурсов). Количество ресурсов является ограниченным, общество должно эффективно их использовать
Приоритет уровня потребления как показатель эффективности использования ресурсов общества или уровня благосостояния человека	Эпоха зарождения теории постиндустриального (информационного) общества (XX в.)	А. Маршалл (1842–1924) Й. Шумпетер (1883–1950), У. Ростоу (1919–2003), Д. Белл (1919–2011), Дж. Гелбрейт (1908–2006), О. Тоффлер (1928), П. Друкер (1909–2005)	Добавлены в традиционный список факторов хозяйственной деятельности (труд, земля, капитал) предпринимательские способности (организационно-управленческий ресурс) и информация (знания и технология). Со второй половины XX в. важнейшим экономическим ресурсом развития современного общества становится информация. Выдвинута идея о том, что полная информация не является гарантией успеха. Важным становится умение грамотно использовать информацию, для чего необходимы знания, воплощенные в квалифицированных работниках
Взаимосвязанная совокупность материально-вещественных, энергетических и информационных средств, приемов, а также самих работников, которые используют или могут использовать их в процессе производства и предоставления материальных благ и услуг	Появление теории ресурсного потенциала (конец XX – начало XXI в.)	Дж. Барни (1874–1944), Р. Грант (1957), И. Б. Гурков (1965), В. С. Катькало (1964), Г. Б. Клейнер (1964), Э. Пенроуз (1914–1996), Д. Тис (1948)	Одинаковые по количеству и качеству ресурсы могут обладать различным потенциалом в зависимости от степени их использования. Ресурсный потенциал характеризует не только различные виды ресурсов, но и степень их использования, их способность создавать полезный эффект

Теория научного познания ресурсов, сформированная Ж.-Б. Сеем в эпоху становления классической ресурсной парадигмы и доработанная представителями неоклассической рыночной теории (XIX – XX вв.) выделением четырех основных факторов производства, является в настоящее время базой для современной экономической теории, которая изучает, как общество использует ограниченные ресурсы для производства полезных благ и распределяет их между потребителями и производителями. Эта мысль отражает современное понимание сущности экономических ресурсов: количество ресурсов является ограниченным, тем не менее современное общество имеет возможность эффективно их использовать [9].

Особую значимость ресурсная теория приобретает в нач. 1990-х гг. с зарождением теории стратегического управления, в рамках которой был сформирован «ресурсный подход в управлении фирмой».

Закономерным результатом эволюции системы представлений о ресурсах стало появление теории ресурсного потенциала (конец XX века), элементы которой развиваются в основном на основе систематизации исследований огромного числа отечественных авторов, таких как И. А. Бланк, С. А. Бороненкова, В. А. Свободин, В. В. Ковалев, Ю. Н. Клепиков, М. А. Комаров, М. В. Лычагин, Л. Г. Огорокова, К. М. Миско, и небольшого числа зарубежных ученых-экономистов, таких как С. Брю, К. Макконелл, Р. Блэкуэлл, К. Хитчинг, Д. Энджел и др.

По мнению Л. Г. Огороковой, ресурсный потенциал целесообразно рассматривать как одну из объективных характеристик общественно-го производства, а именно совокупность не только потенциальных возможностей ресурсов, но и способность предприятия осуществлять процессы производства, распределения, воспроизводства товаров и услуг и приносить доходы [7].

В научных трудах С. Ю. Стексовой ресурсный потенциал предприятия трактуется как со-

вокупность ресурсов хозяйствующего субъекта, находящихся в его распоряжении и характеризующих возможность данной социально-экономической системы по реализации целенаправленной деятельности с учетом влияния факторов внутренней и внешней среды [13].

Подводя итог исследованию научных представлений, касающихся сложившейся в настоящее время отечественной теории познания ресурсного потенциала, можно констатировать следующие факты. Для отечественной научной теории является характерным преобладание представлений о ресурсном потенциале как о конгломерате имеющихся ресурсов, используемых в общественном производстве на той или иной стадии развития производительных сил. Небольшая часть авторов трактует ресурсный потенциал как материальную основу производства, до момента их вовлечения в производственный процесс. Следует отметить, что сторонники данной системы взглядов не раскрывают сущности потенциала, так как не учитывают целевого назначения ресурсного потенциала и соотношения объема имеющихся ресурсов с возможными результатами их максимального использования.

Таким образом, аналитический обзор множества литературных изданий позволил сделать вывод о том, что современное понимание сущности экономических ресурсов явилось итогом дли-

тельного развития научных представлений, которые, в свою очередь, в большей степени определялись общим темпом развития рыночной экономики.

В XX в. в целях нахождения конкурентных преимуществ и поиска наиболее полного удовлетворения запросов потребителей основное внимание стало уделяться предпринимательским способностям.

Вследствие развития средств информатики и новых информационных технологий массового применения во многих сферах общественной жизни со второй половины XX в. ведущим экономическим ресурсом становится информация. Важным является не только обладание ценной информацией, но и умение грамотно ее использовать, для чего необходимы знания, воплощенные в квалифицированных работниках предприятия.

Подводя итог проведенного исследования, следует отметить наличие постоянного интереса ученых-экономистов к ресурсам как экономической категории. В настоящее время актуальным направлением научных исследований в ресурсной теории является разработка положений концепции ресурсного потенциала, связанных с возможностью составления прогнозов развития экономических систем на микро-, мезо- и макроуровне.

Список литературы

1. Абрамова Л. А. Логическое содержание и взаимосвязь категорий, определяющих эффективность использования интеллектуальных ресурсов предприятиями сферы услуг // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2012. – № 3. – С. 107-111.
2. Башмачникова Е.В. Управление в сфере услуг в условиях нестабильной экономической среды : монография. – Москва, 2005.
3. Башмачникова Е., Марченко Т. Методологические подходы к управлению: особенности и сферы применения // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 06. – С. 8-13.
4. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. – М. : Изд-во «Дело», 2000. – 232 с.
5. Всемирная история экономической мысли : в 6 т. Т. 1 : От зарождения экономической мысли до первых теоретических систем политической жизни / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М. : Мысль, 1987. – 606 с.
6. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
7. Огорокова Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий. – СПб. : СПбГТУ, 2001. – 293 с.
8. Кларк Дж Б. Распределение богатства : пер. с англ. Д. Страшунского, А. Бесчинского / под ред. Л. П. Куракова. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.
9. Кушнир Л. Л. Гносеология ресурсов в экономике, ее эволюция и современный концепт // Вестник ЖДТУ. – 2011. – № 3 (57). – С. 310-313.
10. Маркс К. Критика Готской программы // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. – 2-е изд. – Т. 19. – М., 1961. – С. 20.
11. Маршалл А. Принципы экономической науки : пер. с англ. : в 3 т. / под ред. О. Г. Радынова. – М. : Прогресс, 1993.
12. Онкен А. История политической экономии до Адама Смита : пер. с нем. – СПб. : Типография М. А. Александрова, 1908. – 494 с.
13. Стекова С. Ю. Система ресурсов строительного предприятия // Проблемы комплексного социально-экономического развития Дальнего Востока : материалы международ. науч.-практ. конф. / под ред. А. Е. Зубарева, И. Т. Пинегиной. – Хабаровск, 2008.

14. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.

Yu. E. Appanova*

**Appanova Yulia, graduate student*

of Volga Region State University of Service, Togliatti

Julia.appanova@yandex.ru

**ANALYTICAL REVIEW OF SCIENTIFIC CONCEPTS
OF «RESOURCES» CATEGORY: EVOLUTIONARY ASPECT**

Keywords: resources, resource theory, resource potential.

The article studies the evolution of theoretical concepts about the content characteristics of «resources» category. The author confirms that the nowadays understanding of the nature of economic resources is the result of a long development of scientific thought. The research systematized scientific approaches to the resource concept in economy, and revealed the importance of the historical role of economic resources in the development of social economy.

© Appanova Yu. E., 2014

УДК 639.2/.3.002.56

В. Н. Козловский*

**Козловский Владимир Николаевич, доктор технических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
Kozlovskiy-76@mail.ru*

Д. И. Панюков*

**Панюков Дмитрий Иванович, кандидат технических наук, доцент
АНО «Институт качества», г. Тольятти
dip@iq-volga.ru*

Е. В. Полякова*

**Полякова Екатерина Владимировна, ассистент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
Polyakova-88@mail.ru*

ОРГАНИЗАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАБОТЫ СО СЛОЖНЫМИ РЕКЛАМАЦИЯМИ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ

Ключевые слова: качество, надежность, автомобиль, индивидуальный отзыв автомобиля.

Рассмотрена проблема организации индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации при выявлении в их конструкции недостатков, влияющих на надежность, представлен результат анализа отзывных кампаний за 2011 год.

Сложные рекламации. Практика показывает, что, несмотря на повышение эффективности деятельности автопроизводителей по всем направлениям, связанным с улучшением качества и надежности продукции, нередко в период гарантийной эксплуатации регистрируются так называемые сложные рекламации [1]. Сложные рекламации – это в первую очередь отказы, приводящие к потере основных функций автомобиля, устранение которых сопоставимо со стоимостью автомобиля. Во многих случаях такие отказы связаны с нарушением правил эксплуатации автомобилей автовладельцами. Например, подключение в бортовую сеть не рекомендованного автопроизводителем электрооборудования иногда приводит к коротким замыканиям в сети. При этом последствия такого подключения бывают достаточно серьезными, например возгорание автомобиля. Здесь, конечно, необходимо отметить, что бывают случаи, когда система управления качеством на предприятии, что называется, дает сбой [2]. При этом в эксплуатацию может попасть некоторое количество автомобилей с потенциальными отказами.

Организация индивидуального отзыва автомобилей. Автопроизводители с целью снижения рисков экономических и имиджевых потерь вынуждены реализовывать процессы, связанные с организацией индивидуального отзыва автомобилей в случае выявления серьезных несоответствий, а также обеспечивать индивидуальный анализ всех сложных рекламаций.

Проблема организации индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации при выявлении в их конструкции недостатков, влияющих на надежность, не является новой. Однако в последнее время через средства массовой инфор-

мации все чаще и чаще поступают сообщения об организации индивидуального отзыва автомобилей различных марок, причиной которого является выявление в процессах жизненного цикла несоответствий, влияющих на безопасность и функционирование транспортных средств. Чаще всего источниками проблем являются элементы системы электрооборудования.

Аналитики автомобильного рынка отмечают две особенности процесса индивидуального отзыва автомобилей:

1) отзывная кампания может выступать в качестве рекламного инструмента, обеспечивающего положительное восприятие потребителем информации об отзыве как заботу автопроизводителя о своей продукции;

2) выявленные несоответствия в продукции могут повысить риски возникновения отказов при ее эксплуатации, поэтому отзывная кампания есть не что иное, как инструмент поддержания надежности продукции на послепроизводственном этапе жизненного цикла.

Мы провели анализ отзывных кампаний в течение всего 2011 г. и часть соответствующей информации представили в табл. 1. Анализ данных табл. 1 показывает, что спектр производителей, реализующих программу отзыва, достаточно широкий. Причины отзыва могут быть самыми разными. Однако, как было замечено ранее, наиболее заметны отзывы автомобилей по причинам несоответствий элементов электрооборудования и электроники, что подтверждается на международном экспертном уровне. В мировой статистике, по данным информационного портала Vesti.Ru, именно из-за проблем с электроникой автопроизводителям всё чаще приходится отзывать машины из продажи.

Отзывные кампании лидеров автомобильного рынка в 2011 г.

№ п/п	Компания	Модели автом.	Колич. отзыв. автом., шт.	Причина отзыва	Дата и источн. информ.
1	2	3	4	5	6
1	Ford	Пикап F-150	150 тыс.	Подушки безопасности в автомобилях, произведенных в период с 2005-го по 2006 г., могут срабатывать без необходимости, причиняя вред водителям и пассажирам	24.02.2011. AUTONEWS.RU
2	GM	Cadillac CTS	50 тыс.	Слабое крепление колеса задней подвески, которое может привести к потере управления	17.02.2011. REGNUM
3	Honda	-	168 тыс.	Возможные проблемы с работой двигателя	ИТАР-ТАСС
4	Suzuki	Grand Vitara и SX4	-	Дефекты газораспределительного механизма	07.02.2011. REGNUM
5	Ford	-	35 тыс.	Проблемы в топливной системе и электронном оборудовании. Отзыву подлежат грузовики, пикапы и кроссоверы, выпущенные в 2010-м и 2011 г.	03.03.2011. РБК
6	Volkswagen	Jetta	71 тыс.	В автомобилях обнаружены неисправности проводки, отвечающей за работу звукового сигнала и противоугонной системы	29.03.2011. AUTONEWS
7	Hyundai	Elantra	188 тыс.	Недостатки интерьера, которые могут привести к поломке датчика веса, расположенного в переднем пассажирском кресле. Последний предназначен для расчета силы, с которой должна раскрыться подушка безопасности при определенном весе пассажира	24.03.2011. AUTONEWS.RU
8	Kia	Optima	70 тыс.	Причиной отзыва послужила неисправность трансмиссии	14.03.2011. АВТО.ВЕСТИ.РУ

Автомобиль представляет собой сложный высокотехнологичный продукт, состоящий из комплекса систем, поэтому во многих случаях спрогнозировать причину и последствие того или иного отказа, возникающего в период эксплуатации, довольно сложно. Автопроизводители пользуются данными процессов проектирования и производства для того, чтобы не допустить возможности возникновения отказов в период эксплуатации. Однако этого не всегда достаточно. Именно данные, поступающие из эксплуатации, позволяют наиболее полно оценить риски возникновения отказов. И здесь одним из наиболее ярких примеров последних лет является отзывная кампания автомобилей фирмы Toyota. В табл. 2 представлена хронология отзывов автомобилей данной марки в течение 2009–2010 гг. В рассматриваемый период у компании был целый ряд отзывов автомобилей из эксплуатации, среди которых наиболее важным стал отзыв по причине возможного неконтролируемого ускорения автомобилей в движении. Изучением причин данного несоответствия в течение длительного времени занимались эксперты Toyota, а затем и специалисты NHTSA (Американский департамент дорожной безопасности) и NASA (Национальное аэрокосмическое агентство США). За время разбирательств по всему миру были объявлены отзывы нескольких миллионов автомобилей. Президент компании Toyota неоднократно

приносил свои извинения потребителям, обещая не допускать в дальнейшем подобных несоответствий. Фирма несла финансовые и имиджевые потери. Однако результаты разбирательств показали ключевое влияние человеческого фактора в дорожно-транспортных происшествиях (ДТП), произошедших в эксплуатации с автомобилями данной марки. Иными словами, эксперты сошлись во мнении, что причинами (ДТП) не являлся отказ техники. Это говорит о том, что, несмотря на наличие прогрессивных технологий в проектировании и производстве продукции, в настоящее время отсутствует аппарат прогнозирования причинно-следственной связи отказов автомобилей в период эксплуатации. Именно поэтому для производителя единственно возможным инструментом снижения оправданных и неоправданных рисков отказов автомобилей в эксплуатации является процесс организации индивидуального отзыва. Отзыв автомобилей позволяет провести полноценный анализ возможных несоответствий, а также реализовать мероприятия по поддержанию надежности продукции.

На рис. 1 представлена обобщенная структура организации процесса индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации. Структура построена на основе информации об отзывах, публикуемых в специализированных изданиях, а также нашего практического опыта в данном вопросе.

Таблица 2

Хронология отзывных кампаний компании Toyota в 2009–2010 гг.

№ п/п	Дата публик. информ.	Модели автом.	Причина отзыва	Колич. отзыв. автом., шт.	Источн. информ
1	2	3	4	5	6
1	09.07.09	Corolla и Yaris	Причиной отзыва являются обнаруженные дефекты коробки передач и сцепления	71 тыс.	Doroga63.ru, Самара
2	21.10.09	-	У автомобилей застревала педаль газа, и в результате, когда водитель отпускал ее, скорость машины продолжала увеличиваться.	3,8 млн	AutoNews, Москва
3	26.11.09	Пикапы Tundra	Причина отзыва кроется в недостаточной коррозионной стойкости деталей этих автомобилей. Были зафиксированы случаи, когда коррозия разъедала крепления, удерживающие запасное колесо под днищем пикапа, и оно падало на дорогу, создавая опасность для других участников движения. Существует также вероятность, что ржавчиной повреждены тормозные контуры, что гораздо опаснее и может привести к серьезным ДТП из-за отказа тормозов	110 тыс.	AutoNews, Москва
4	02.12.09	-	Toyota выдвинула версию о том, что причиной как минимум 19 смертей в ДТП на территории США была педаль газа неправильной формы. Теперь же газета выдвинула версию, что причина неконтролируемого ускорения машины кроется в электронном регуляторе подачи топлива, изначально спроектированном неправильно	3,8 млн	AutoNews, Москва
5	08.12.09	Corolla и Martix	Американский департамент дорожной безопасности NHTSA начал расследование жалоб владельцев автомобилей Toyota на то, что машины неожиданно глохли во время движения	397 тыс.	Газета.ru, Москва
6	26.12.09	Lexus ES 350, Lexus RX 350, Highlander, Previa	Toyota отзывает автомобили, изготовленные в Китае, из-за неисправности, которая может повлечь за собой разлив моторного масла	43 тыс.	Новые известия
7	25.01.10	Aygo, iQ, Yaris, Auris, Corolla, Verso, Avensis и RAV4	Toyota Motor может начать отзыв с европейских рынков автомобилей с дефектом педали газа, спровоцировавшим ранее масштабные отзывы в США	1,8 млн	AutoNews, Москва
8	04.02.10	-	Проблема с педалью акселератора, приведшая к масштабным отзывам автомобилей Toyota во всем мире, может проявиться у автомобилей, эксплуатируемых на территории России	160 тыс.	AutoNews, Москва
9	13.02.10	Пикапы Tacoma	Toyota объявила об отзыве в США полноприводных грузовых пикапов модели Tacoma 2010 года выпуска. Причиной стал дефект карданного вала, могущий привести к появлению в нем трещин	8 тыс.	Газета.ru, Москва
10	02.03.10	Camry и Harrier	Список проблемных моделей автоконцерна Toyota дополнили Camry и Harrier, в топливных системах которых выявлены технические дефекты	1 млн	Вести

Из представленной на рис. 1 структуры необходимо выделить несколько важных моментов. При организации отзыва тесно взаимодействуют аналитический и исполнительский центры. В состав функций аналитического центра входят: определение несоответствий, при которых необходим запуск процедуры индивидуального отзыва на основе данных процесса проектирования, производства и эксплуатации, а также мониторинг выполнения операций по устранению несоответствий после запуска процедуры индивиду-

ального отзыва. В состав функций исполнительского центра входит доведение до потребителей и предприятий сервисной сети необходимой для организации отзыва информации, а также обеспечение сервисной сети технологическими процессами по диагностике и устранению несоответствий. Кроме того, функцией исполнительского центра является организация процесса обеспечения предприятий сервиса необходимыми запасными частями и специальным инструментом.

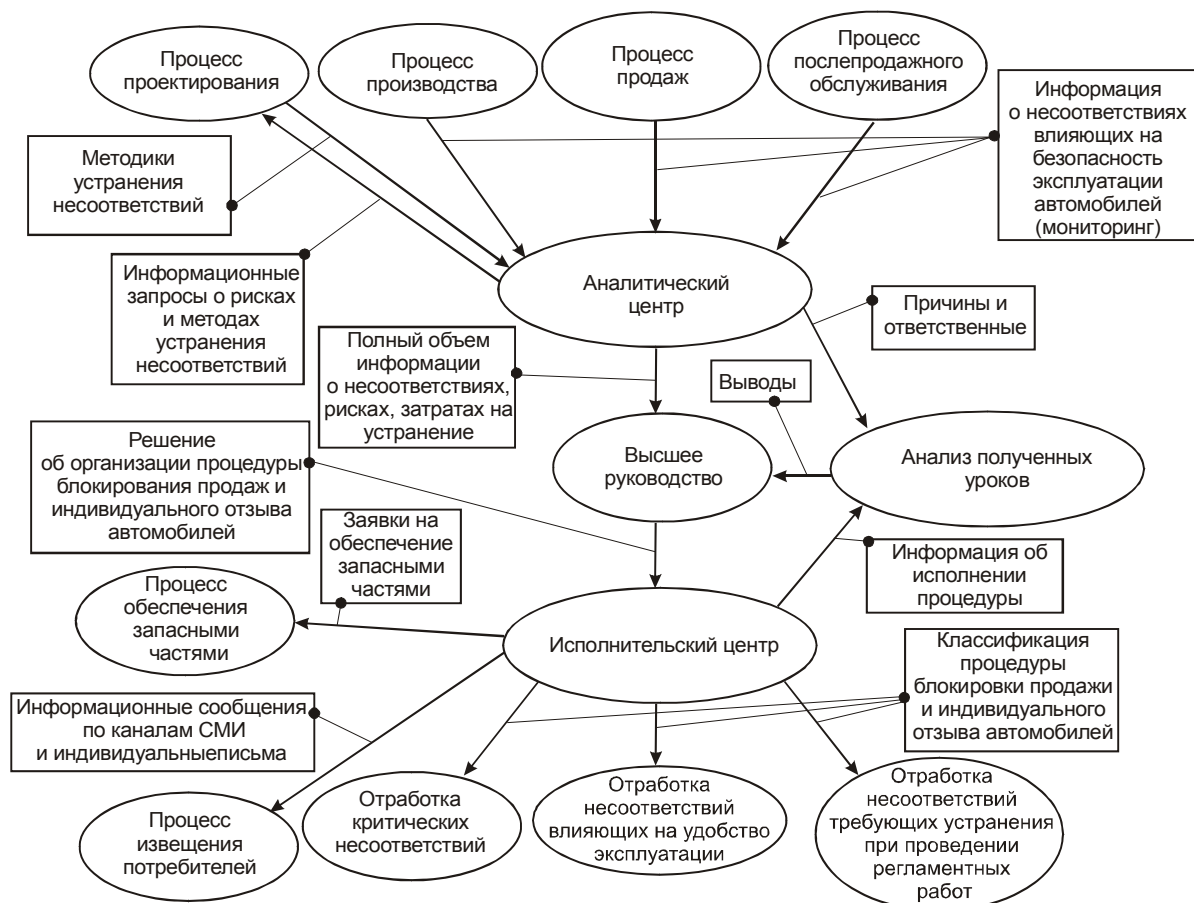


Рис. 1. Структура процесса организации индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации

На основе данных, которые формируются в процессе реализации процедуры отзыва автомобилей (причины и ответственные, информация об исполнении процедуры), разрабатывается программа анализа полученных уроков. В программе автопроизводитель проводит доскональный анализ всех возможных причин несоответствий, повлекших за собой отзывную кампанию, исследует ее последствия для продукции, для имиджа и экономики предприятия. Для этого определяется центр ответственности за произошедший сбой в работе предприятия, приведший к необходимости организации отзыва автомобилей. В рамках выявленного центра ответственности внедряются разработанный план действия, который снижает риски возникновения подобных ситуаций в будущем.

Важным элементом работы рассматриваемой системы является процесс оценки и прогноза снижения затрат после реализации мероприятий по улучшению качества. Источником информации по сложным рекламациям может выступать специализированная информационная система, связывающая предприятия дилерской сети и автопроизводителя. В рамках системы дилер должен оперативно направлять информацию о кризисных ситуациях, связанных с обнаружением соответствующих отказов.

Для реализации методики требуются следующие количественные показатели:

Тв – дата (месяц) внедрения мероприятий по улучшению надежности;

М1 – база (множество) номеров автомобилей, на которые поступили сложные рекламации за 6 месяцев до внедрения мероприятий;

К1 – количество всех отказов, имеющихся в базе данных по гарантии на автомобили множества М1;

ZOCP(M1) – общие затраты на множество автомобилей М1 из базы данных сложных рекламаций;

К1(Ккод.отк.) – общее количество отказов с кодом отказов Ккод.отк., имеющихся в базе данных по гарантии на автомобили из множества М1;

М2 – множество номеров автомобилей, на которые поступили сложные рекламации за 6 месяцев после внедрения мероприятий по улучшению надежности;

К2 – количество всех отказов, имеющихся в базе данных по гарантии на автомобили множества М2;

ZOCP(M2) – общие затраты на множество автомобилей М1 из базы сложных рекламаций.

Алгоритм расчета. Расчет характеристик отказа до внедрения мероприятий по улучшению надежности:

1. Расчет величины затрат по сложным рекламациям, приходящихся на коды отказов Ккод.отк. до внедрения мероприятий:

$$\begin{aligned} ZОСР(K1(Kкод.отк.)) &= \\ &= \frac{ZОСР(M1)}{K1} \times K1(Kкод.отк.). \end{aligned} \quad (1)$$

Расчет характеристик отказа после внедрения мероприятий по улучшению надежности автомобилей.

2. Расчет величины затрат по сложным рекламациям, приходящихся на отказы с кодом Ккод.отк. после внедрения мероприятий:

$$\begin{aligned} ZОСР(K2(Kкод.отк.)) &= \\ &= \frac{ZОСР(M2)}{K2} \times K2(Kкод.отк.). \end{aligned} \quad (2)$$

3. Итог оценки эффективности. Расчет изменения затрат:

$$\begin{aligned} \Delta ZОСР &= ZОСР(K1(Kкод.отк.)) - \\ &- ZОСР(K2(Kкод.отк.)). \end{aligned} \quad (3)$$

Таким образом, реализация программы организации индивидуального отзыва автомобилей, на наш взгляд, представляет собой крайнюю меру в решении проблемы снижения риска недостаточной надежности продукции автомобилестроения в общем и электрооборудования в частности. В условиях массового производства автомобильной техники мировые автомобилестроительные компании не всегда в состоянии спрогнозировать возникновение отказов своей продукции в период эксплуатации. Часть из возможных отказов влияет на безопасность и функционирование автомобилей, и поэтому автопроизводители вынуждены прибегать к реализации кампаний по индивидуальному отзыву автомобилей из эксплуатации. Иными словами организация индивидуального отзыва автомобилей из эксплуатации есть не что иное, как инструмент поддержания надежности автомобилей в эксплуатации при возникновении рисков существенных несоответствий.

Список литературы

1. Башмачникова Е. В., Поселянов О. Е. Проблемы развития региональной социально-экономической подсистемы // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2006. – № 4. – Т. 8. – С. 992-995.
2. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Перспективы развития регионов Приволжского федерального округа // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2010. – № 12. – С. 17-22.
3. Архив СМИ за 2011 год.
4. Козловский В. Н. Обеспечение качества и надежности системы электрооборудования автомобилей : автореф. дис. ... док. тех. наук: 05.09.03. – Тольятти, 2010.
5. <http://www.autonews.ru/>

V. N. Kozlovsky*

*Kozlovsky Vladimir, Doctor of Technical Sciences, Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
Kozlovskiy-76@mail.ru

D. I. Panyukov*

*Panyukov Dmitri, PhD in Technical science, Associate Professor of NPO «Institute of Quality», Togliatti
dip@iq-volga.ru

E. V. Polyakova*

*Polyakova Ekaterina, assistant of Volga Region State University of Service, Togliatti
Polyakova-88@mail.ru

ORGANIZATIONAL AND ANALYTICAL SYSTEM OF DEALING WITH COMPLEX CLAIMS IN AUTOMOTIVE INDUSTRY

Keywords: quality, reliability, car, individual return of the car.

The article deals with the problem of the organization of individual return of cars in case of finding shortcomings in their construction, affecting reliability. The work features the results of analysis of returns for 2011.

УДК 65

А. В. Морякова***Морякова Анастасия Владимировна, кандидат экономических наук**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти**kaf_eio@tolgas.ru*

**ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОСТОЯНИЯ
ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ
ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА
НА УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:
ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ**

Ключевые слова: управление, функции управления, модель, моделирование, удовлетворенность потребителей, процесс предоставления услуг.

Представлены процедура, условия и результаты экономико-математического моделирования оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей.

Экономико-математическое моделирование оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг на уровень удовлетворенности потребителей требует количественной интерпретации значений состояния функций управления процессом предоставления услуг

[1]. Определение данных показателей основано на расчете интегральных коэффициентов, характеризующих состояния функций анализа, прогнозирования-планирования, организации, мотивации, контроля (табл. 1).

Таблица 1

Результаты расчетов значений интегрируемых и интегрального коэффициентов, характеризующих состояние функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на основе эмпирических данных исследуемого предприятия

Составляющие интегрального коэффициента	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6
Функция анализа					
Коэффициент абсолютного использования информации, необходимой для управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An1})	0,9519	0,9746	0,9952	0,9867	0,9892
Уровень полноты информации, требуемой для принятия решений при управлении процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An2})	0,7024	0,6609	0,6800	0,6793	0,6821
Уровень концентрации информации, используемой для управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An3})	0,6647	0,6802	0,6152	0,6746	0,7492
Уровень анализируемости информации, необходимой для управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An4})	0,8823	0,8962	0,9318	0,9530	0,9658
Коэффициент эффективности использования информации, отражающейся на результативности управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An5})	0,8741	0,9249	0,9218	0,9653	0,9658
Уровень проявления активности предприятия в сборе информации, требуемой для принятия решений при управлении процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An6})	0,4857	0,4858	0,4499	0,4501	0,4637
Уровень анализируемости факторов внешней среды, влияющих на управление процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An7})	0,4285	0,4285	0,5714	0,7142	0,8571
Уровень анализируемости факторов внешней среды, влияющих на управление процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{An8})	0,5000	0,6667	0,6667	0,8333	0,8333
Интегральный показатель ($K_{интAn}$)	0,6592	0,6883	0,7054	0,7601	0,7929
Функция прогнозирования-планирования					
Коэффициент уровня использования методов прогнозирования и планирования в управлении процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна ($K_{Пл1}$)	0,6775	0,7147	0,7514	0,7785	0,7934
Коэффициент степени соответствия прогнозируемых и планируемых решений в области управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна реальным условиям ($K_{Пл2}$)	0,8112	0,8254	0,8479	0,8694	0,8814

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6
Уровень реализации плановых решений в сфере управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна ($K_{Пн3}$)	0,8987	0,9025	0,9214	0,9347	0,9415
Коэффициент соблюдения принципов прогнозирования и планирования как функции управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна ($K_{Пн4}$)	0,6415	0,6670	0,6712	0,6676	0,6842
Степень экономической оцененности плановых решений в сфере управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна ($K_{Пн5}$)	0,5547	0,5598	0,5626	0,5701	0,5735
Степень соблюдения процедур прогнозирования, принятия и реализации плановых решений в области управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна ($K_{Пн6}$)	0,6478	0,6570	0,6627	0,6591	0,6715
Коэффициент реализации плановых решений на основе продуманной постановки целей ($K_{Пн7}$)	0,7824	0,7968	0,8246	0,8417	0,8792
Коэффициент принятия управленческих решений на основе соотношения сильных и слабых сторон деятельности предприятия с возможностями и угрозами внешней среды ($K_{Пн8}$)	0,5512	0,5973	0,6087	0,6386	0,6517
Коэффициент использования прогнозных расчетов при разработке управленческих решений ($K_{Пн9}$)	0,7849	0,8064	0,8514	0,8767	0,8924
Коэффициент реализации плановых решений, основанной на детальной количественной оценке имеющихся ресурсов и потребностей в них для достижения целей предприятия ($K_{Пн10}$)	0,7149	0,7637	0,7981	0,8412	0,8671
Степень корректировки плановых решений, совершенствующих процесс предоставления услуг ландшафтного дизайна, в процессе их реализации ($K_{Пн11}$)	0,8171	0,8245	0,8457	0,8551	0,8732
Интегральный показатель ($K_{ИнтПн}$)	0,7083	0,7304	0,7502	0,7667	0,7823
Функция организации					
Коэффициент оснащенности труда при осуществлении управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op1})	0,5556	0,6667	0,7004	0,7276	0,7508
Степень централизации функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op2})	0,7415	0,7922	0,8271	0,8349	0,8647
Коэффициент полноты охвата функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op3})	0,8945	0,8962	0,9012	0,9147	0,9263
Коэффициент рациональности применяемых методов труда при осуществлении управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op4})	0,6215	0,6641	0,6597	0,6714	0,6798
Коэффициент дублирования функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op5})	0,7145	0,7211	0,7326	0,7368	0,7402
Уровень удовлетворенности морально-психологическим климатом производителей услуг ландшафтного дизайна (K_{Op6})	0,5811	0,5943	0,5987	0,6021	0,6094
Коэффициент рациональности разделения и кооперации труда, связанного с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op7})	0,7143	0,7500	0,7500	0,7692	0,7857
Уровень координации процесса реализации решений в области управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op8})	0,7861	0,7912	0,7988	0,7915	0,7952
Коэффициент исполнительской дисциплины производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op9})	0,6314	0,6392	0,6436	0,6509	0,6586
Коэффициент организации обслуживания труда производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op10})	0,7235	0,7306	0,7398	0,7445	0,7524
Коэффициент эффективности делегирования полномочий в деятельности по управлению процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op11})	0,6154	0,6233	0,6297	0,6345	0,6428
Коэффициент эргономичности труда производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (K_{Op12})	0,7856	0,7923	0,8018	0,8105	0,8214
Коэффициент использования норм управляемости (K_{Op13})	0,5127	0,5213	0,5288	0,5337	0,5399
Интегральный показатель ($K_{ИнтOp}$)	0,6751	0,6996	0,7093	0,7177	0,7285
Функция мотивации					
Уровень удовлетворенности состоянием морального стимулирования на предприятии сферы сервиса (K_{Mo1})	0,5214	0,5462	0,5587	0,5612	0,5588
Уровень удовлетворенности состоянием материального стимулирования на предприятии сферы сервиса (K_{Mo2})	0,6489	0,6527	0,6644	0,6712	0,6631

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Уровень удовлетворенности производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг, признанием их труда высшим руководством (К _{Мо3})	0,7146	0,7215	0,7284	0,7302	0,7325
Уровень удовлетворенности производителей услуг, связанных с процессом предоставления услуг, признанием их отдельной личности (К _{Мо4})	0,5566	0,5591	0,5682	0,5724	0,5921
Степень использования положительных мотиваторов в стимулировании трудовой деятельности производителей услуг предприятия сферы сервиса (К _{Мо5})	0,6112	0,6248	0,6306	0,6354	0,6442
Уровень удовлетворенности условиями труда производителей услуг, связанных с процессом предоставления услуг (К _{Мо6})	0,7182	0,7218	0,7334	0,7392	0,7489
Степень прозрачности критериев оценки вклада производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг, в деятельность предприятия (К _{Мо7})	0,8236	0,8372	0,8424	0,8512	0,8567
Уровень удовлетворенности производителей услуг, связанных с процессом предоставления услуг, реализацией собственного творческого потенциала (К _{Мо8})	0,7894	0,7961	0,8054	0,8152	0,8224
Уровень гласности результатов работы производителей услуг, занятых в процессе предоставления услуг и управлении им заслуживших поощрение (К _{Мо9})	0,7852	0,7944	0,8026	0,8142	0,8195
Интегральный показатель (К_{интМо})	0,6777	0,6876	0,6967	0,7061	0,7081
Функция контроля					
Степень действенности контроля как функции управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (К _{К01})	0,8454	0,8562	0,8427	0,8644	0,8836
Уровень использования количественного контроля, связанного с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (К _{К02})	0,7126	0,7312	0,7295	0,7356	0,7408
Уровень использования качественного контроля, связанного с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (К _{К03})	0,5664	0,5698	0,5722	0,5793	0,5903
Коэффициент уровня самоконтроля производителей услуг, связанных с управлением процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (К _{К04})	0,5268	0,5336	0,5424	0,5396	0,5409
Уровень своевременности контрольной функции управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна (К _{К05})	0,7756	0,7814	0,7892	0,7906	0,7864
Уровень разработанности критериев и направлений контрольных воздействий в управлении процессом предоставления услуги ландшафтного дизайна (К _{К06})	0,6147	0,6224	0,6388	0,6456	0,6492
Степень оценки экономичности контроля как функции управления процессом предоставления услуги ландшафтного дизайна (К _{К07})	0,5128	0,5212	0,5268	0,5324	0,5698
Интегральный показатель (К_{интК0})	0,6399	0,6485	0,6231	0,6591	0,6703

Необходимым условием осуществления последовательных расчетных операций при экономико-математическом моделировании оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей является предварительное определение наличия или отсутствия тренда в динамическом ряду параметров, характеризующем уровни удовлетворенности потребителей в каждом из обозначенных периодов. Процесс подтверждения или опровержения существования тренда в динамическом ряду опирается на следующие процедуры:

- проверку гипотезы о равенстве дисперсий обозначенных совокупностей показателей динамического ряда на основе F-критерия Фишера – Спедекора;

- проверку гипотезы о равенстве двух частей динамического ряда на основе t-критерия Стьюдента.

При этом уровень погрешности проводимых расчетов не должен превышать 5%, что свидетельствует о практической пригодности эмпирических данных для построения модели оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей [4].

Для определения вида зависимости между состоянием функций управления и уровнем удовлетворенности потребителей процессом предоставления услуг следует применять следующие методы выбора формы кривой: визуальный и метод характеристик приростов исследуемого показателя [5]. Выявленная тенденция позволяет представить модель оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей в виде следующего уравнения:

$$Y_{уп} = e^{(a_0 + a_1 \Delta n + a_2 \Pi n + a_3 Op + a_4 Mo + a_5 Ko + a_6 t)}$$

Инструментом нахождения параметров модели оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей выступает метод наименьших квадратов. Проведенные расчеты позволяют определить значения искомым параметров: $a_0 = -0,576$; $a_1 = 0,149$; $a_2 = 0,092$; $a_3 = 0,074$; $a_4 = 0,058$; $a_5 = 0,037$; $a_6 = 0,006$. Следовательно, уравнение, описывающее зависимость между состоянием функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна и уровнем удовлетворенности потребителей исследуемого предприятия, имеет следующий вид:

$$Y_{уп} = e^{(-0,576+0,149A_n+0,092П_n+0,074O_p+0,058M_o+0,037K_o+0,006t)}$$

Средняя относительная ошибка в 3,66% находится в пределах допустимых норм, обеспечи-

вающих получение достоверных прогнозных оценок показателя и возможность использования разработанной модели для прогнозирования уровня удовлетворенности потребителей исследуемого предприятия процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна при конкретном состоянии исполнения функций управления. Следовательно, оценку влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей целесообразнее проводить с помощью экономико-математического моделирования, что обусловлено следующими преимуществами (табл. 2).

Таблица 2

Преимущества разработки экономико-математической модели

Экономико-математическое моделирование как средство упрощенного представления объекта исследования	Экономико-математическое моделирование как способ выявления функциональной зависимости	Экономико-математическое моделирование как механизм интерпретации эмпирических данных
Позволяет исследовать динамику уровня удовлетворенности потребителей, обусловленную непостоянством качества реализации управленческих функций	Дает возможность идентифицировать вид функциональной зависимости между состоянием функций управления и уровнем удовлетворенности потребителей	Обеспечивает разработку алгоритма сбора и обработки эмпирических данных с целью повышения результативности применения модели оценки влияния состояния функций управления процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна на уровень удовлетворенности потребителей

Разработанная экономико-математическая модель оценки зависимости уровня удовлетворенности потребителей исследуемого предприятия процессом предоставления услуг ландшафтного дизайна от состояния управленческих функций

позволяет определить степень удовлетворенности потребителей при заданных значениях входящих в модель показателей и погрешности в пределах допустимого уровня.

Список литературы

1. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
2. Ерохина Л.И. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности высш. проф. образования 230700 «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова; М-во образования Рос. Федерации. Тольят. гос. ин-т сервиса. – Тольятти, 2003.
3. Нечипоренко Л. И. Методические аспекты моделирования оценки влияния состояния этапов процесса управления обслуживанием на уровень обслуживания потребителей предприятий сферы услуг // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия «Экономика». – 2010. – № 1 (36).
4. Морякова А. В. Инструментарий экономико-математического моделирования оценки состояния функций управления на предприятиях сферы сервиса: теоретический и методический аспекты // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2010. – № 1.

*A. V. Moryakova**

**Moryakova Anastasia, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

**INFLUENCE OF MANAGEMENT FUNCTIONS
OF LANDSCAPING SERVICE DELIVERY ON THE LEVEL
OF CUSTOMER SATISFACTION: ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING**

Keywords: management, management functions, model, modeling, customer satisfaction, service delivery.

The article considers the procedure, conditions and results of economic-mathematical modeling of the influence of management functions of landscaping service delivery on the level of customer satisfaction.

© Морякова А. В., 2014

УДК 332.122

Т. Г. Родионова***Родионова Татьяна Георгиевна, ст. преподаватель**Вологодский институт бизнеса, г. Вологда*

tatiana.rodionowa2010@yandex.ru

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ВЛИЯНИЯ АДМИНИСТРАТИВНОЙ РЕФОРМЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Ключевые слова: муниципальное образование, административная реформа, методика оценки деятельности органов местного самоуправления, управление по результатам.

Рассмотрены и проанализированы методические подходы к оценке влияния административной реформы на деятельность муниципальных образований. Показана необходимость рассмотрения перспектив применения методологических подходов к оценке эффективности власти на местах в ходе административной реформы, предложена авторская методика данной оценки.

Вопросы совершенствования организации и повышения эффективности местного самоуправления приобретают на современном этапе особенное значение. Рост темпов социального и экономического развития страны сегодня напрямую зависит от интенсивности развития муниципальных образований и субъектов хозяйственной деятельности, которые находятся на их территории [7].

Процесс управления муниципальным образованием невозможно качественно реализовать без своевременной и всесторонней оценки состояния и уровня развития социально-экономических процессов в регионе [2].

Деятельность органов местного самоуправления настолько разнообразна, что возникает проблема неоднозначности подходов к оценке ее эффективности. В связи с этим возникает необходимость рассмотрения некоторых подходов отечественных ученых к оценке эффективности местного самоуправления и управления муниципальными образованиями в частности.

Сегодня известно большое количество методик для оценки уровня социально-экономического развития муниципальных образований, с применением которых можно оценить состояние до и после проведения мероприятий в рамках административной реформы и сделать соответствующие выводы по их эффективности. Рассмотрим некоторые из них:

- методика оценки неравенства социально-экономического положения муниципальных образований [1], так называемая «методика Александровой – Гришиной»;

- методика оценки уровня социально-экономического развития муниципальных образований в регионах России, разработанная А. А. Домашенко [3];

- методика оценки состояния местного самоуправления и развития муниципальных образований (разработана Т. В. Бочкаревой и В. Н. Калущковым) [4];

- методика мониторинга социально-экономического развития муниципальных образований и организации муниципальной статистики Н. А. Виноградовой [5];

- методика Т. Г. Нефедовой и А. И. Трейвиш [8];

- методика, используемая в проекте «Городской барометр» Общественного фонда «Институт экономики города» [9].

Однако необходимо отметить, что различные методики и подходы к оценке эффективности управления муниципальными образованиями применяют при оценке уровня социально-экономического развития муниципального образования различные показатели и исследуют неодинаковое количество муниципальных образований, что не дает возможности сравнения муниципальных образований в масштабах всей страны [6].

Автор данной статьи считает необходимым проводить оценку влияния административной реформы на деятельность муниципальных образований как оценку, направленную на достижение целей управления по результатам. В отдельных регионах России «управление по результатам» успешно реализуется, однако наблюдаются такие проблемы, как преобладание различного рода показателей; непрозрачность органов исполнительной власти, отсутствие унифицированных федеральных стандартов, что еще более делает актуальной рассматриваемую проблему.

«Управление по результатам» подразумевает долгосрочное развитие, поэтому при оценке управления местным развитием в контексте оценки результатов представляют интерес предложенные К. В. Харченко показатели эффективности стратегии [11]. Основным моментом в работах Харченко является актуальность использования при анализе социальной эффективности показателя удовлетворенности населения условиями жизнедеятельности и показателя социального эффекта, которые отражают качественную

сторону изменений, реализации стратегии и не рассматриваются в работах других авторов. Однако и в данной методике прослеживаются некоторые противоречия, например показатели объема выполненной работы не в полной мере, по мнению автора данной статьи, позволяют оценить местное развитие как таковое (так, объем сданного в эксплуатацию жилья, не обязательно отражает реальные потребности населения в жилищном строительстве).

Заслуживает внимания научная позиция В. Н. Лексина, И. В. Лексина и Н. Н. Чучелиной по вопросам разработки системы сбалансированных показателей, применяемой в муниципальных образованиях [12]. В своих трудах вышеперечисленные авторы показывают необходимость оценки реализации административной реформы в Российской Федерации и необходимость оценки качества исполнительной власти в субъектах РФ. Данная позиция предлагает переход от количественных характеристик процесса

функционирования органов власти к качественной оценке достигнутых результатов.

Следует отметить, что условием успешной реализации «управления по результатам», а следовательно, и оценки эффективности этого управления является создание системы органов власти на местах как центров ответственности за результаты деятельности.

В рамках реализации административной реформы следует обратить особое внимание на усиление личной ответственности государственных служащих за полученные результаты, что будет способствовать большей вовлеченности управленческого персонала в обслуживание общественных интересов и потребностей.

Автор на основании анализа подходов к оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления сформировал следующую методику оценки влияния административной реформы на деятельность муниципальных образований (рис. 1) [13].

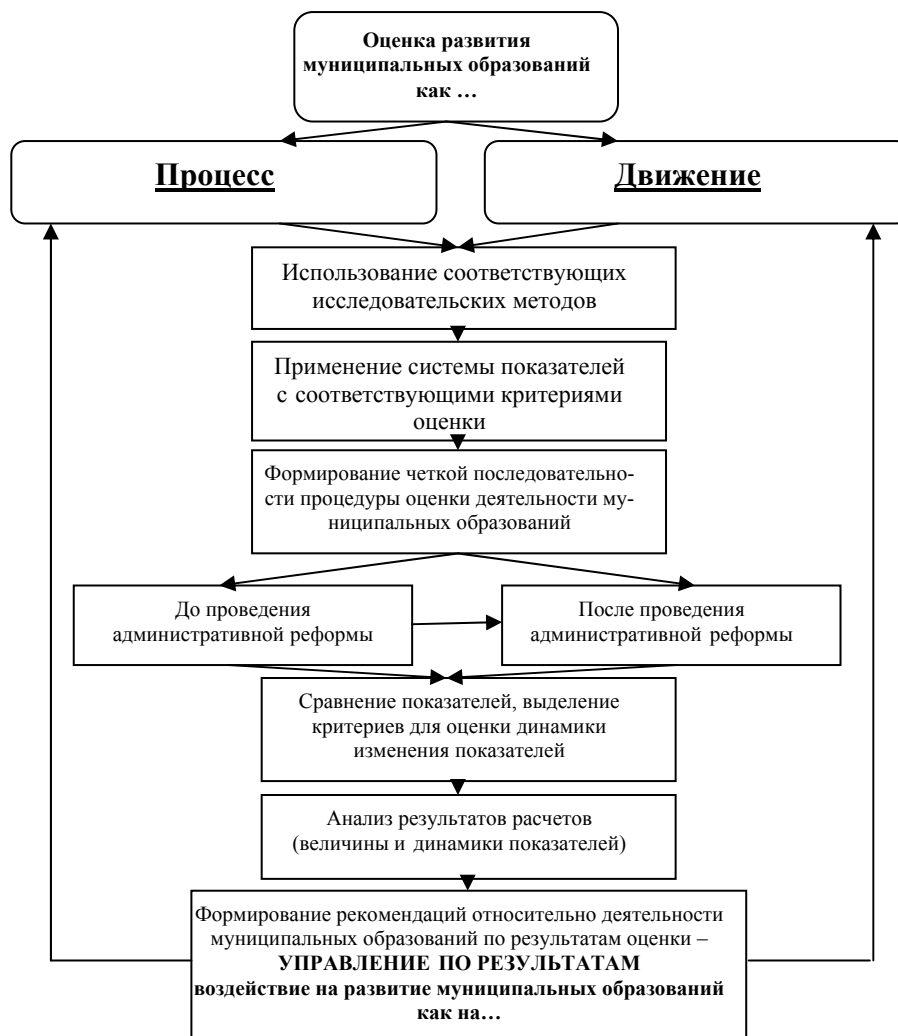


Рис. 1. Методика оценки влияния административной реформы на деятельность муниципальных образований

Следует отметить, что рассмотренные выше системы оценки муниципального управления пред-

ставляют определенный интерес с точки зрения методологии. Однако очевидно, что оценка эф-

фektivности процесса управления именно местным развитием с точки зрения методологически обоснованных подходов в российской теоретической базе и практике отсутствует, существующие методики, как правило, анализируют деятельность местной администрации, а не результаты развития.

Подробно изучая положительный российский и зарубежный опыт управления и учитывая

все многообразие отечественной реальности, возникает необходимость рассмотрения перспектив применения методологических подходов к оценке эффективности власти на местах в ходе административной реформы, а также разработки универсальной, адаптированной методики данной оценки.

Список литературы

1. Александрова А., Гришина Е. Неравномерность развития муниципальных образований // Вопросы экономики. – 2005. – № 13. – С. 12-17.
2. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионоведение. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
3. Домашенко А. А. Инструментарий оценки уровня социально-экономического развития муниципальных образований в регионах России : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2007.
4. Бочкарева Т. В., Калущков В.Н. Типы муниципальных образований в РФ. – В сб. : Местное самоуправление и государственная власть. – М. : РОПЦ, 1998.
5. Виноградова Н. А. Система показателей мониторинга социально-экономического развития муниципальных образований и организация муниципальной статистики : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Орел : ОрелГТУ, 2006.
6. Ерохина Л.И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Коммерция» / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва, 2007.
7. Корчагин П.В. Тенденции и закономерности условий функционирования региональных социально-экономических систем / П. В. Корчагин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Самарский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. С. П. Королева». – Самара, 2009.
8. Нефедова Т. Г., Трейвиш А. И. «Сильные» и «слабые» города России. – М. : ИГРАН, 1994.
9. Проект «Городской барометр». – <http://www.citybarometer.ru>
10. Самаруха А. В., Сачков Д. И. Методика оценки эффективности органов местного самоуправления и устойчивости развития муниципального образования // Электронный научный журнал. Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – № 4. – С. 45-57.
11. Харченко К. В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к технологии. – Белгород : Обл. типография, 2009.
12. Лексин В. Н., Лексин И. В., Чучелина Н. Н. Качество государственного и муниципального управления и административная реформа. – М. : Европроект, 2006.
13. Дмитриев Ю. А., Родионова Т. Г., Толоконникова Н. С. Развитие муниципальных образований в условиях административной реформы : монография. – Владимир : Владимирское кн. изд-во «Собор», 2013.

T. G. Rodionova*

**Rodionova Tatyana, Senior Lecturer
of Vologda Institute of Business, Vologda
tatiana.rodionowa2010@yandex.ru*

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF ADMINISTRATIVE REFORM INFLUENCE ON ACTIVITIES OF MUNICIPALITIES

Keywords: municipality, administrative reform, assessment methodology for the local authorities, management by results.

The article considers and analyzes methodological approaches to assessing the impact of administrative reform on the activities of municipalities. The author proved the need to consider the prospects of using methodological approaches to evaluating the effectiveness of local authorities during the administrative reform, and offered her own methodology of this assessment.

УДК 504.064

В. П. Смолькин*

**Смолькин Валерий Петрович, кандидат экономических наук, доцент*

Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

surap99@mail.ru

РАСЧЕТ УРОВНЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: экология, охрана окружающей среды, экологический паспорт, экологические нормативы, эколого-экономо-производственные показатели, экологическое развитие.

Приводится расчет уровня экологического развития промышленного предприятия. Приведены основные структурные элементы экологического паспорта. Предложена методика определения уровня экологического развития организации и проведен расчет.

Суть методики определения уровня экологического развития состоит в сопоставлении показателей экологического паспорта с нормативными значениями экологических параметров аналогичных направлений. Методика «Уровень экологического развития организации» имеет три раздела в соответствии со структурой экологического паспорта предприятия; раздел 3 состоит из двух подразделов – эколого-экономические показатели и эколого-производственные показатели.

Раздел 1. План природоохранных мероприятий. В этом разделе рассчитывается один частный коэффициент.

1.1. Коэффициент затрат на проведение природоохранных мероприятий:

$$K1.1. = Z/3ф,$$

где Z – полный объем затрат по сметной стоимости на проведение мероприятий, тыс. руб.;

$3ф$ – фактически израсходовано на проведение мероприятий, тыс. руб.

Ориентир $K1.1. = 1$, т. е. предполагается, что уровень фактических затрат не должен быть ниже полного объема затрат по сметной стоимости.

Раздел 2. Уровень использования земельных ресурсов. Данный раздел характеризуется также одним коэффициентом.

2.1. Коэффициент использования земельных ресурсов:

$$K2.1. = S \text{ пром} / S \text{ общ},$$

где $S \text{ пром}$ – земельная площадь природопользователя по промышленным площадкам, га;

$S \text{ общ}$ – общая площадь природопользователя, га.

Ориентир $K2.1. = 0,5$ взят из распределения площадей промышленного предприятия под вспомогательное производство и административные здания.

Раздел 3.1. Эколого-экономические показатели. Данный подраздел характеризуется тремя частными коэффициентами.

3.1.1. Коэффициент использования капитальных затрат:

$$K3.1.1. = Zк/Зср.к,$$

где $Zк$ – капитальные затраты по природопользователю на охрану окружающей среды, тыс. руб.;

$Зср.к$ – средняя величина капитальных затрат природопользователей по региону, тыс. руб.

Ориентир $K3.1.1. = 0,8$, т. е. подразумевается разный вклад по капитальным затратам природопользователей.

3.1.2. Коэффициент использования текущих затрат:

$$K3.1.2. = Zт/Зср.т,$$

где $Zт$ – текущие затраты по природопользователю на охрану окружающей среды, тыс. руб.;

$Зср.т$ – средняя величина текущих затрат природопользователей по региону, тыс. руб.

Ориентир $K3.1.2. = 0,8$, т. е. подразумевается разный вклад по текущим затратам природопользователей.

3.1.3. Коэффициент платы за пользование природными ресурсами:

$$K3.1.3. = ПЛп.р./ПЛср.п.р.,$$

где $ПЛп.р.$ – плата природопользователя за пользование природными ресурсами, тыс. руб.;

$ПЛср.п.р.$ – средняя величина платы природопользователей за пользование природными ресурсами по региону, тыс. руб.

Ориентир $K3.1.3. = 1,0$, т. е. все природопользователи должны вносить плату за пользование природными ресурсами полностью.

Раздел 3.2. Эколого-производственные показатели. Данный подраздел характеризуется двенадцатью частными коэффициентами.

3.2.1. Коэффициент использования основных производственных фондов:

$$K3.2.1. = ОПФоос/ОПФпп,$$

где $ОПФоос$ – основные производственные фонды, используемые для охраны окружающей среды (ООС), тыс. руб.;

$ОПФпп$ – всего основных производственных фондов природопользователя, тыс. руб.

Ориентир $K3.2.1. = 0,1$, т. е. подразумевается, что основные производственные фонды, используемые для охраны окружающей среды, не превышают 10% от основных производственных фондов природопользователя.

3.2.2. Коэффициент работающих по ООС:

$$K3.2.2. = Ч_{оос}/Ч,$$

где $Ч_{оос}$ – списочная численность работающих человек по ООС, ч.;

$Ч$ – среднесписочная численность работающих в организации, ч.

Ориентир $K3.2.2. = 0,1$, т. е. списочная численность работающих человек по ООС не превышает 10% от среднесписочной численности работающих у природопользователя.

3.2.3. Коэффициент затрат на ООС в себестоимости:

$$K3.2.3. = C_{оос}/C,$$

где C – себестоимость выпускаемой продукции по природопользователю, тыс. руб.;

$C_{оос}$ – затраты на ООС в себестоимости, тыс. руб.

Ориентир $K3.2.3. = 0,1$, т. е. затраты на ООС в себестоимости не превышают 10% от себестоимости выпускаемой продукции по природопользователю.

3.2.4. Коэффициент затрат на ООС из прибыли:

$$K3.2.4. = P_{оос}/P,$$

где P – прибыль, остающаяся в распоряжении природопользователя, тыс. руб.;

$P_{оос}$ – затраты на ООС из прибыли, тыс. руб.

Ориентир $K3.2.4. = 0,1$, т. е. затраты на ООС из прибыли не превышают 10% от прибыли, остающейся в распоряжении природопользователя.

3.2.5. Блок «Воздух». Выброс загрязняющих веществ (ЗВ) в атмосферу.

3.2.5.1. Коэффициент обеспеченности газоочистными установками (ГОУ):

$$K3.2.5.1. = K_{уст.}/K_{необх.},$$

где $K_{уст.}$ – количество установленных ГОУ, шт.;

$K_{необх.}$ – общее количество необходимых ГОУ (должно быть 100%), шт.

Ориентир $K3.2.5.1. = 1,0$.

3.2.5.2. Коэффициент уловленных и обезвреженных ЗВ:

$$K3.2.5.2. = K_{зв уо.}/K_{зв общ.},$$

где $K_{зв уо.}$ – количество ЗВ уловлено и обезврежено, т.;

$K_{зв общ.}$ – общее количество выбрасываемых ЗВ, т.

Ориентир $K3.2.5.2. = 1,0$.

3.2.6. Блок «Вода». Водопотребление и водоотведение.

3.2.6.1. Коэффициент использования воды:

$$K3.2.6.1. = K_{в исп.}/K_{в забр.},$$

где $K_{в исп.}$ – количество использованной воды, л.;

$K_{в забр.}$ – количество забранной воды, л.

Ориентир $K3.2.6.1. = 0,8$, подразумевается потеря воды у природопользователя.

3.2.6.2. Коэффициент имеющихся очистных сооружений (ОС):

$$K3.2.6.2. = K_{ос ф.}/K_{ос пр.},$$

где $K_{ос ф.}$ – количество ОС фактически, шт.;

$K_{ос пр.}$ – количество ОС проектных, шт.

Ориентир $K3.2.6.2. = 1,0$.

3.2.6.3. Коэффициент уловленных и обезвреженных ЗВ в воде:

$$K3.2.6.3. = K_{зв уо.}/K_{зв общ.},$$

где $K_{зв уо.}$ – количество ЗВ в воде уловлено и обезврежено, т.;

$K_{зв общ.}$ – общее количество сбрасываемых ЗВ в окружающую среду, т.

Ориентир $K3.2.6.3. = 1,0$.

3.2.7. Блок «Отходы». Отходы производства и потребления (кроме бытовых).

3.2.7.1. Коэффициент отходов:

$$K3.2.7.1. = K_{от. г.}/K_{от. на н.г.},$$

где $K_{от. г.}$ – количество отходов у природопользователя за год, т.;

$K_{от. на н.г.}$ – количество отходов на начало года, т.

Ориентир $K3.2.7.1. = 0,8$, подразумевается остаток отходов у природопользователя.

3.2.7.2. Коэффициент наличия полигонов:

$$K3.2.7.2. = K_{пол. э.}/K_{пол.},$$

где $K_{пол. э.}$ – количество полигонов, отвечающих экологическим требованиям, шт.;

$K_{пол.}$ – количество полигонов для размещения промышленных отходов, шт.

Ориентир $K3.2.7.2. = 1,0$.

3.2.8. Блок «Отходы». Твердые бытовые отходы.

3.2.8. Коэффициент бытовых отходов:

$$K3.2.8. = K_{от.б. г.}/K_{от.б. на н.г.},$$

где $K_{от.б. г.}$ – количество бытовых отходов у природопользователя за год, т.;

$K_{от.б. на н.г.}$ – количество бытовых отходов на начало года, т.

Ориентир $K3.2.8. = 0,8$, подразумевается остаток бытовых отходов у природопользователя.

Расчетная оценка уровня экологического развития организации. Индекс достижения I_{ij} каждого раздела определяется соотношением частных коэффициентов и ориентиров по каждому разделу:

$$I_{ij} = K_{ij} / [K_{ij}]. \quad (1)$$

Например, показатель раздела 1 по плану природоохранных мероприятий определяется через коэффициент затрат на проведение природоохранных мероприятий по уровню достижений (U_1):

$$U_1 = 1/n \sum I_{ij}. \quad (2)$$

На практике рекомендуется производить расчет с учетом значимости каждого индекса достижения параметра, который можно определить и экспертным путем.

Необходимо отметить, что уровень достижения по любому направлению не должен превышать значения 1.

После вычисления всех уровней достижения по разделам (U_i) определяем общий уровень (например, раздел 3 состоит из двух подразделов – эколого-экономические показатели и эколого-производственные показатели), т. е. рассчитываем значение как среднюю арифметическую величину:

$$U_3 = (U_{3.1.} + U_{3.2.}) / 2. \quad (3)$$

Расчет уровней экологического развития позволяет сопоставить организации, расположенные на определенной территории, и определить

уровень их экологического развития в динамике за несколько лет [1, 2, 4].

Список литературы

1. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионоведение. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
 2. Башмачникова Е. В., Абрамова Л. А. Исследование условий достижения системой состояния максимальной эффективности // В мире научных открытий. – 2011. – № 10. – С. 810.
 3. ГОСТ Р 17.0.0.06-2000 Государственный стандарт Российской Федерации. Охрана природы. Экологический паспорт природопользователя. Основные положения. Типовые формы.
 4. Ерохина Л. И. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса : учеб. пособие для студентов вузов / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова. – Москва, 2004.
 5. Захаров Н. Л., Кузнецов А. Л. Управление социальным развитием организации : учебник. – М. : ИНФРА – М., 2006. – 263 с. – (Высшее образование).
 6. Шелюкова Е. И. Экология на предприятии. – Режим доступа: http://ecologia.by/number/2012/12/Ekologicheskij_pasport_nazad_v_buduschee/
-

V. P. Smolkin*

**Smolkin Valery, PhD in Economics, Associate Professor
of Ulyanovsk State University, Ulyanovsk
surap99@mail.ru*

**CALCULATION OF THE LEVEL OF ECOLOGICAL DEVELOPMENT
OF INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Keywords: ecology, environmental protection, ecological passport, environmental regulations, environmental-economic-performance indicators, ecological development.

The article features calculation of the level of ecological development of industrial enterprise, as well as the main structural elements of the ecological passport. The author suggested a method for determining the level of ecological development of the organizations and made the necessary calculations.

© Смолькин В. П., 2014

УДК 687.053

Г. В. Радюхина***Радюхина Галина Викторовна, кандидат технических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_tiko@tolgas.ru

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ШВЕЙНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ключевые слова: конкуренция, гибкость, мелкосерийное производство, многооперационная обработка, оптимальность, детали-узлы.

Анализируются организационно-технические особенности функционирования швейных предприятий, большинство которых относится к категории мелкосерийных, и предлагаются новые подходы к механизации и автоматизации швейного производства, организации процессов, которые позволили бы повысить его эффективность.

Швейная промышленность является одним из основных поставщиков товаров народного потребления на рынок. Швейная промышленность – это отрасль, где главным стимулятором для развития является мода.

Создание сети малых предприятий в швейном производстве – одно из главных направлений демонополизации рынка [2].

Переход экономики к рыночным отношениям диктует необходимость решения таких важнейших вопросов, как выбор приоритетного ассортимента выпускаемой продукции, сегмента рынка и определение сбытовой политики. Швейные предприятия находятся в сложной экономической ситуации, одной из причин является жесткая конкуренция, высокая себестоимость производства продукции и ее недостаточное качество. Сегодня залог выживаемости предприятий – своевременное предложение новых, качественных и разнообразных изделий по лучшей цене.

Современной особенностью развития модного бизнеса в России является уменьшение количества крупных производителей массовой продукции за счет роста числа предприятий малых форм – гибких и мобильных производителей эксклюзива [1]. Корни этого явления уходят в сферу психологии: трансформация общественного сознания – переход от коллективизма к индивидуализму повлиял на изменение структуры потребления. Люди стали уделять больше внимания выбору одежды, она стала отражением не только личного вкуса, но и амбиций, статуса, социального положения и многого другого.

Важным преимуществом является также их гибкость, заключающаяся:

- в высокой адаптации к запросам рынка, т. к. они часто работают под заказ или обладают глубокими знаниями особенностей спроса своего сегмента рынка;
- в отсутствии широкого ассортимента, который очень сложно быстро менять;
- в отсутствии сложной многоуровневой структуры управления, что ускоряет прохождение информации и реакции на нее.

Поэтому именно малые предприятия являются наиболее перспективными формами хозяйствования в модном бизнесе.

Основными элементами таких предприятий в индустрии моды являются:

- дизайнеры и дизайнерские разработки;
- промышленная база;
- система сбыта и организации спроса.

Малые предприятия в России в своей деятельности сталкиваются с большими трудностями [3]. Основная проблема малых предприятий – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая.

В настоящее время 30% предприятий использует оборудование, произведенное еще в СССР, а еще 49% – произведенное в России после 1991 года. Это даёт основание половине опрошенных предпринимателей считать, что низкий уровень материально-технического обеспечения малого предпринимательства является серьёзной или даже первостепенной проблемой.

Материально-техническое обеспечение малых предприятий осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для малых предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен доступ малых предприятий к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.

Производственную базу малых предприятий составляет используемое оборудование крупных предприятий, традиционно существующих в сегменте швейной отрасли, а также более мелких, многие из которых имеют вполне качественное оборудование, способное производить одежду. Сложность загрузки оборудования крупных предприятий связана с современными тенденциями швейного производства – уменьшением объемов выпуска до размеров мелкосерийного производства, что соответствует величине заказа до 50 единиц изделий и количеству работающих до 20 человек. В модном бизнесе закрепилась тенденция развития малых предприятий, а крупные не-

сут большие издержки и теряют конкурентоспособность.

Реализация целей федеральной программы в сочетании с мероприятиями регионального и отраслевого уровня повысит значение малого бизнеса в народном хозяйстве, приведет к существенным качественным изменениям в структуре экономики, созданию реальной конкурентной среды, насыщению рынка товарами и услугами, укреплению налоговой базы бюджета, росту занятости населения, повышению доли производимой им продукции.

Инновационная деятельность является одним из решающих факторов повышения эффективности российской экономики и конкурентоспособности отечественных предприятий, создания условий нормального функционирования промышленности в целом, реструктуризации отраслей. При этом малые предприятия являются наиболее эффективными объектами для развития научных изысканий.

Итак, назрела потребность в совершенствовании процессов конструирования, технологии и организации производства на отечественных швейных предприятиях, особенно малых, т. к. они призваны рыночными отношениями в сфере производства оперативно реагировать на изменения в данной отрасли. Отсюда появилась необходимость в проведении разработок новых подходов к механизации и автоматизации швейного производства, придании технологическому оборудованию таких рабочих характеристик, которые позволили бы повысить его эффективность.

В связи с этим на первый план для швейных предприятий выходят задачи разработки и внедрения на основном производстве гибких производственных систем, для которых характерно сочетание передовой технологии, производительного оборудования и высокого уровня организации труда.

Основой гибких производственных систем на участках изготовления одежды должно быть оборудование более высокого технического уровня, способное: во-первых, стабилизировать технологический процесс при возникновении различных технических и организационных отклонений; во-вторых, уменьшить цикл обработки изделий; в-третьих, значительно упростить и ускорить переход на изготовление новых моделей.

Моделирование рабочих процессов в условиях мелкосерийного производства является сложной задачей. Частая смена ассортименташиваемых изделий требует широкого парка шьющих модулей и управляющих программ рабочих процессов различной сложности и эффективности.

Правильное построение модели рабочего процесса технологического комплекса способствует значительному улучшению экономических показателей производства. Это достигается прежде всего за счет создания условий, обеспечи-

вающих высокую степень загрузки рабочих мест и сокращения времени процесса обработки узлов и сборки изделия в целом.

Сложность и многофакторность швейных процессов, на основе которых формируются рабочие процессы гибких систем технологического оборудования, определяют направления решения этой задачи на основе применения математических методов и современной вычислительной техники.

Поскольку гибкие системы швейного оборудования потенциально обладают возможностью оперативно перенастраиваться на выпуск разнообразных изделий, моделирование рабочих процессов не должно опираться на алгоритмы, использующие перебор всех возможных вариантов при поиске оптимального, так как это привело бы к большим потерям времени. Для производственных задач такие алгоритмы зачастую отсутствуют. Более целесообразно для данного оборудования разработать такие модели рабочих процессов, которые позволят оперативно и без значительных затрат найти приближенное решение задачи оптимизации с практически допустимой погрешностью, например 5-10%.

Представленный метод определения оптимального рабочего процесса гибких систем основывается на математическом моделировании условий, при которых перерывы в работе шьющих модулей являются минимальными, что в итоге обеспечивает минимум рабочего цикла обработки партии деталей, узлов или сборки изделий в целом.

Рассмотрим условия, когда в процессе участвуют объекты обработки, имеющие идентичные технологические маршруты, т. е. шьющие модули задействованы в процессе в одинаковой последовательности.

Пусть k объектов обработки последовательно взаимодействуют с S шьющими модулями. Обозначим через τ_{ji} время занятости партии i -го объекта обработки ($i = 1, 2, \dots, k$) на j -том шьющем модуле ($j = 1, 2, \dots, S$).

Это время определяется как:

$$\tau_{ij} = n_i \cdot \tau_{iii} + T_{n.z.ij},$$

где n_i – размер партии i -го объекта обработки;

τ_{iii} – штучное время занятости i -го объекта обработки на j -том шьющем модуле, в час.;

$T_{n.z.ij}$ – подготовительно-заключительное время на партию i -го объекта обработки на j -том шьющем модуле, в час.

Швейный технологический комплекс может рассматриваться как некая производственная система, состоящая из рабочих мест, на рабочих позициях которых в данный момент установлено S шьющих модулей, взаимодействующих с k объектами обработки. Такой производственной системе соответствует матрица операционного времени:

$$A = \begin{pmatrix} \tau_{11} & \tau_{12} & \dots & \tau_{1S} \\ \tau_{21} & \tau_{22} & \dots & \tau_{2S} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \tau_{k1} & \tau_{k2} & \dots & \tau_{kS} \end{pmatrix},$$

где $\tau_{ij} > 0$.

Исходя из проведенного анализа для процесса, характеризующегося идентичностью технологических маршрутов обработки швейных объектов, имеются следующие правила оптимальной очередности их запуска.

Согласно первому правилу необходимо составить вариант очередности запуска технологических маршрутов, при котором первыми в обработку запускаются объекты с неотрицательным значением разности сумм трудоемкости занятости по второй и первой части матрицы планирования $(\Theta_{i2} - \Theta_{i1}) \geq 0$, расположенные в порядке возрастания суммарной трудоемкости занятости по первой части матрицы Θ_{i1} ; во вторую очередь запускаются объекты с отрицательным значением данной разности $(\Theta_{i2} - \Theta_{i1}) < 0$, расположенные в порядке уменьшения суммарной трудоемкости занятости по второй части матрицы Θ_{i2} .

Второе правило предполагает составление варианта очередности запуска технологических маршрутов, при котором в обработку запускаются объекты в порядке уменьшения разности сумм трудоемкости занятости по второй и первой части матрицы планирования $(\Theta_{i2} - \Theta_{i1})$.

Если же значение разности $(\Theta_{i2} - \Theta_{i1})$ только положительно или отрицательно, то, применяя первое правило, объекты обработки располагают лишь в порядке, указанном для соответствующего знака разности. В ситуации неопределенности, когда у нескольких объектов обработки равные значения $(\Theta_{i2} - \Theta_{i1})$, их располагают в порядке уменьшения разности.

Гибкое производство позволяет за счет концентрации технологических возможностей существенно уменьшить общее количество операций, необходимых для полной обработки деталей-узлов, и тем самым сократить время межоперационных пролеживаний. В свою очередь, это ведет к сокращению производственного цикла изготовления изделий, снижению объемов незавершенного производства. Кроме того, гибкое производство позволяет изменять размеры партий запуска деталей-узлов, что также положительно отражается на объемах незавершенного производства и размерах страховых запасов комплектующих, поддерживая на необходимом уровне ритмичности работу сборочных подразделений. Гибкий принцип функционирования производства предполагает расширение форм организации труда, процессов обработки и сборки предметов производства. Кроме того, встала задача повышения квалификации рабочих основных профессий путем переподготовки.

Список литературы

1. Ерохина Л. И., Назаров А. С. Процесс формирования региональных программ развития предприятий сервиса // Регионология. – 2011. – № 1. – С. 84-89.
2. Ерохина Л.И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Коммерция» / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва, 2007.
3. Рагулина Ю. В. Управление интеллектуальным капиталом промышленной организации в условиях экономики знаний. – М., 2007.
4. Радюхина Г. В. Гибкие производственные системы пошива изделий мелкими партиями : монография. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2013. – 161 с.
5. Сучилин В. А., Радюхина Г. В., Архипова Т. Н. Методы повышения эффективности швейного оборудования предприятий сервиса : монография. – М. : ГОУВПО «МГУС», 2007. – 227 с.
6. Сучилин В. А., Радюхина Г. В. Гибкие производственные системы швейных предприятий сервиса : учеб. пособ. – М. : МГУС, 2002. – 87 с.

G. V. Radyuhina*

*Radyuhina Galina, PhD in Technical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti kaf_tiko@tolgas.ru

FEATURES OF TECHNOLOGICAL PROCESSES AT CLOTHING FACTORIES

Keywords: competition, flexibility, small-scale production, multistage processing, optimality, details and junctions.

The article analyzes the organizational and technical features of clothing factories, most of which belong to the category of small-scale. The author suggests new approaches to mechanization and automation of garment production, as well as organization of processes that would enhance the effectiveness.

УДК 659

О. В. Гордеева*

**Гордеева Ольга Викторовна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: имидж предприятия, услуги, совершенствование имиджа, концепция имиджа, рекламные средства, фирменный стиль, внешний образ.

Рассматриваются имидж предприятия и пути его совершенствования. В совершенствовании имиджа играют значительную роль не только акции и специальные мероприятия, но и качество производимых данным предприятием товаров и оказываемых им работ и услуг, а также отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности.

Имидж предприятия может быть усовершенствован путем проведения разнообразных мероприятий. В совершенствовании имиджа играют значительную роль не только акции и специальные мероприятия, но и качество производимых данным предприятием товаров и оказываемых им работ и услуг, а также отношение персонала к своему работодателю, клиентуре и собственной деятельности [3].

Процедуру совершенствования имиджа можно разделить на несколько этапов:

1) определение целевой аудитории, изучение ее возраста, рода занятий;

2) разработка концепции имиджа – это главные принципы, мотивы и ценности, характерные для фирмы;

3) внедрение и закрепление имиджа в сознании потребителя.

Технология совершенствования имиджа предприятия может включать в себя использование ряда специальных средств, описанных ниже.

Визуальные средства – приемы формирования имиджа дизайнерского характера, включают разработку упаковки, оформление витрин, офисов, фирменных экспозиций на выставках, создание макетов объявлений.

Вербальные (словесные) средства – ориентированная на нужды потребителя специально подобранная стилистика, наиболее важна при разработке радиорекламы.

Рекламные средства – широкий круг различных возможностей для передачи рекламного обращения от рекламодателя к потребителю, способствуют формированию благоприятного отношения, в каждом конкретном случае используются разные, а именно: радио- и телевизионная реклама, выставки, наружная реклама и реклама на транспорте, реклама в печати, реклама при личном контакте, реклама по телефону, прямая почтовая рассылка.

PR-мероприятия – это усилия по установлению и укреплению взаимопонимания между предприятием и общественностью, носят продуманный, спланированный и постоянный характер.

Это выставки, презентации, пресс-конференции, спонсорские мероприятия. При проведении PR-мероприятий необходимо, чтобы специфика деятельности предприятия соответствовала специфике проводимого мероприятия.

Представительство в сети Интернет – создание сайта в едином стиле со стилем предприятия, на котором будет представлена вся необходимая информация как для потенциальных клиентов, так и для инвесторов или партнеров. Информация на сайте не должна утрачивать свою актуальность, также необходимо обеспечить легкий доступ к сайту потенциальных клиентов, не знающих о существовании продукции предприятия. Руководству предприятия стоит рассмотреть возможность доверить процесс создания, поддержки и продвижения сайта профессионалам в этой области, так как официальный сайт будет являться лицом предприятия в сети Интернет.

Характер поведения на рынке подразумевает отношения, которые сложились между предприятием и его конкурентами, поставщиками, партнерами, заказчиками, банками. Также характер поведения на рынке может проследиваться в стиле работы с общественностью, проведения рекламных кампаний и мероприятий по стимулированию сбыта, а также может определяться наличием корпоративного духа и корпоративной культуры [4].

Фирменный стиль – это совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем изделиям предприятия и его рекламным мероприятиям. Фирменный стиль способствует улучшению запоминаемости и восприятию покупателями, партнерами, контактными аудиториями всей деятельности предприятия в целом, а не только его товаров и услуг; а также позволяют выгодно выделить свои товары и деятельность на фоне товаров и деятельности конкурентов [2]. Косвенно подтверждать надежность предприятия, гарантировать, что как в производстве, так и в любой другой деятельности предприятие соблюдает образцовый порядок, помо-

жет «высокий» фирменный стиль. Технология формирования фирменного стиля может включать в себя следующие принципы: вначале необходимо выделить главное, создать определенный образ путем разработки стилеобразующих констант, а затем (по мере необходимости) разрабатывать новые составляющие фирменного стиля и изготавливать те или иные его носители.

Понятие «фирменный стиль» содержит в себе две составляющие: внешний образ и характер поведения на рынке.

Внешний образ создается путем единого стилевого оформления атрибутов предприятия, к которым можно отнести товарный знак, логотип, деловую документацию, фирменную цветовую гамму, вывеску и одежду, стиль рекламных объявлений, буклетов, дизайн офиса.

Наличие фирменного стиля у предприятия приносит несколько выгод:

- фирменный стиль любой продукции, исходящей от предприятия, позволяет потребителям легко ориентироваться в постоянно нарастающем информационном потоке. Кроме того, компоненты фирменного стиля вызывают у потребителя подсознательное положительное отношение к предприятию, которое позаботилось о нем, сэкономило время и облегчило процесс выбора;

- красивый фирменный стиль всегда является определенной гарантией высокого качества товаров (услуг), предлагаемых предприятием. Кроме того, он в определенном смысле говорит о том, что предприятие работает образцово, поддерживает порядок во всем: и в производстве, и в соответствующей ему деятельности. Поэтому фирменный стиль (хороший фирменный стиль) позволяет формировать уважение и доверие к предприятию со стороны потребителей;

- не менее важно наличие фирменного стиля при выведении нового товара на рынок. Если все товары предприятия ранее уже завоевали доверие потребителей, то оно автоматически переносится и на новый товар;

- так как действенность рекламы напрямую связана с частотой ее повторяемости, то фирменный стиль во многом благоприятствует узнаваемости не только товаров предприятия, но и всей его деятельности.

В основе фирменного стиля всегда лежит стилеобразующая идея. Она определяет, какие ассоциации должны возникать у потенциальных потребителей с предприятием, какими характерными качествами его нужно наделить.

Основными составляющими фирменного стиля являются словесный товарный знак, графический товарный знак, цветовая гамма, фирменный шрифт, фирменный блок, схема верстки, слоган, форматы изданий, рекламный символ предприятия, аудиообраз предприятия.

Товарный знак (торговая марка, эмблема) – это зарегистрированное в установленном поряд-

ке оригинально оформленное художественное изображение (оригинальные названия, художественные композиции и рисунки в сочетании с буквами, цифрами, словами или без них). Товарный знак служит для отличия товаров или услуг одного лица (юридического или физического) от однородных товаров или услуг другого.

Словесный товарный знак – обычно принято считать, что это название предприятия, выполненное в определенной графической манере необычным запоминающимся шрифтом. На самом деле это не совсем так. Отличительные функции словесного товарного знака заключаются в его словесной конструкции, то есть в сочетании букв. Графическое начертание букв при этом значения не имеет (иначе это будет графический, а не словесный знак). Здесь важно учитывать, что комбинация букв словесного знака должна образовывать именно слово, а не быть просто непроизносимым их сочетанием. Это может быть известное или новое слово. Важно только, чтобы это слово отвечало критериям новизны и охраноспособности в отношении определенных товаров и услуг.

Графический товарный знак – это любое изображение, отвечающее критериям новизны и охраноспособности в отношении определенных товаров и услуг и зарегистрированное в установленном порядке в качестве товарного знака на имя конкретного владельца.

Цветовая гамма. Цвет является мощным средством идентификации и поэтому может использоваться в качестве существенного компонента (стилеобразующей константы) как в построении собственно товарного знака или логотипа, так и в создании системы фирменного и корпоративного стиля. Для оформления графического товарного знака выбираются определенные цвета, которые в сочетании с первым элементом и создают определенный образ. Разрабатывая фирменные цвета, необходимо учитывать возможности типографий при печати (газеты, например, передают только основные цвета) либо использовать два варианта: цветной (со сложной цветовой гаммой) и черно-белый.

Фирменный шрифт. Для оформления печатной продукции может быть выбран определенный шрифт, который будет отражать сущность и характер деятельности предприятия.

Фирменный блок может включать товарный знак, название предприятия, почтовые, банковские реквизиты, перечень товаров и услуг, рекламный символ предприятия, слоган. В фирменный блок могут входить все перечисленные элементы или только некоторые из них. Фирменный блок удобно использовать во многих случаях: от оформления фирменных бланков до оформления упаковки продукции.

Схема верстки может включать определенную компоновку всей печатной продукции. Осо-

бенно важно для предприятия иметь схему верстки печатных объявлений. Используемая постоянно, привычная для покупателей форма верстки рекламных объявлений намного повышает узнаваемость и запоминаемость рекламных объявлений.

Формат изданий. На всю печатную продукцию можно распространить определенный оригинальный формат, что также способствует лучшей узнаваемости информационно-рекламных материалов.

Слоган – короткая фраза, девиз предприятия или товара, это словесный рекламный символ предприятия. В отличие от изобразительного рекламного символа предприятия, слоган представляет собой и визуальный образ, и аудиообраз, что придает ему исключительную значимость как элемента имиджа или рекламного средства.

Рекламный символ предприятия – определенный персонаж или образ, выступающий от имени предприятия в ходе рекламных и PR-мероприятий.

Аудиообраз – музыкальная фраза, композиция, несколько нот для голоса или музыкальных инструментов, сочетание определенных шумов, служащих как бы опознавательным знаком предприятия в радио- и телероликах.

Используя компоненты фирменного стиля, можно задавать свой собственный фирменный стиль практически во всем, что так или иначе имеет отношение к деятельности предприятия. Носителями фирменного стиля могут выступать:

- атрибуты деятельности предприятия (визитная карточка, фирменный бланк письма, фирменный конверт, печать фирмы, ценник, ярлык);
- различные формы рекламы и продвижения (реклама в прессе, радио- и телереклама, выставочный стенд, реклама на транспорте, наружная реклама, информационный лист, буклет, календарь, плакат);
- средства визуальной идентификации (значок, нашивка, одежда сотрудников, вывеска, табличка на дверях);

- архитектурная среда предприятия (особенности дизайна интерьера, оформление фасада здания, входных групп, ландшафтный дизайн).

Следовательно, имидж предприятия может быть сформирован с помощью различных средств. С точки зрения комплексного подхода к формированию и совершенствованию имиджа предприятия, наиболее важным направлением можно считать создание собственного фирменного стиля. Фирменный стиль обеспечит смысловое единство всех изделий предприятия и рекламных мероприятий, будет способствовать выделению предприятия на фоне конкурентов, а также будет косвенно подтверждать надежность предприятия [1]. При этом рассмотренные направления совершенствования имиджа предприятия являются основными, тогда как возможностей совершенствования имиджа значительно больше, если рассматривать каждое предприятие в отдельности.

Таким образом, в статье было изучено понятие «имидж предприятия». Также был сделан вывод о необходимости постоянного осуществления мероприятий по укреплению позитивного имиджа предприятия, а также мероприятий по его оценке и совершенствованию в связи с тем фактом, что если руководство предприятия не работает над созданием позитивного имиджа, то он формируется стихийно и, как правило, не соответствует желаемому образу. Помимо этого были рассмотрены разновидности имиджа предприятия. В качестве наиболее важных разновидностей имиджа с точки зрения увеличения эффективности деятельности предприятия были выделены имидж предприятия у потребителей, а также социальный имидж предприятия. В качестве основного направления среди широкого перечня средств совершенствования имиджа был выделен фирменный стиль, позволяющий предприятию достичь смысловой целостности проводимых им мероприятий. С целью исследования и количественной оценки имиджа предприятия была разработана методика, комбинирующая в себе качественные и количественные методы сбора информации.

Список литературы

1. Абрамова Л. А., Орлова А. Д. Эволюция теоретических и практических аспектов применения бенчмаркинга в России и за рубежом // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2011. – Т. 1. – № 2. – С. 150-153.
2. Баканкова Е. М. Систематизация подходов к управлению структурными элементами имиджа предприятий сферы услуг // В мире научных открытий. – 2012. – № 10.2 (34). – С. 34-50.
3. Башмачникова Е. В., Левашова Ю. Г. Управление брендом на предприятиях, реализующих колбасные изделия: критерии и методы оценки бренда // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 4 (30). – С. 153-159.
4. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Управление перспективами развития экономических субъектов: ресурсная концепция // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2010. – № 1. – Т. 1. – С. 99-103.

O. V. Gordeeva*

**Gordeeva Olga, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

WAYS OF IMPROVING COMPANY IMAGE

Keywords: company image, services, image improvement, image concept, advertisement, corporate identity, image.

The article considers the image of the company and ways of improving it. Image improvement depends largely not only on promotions and special events, but also on the quality of goods produced and services provided by the company, as well as on the attitude of staff to their employer, clients and their own activities.

© Гордеева О. В., 2014

УДК 334.009.12

Д. Л. Савенков*

**Савенков Дмитрий Леонидович, доктор экономических наук, профессор Самарский государственный экономический университет, г. Самара*
kaf_bu@tolgas.ru

Л. Д. Савенков*

**Савенков Леонид Дмитриевич, аспирант Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*
savenkovl@fbk.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ

Ключевые слова: система внутреннего контроля, информационная система, контрольная среда, контрольные действия, оценка риска, мониторинг средств контроля, система менеджмента качества.

Акцентируется внимание на необходимости построения системы внутреннего контроля экономического субъекта для обеспечения его конкурентоспособности. Показаны основные направления усиления и минимизации рисков системы внутреннего контроля при внедрении на промышленных предприятиях систем менеджмента качества.

Каждый экономический субъект должен осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. В соответствии с законодательством РФ экономические субъекты обязаны организовать контроль и проверку не только отчетности, но и ревизию сделок, событий, операций, которые влияют на финансовое положение экономического субъекта, финансовый результат его деятельности и движение денежных средств.

Отдельные экономические субъекты должны были организовать службу внутреннего контроля с 2001 года. Например, компании, осуществляющие операции с денежными средствами или иным имуществом, а именно: кредитные организации, страховые и лизинговые компании, организации федеральной почтовой связи, ломбарды и т.п. (ст. 7 Федерального закона от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» с изменениями). С 2003 года указанные организации должны были разработать правила внутреннего контроля при осуществлении операций с денежными средствами или иным имуществом, в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30 июня 2012 г. № 667 указанные правила должны были быть приведены в соответствие с новыми требованиями в течение одного месяца.

На практике может быть несколько вариантов построения структуры службы внутреннего контроля. Может быть организовано отдельное структурное подразделение или выделено должностное лицо для выполнения процедур внутреннего контроля. Перечень функций и задач, возлагаемых на службу, определяется в локально-нормативном документе, например в положе-

нии или внутренней процедуре. Также обязанности по осуществлению функций внутреннего контролера должны быть указаны в трудовых договорах и должностных инструкциях работников подразделения.

Основные функции службы внутреннего контроля можно сформулировать следующим образом:

1. Мониторинг эффективности процедур внутреннего контроля. Постановка необходимых систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля входит в обязанности руководства, и этому следует постоянно уделять соответствующее внимание, а на службу внутреннего контроля обычно возлагаются обязанности по проверке этих систем, мониторингу эффективности их функционирования, а также представлению рекомендаций по их усовершенствованию.

2. Исследование финансовой и управленческой информации. Эта функция включает в себя обзорную проверку средств и способов, используемых для сбора, измерения, классификации этой информации и составления отчетности на ее основе, а также специфические запросы в отношении отдельных ее составляющих частей, включая детальное тестирование операций, остатков по счетам бухгалтерского учета и других процедур.

3. Контроль экономности, эффективности и результативности, включая нефинансовые средства контроля проверяемого лица.

4. Контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации, нормативных актов и прочих внешних требований, а также внутренних требований руководства.

Объем и задачи внутреннего контроля могут различаться в зависимости от структуры прове-

ряемого лица и требований его руководства, а также особенностей деятельности организации.

Одним из основных направлений построения системы внутреннего контроля, направленного на обеспечение конкурентоспособности деятельности экономического субъекта, можно считать симбиоз системы внутреннего контроля и системы менеджмента качества.

Симбиоз системы внутреннего контроля (СВК) и систем повышения качества как управления, так и производимой продукции является в настоящее время необходимым элементом повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Конкурентные преимущества предприятия могут быть классифицированы по следующим признакам:

- по степени их устойчивости (с низкой, средней и высокими степенями устойчивости);
- по возможности использования или времени достижения (реальные и потенциальные конкурентные преимущества);
- по сфере конкуренции или масштабу деятельности предприятия (локальные, национальные, глобальные конкурентные преимущества) [1].

Формирование и поддержание конкурентного преимущества затрагивает весь механизм деятельности предприятия. Основными принципами формирования и поддержания конкурентных преимуществ являются:

- стремление руководства предприятия к улучшениям, новшествам и переменам во всех аспектах хозяйственной деятельности предприятия;
- совершенствование и увеличение количества источников конкурентного преимущества, способствующее сохранению его деятельности и устойчивости;
- применение системного подхода к формированию конкурентного преимущества, охватывающего весь механизм деятельности предприятия.

Разделение деятельности предприятия на составные части различных бизнес-процессов и дальнейшая интеграция системы внутреннего контроля и систем управления качеством, ориентированных под каждый конкретный бизнес-процесс, способствует увеличению конкурентных преимуществ предприятия.

Бизнес-процесс представляет собой временную и логическую связь отдельных видов деятельности с различными поступающими и исходящими величинами. Процессы описываются различной внутренней документацией: методическими инструкциями и инструкциями по эксплуатации. Методические инструкции описывают логически связанные действия и определяют исполнителей, а инструкции по эксплуатации объясняют как конкретно данное действие должно быть исполнено [9].

Процессы предприятия для упрощения можно подразделить на первичные (основные: закупки, производство, продажи) процессы и на вторичные (поддерживающие: управление внеоборотными активами, персонал, ведение бухгалтерского учета, финансы, налоги, информационные технологии). Все процессы, направленные на взаимодействие с внешними контрагентами и тем самым напрямую влияющие на создаваемую организацией добавленную стоимость, относятся к первичным процессам. Все остальные процессы, напрямую не относящиеся к внешним контрагентам, относятся к поддерживающим. Необходимо отметить то, что поддерживающие процессы не противопоставляются первичным, а дополняют и являются составной частью основных процессов.

Основопологающим СВК является то, что система внутреннего контроля должна способствовать безопасному осуществлению бизнес-процессов и защите активов, а также длительному существованию предприятия. Речь идет не только о чистом контроле, но и охвате налогового аспекта. СВК также выходит за рамки простого учета и затрагивает все сферы деятельности предприятия. Внутренний контроль включает в себя все в компании, что стремится контролировать побочные эффекты и их возможное влияние на достижение целей. К этому относится избегание недостатков, их выявление и необходимые корректирующие меры.

Контроль как функция управления предполагает оценку и анализ эффективности результатов работы. При помощи контроля производится оценка степени достижения целей и необходимая корректировка намеченных действий. Процесс контроля включает установление стандартов, измерение достигнутых результатов, сравнение этих результатов с планируемыми и, если нужно, пересмотр первоначальных целей. Контроль связывает воедино все функции управления, позволяет выдерживать нужное направление деятельности и своевременно корректировать неверные решения [2].

Для надлежащего соответствия бизнес-процессам предприятия СВК должно определяться определенными процедурами, методами и мероприятиями, с помощью которых должна гарантироваться надежность производственных процессов. СВК содержит в себе как интегрированные в процессы, так и независимые мероприятия [14].

Группа швейцарских авторов: Барбара Хирши, Эвелин Хурлиман, Адриано Тома и др. в своем исследовании, связанном с изучением организации системы внутреннего контроля, утверждают что «СВК представляет собой процесс, по средствам которого целенаправленное достижение целей включает в себя следующие категории:

- эффективность и результативность деятельности;
- достоверность финансовой отчетности;
- соответствие стандартам и законодательству» [13].

По материалам книги «Руководство по швейцарской системе внутреннего контроля» Дитера Пфаффа и Флемминга Рууда СВК обеспечивает прозрачность и, следовательно, безопасность и доверие, которое приносит выгоду всем участникам: персоналу, клиентам, акционерам и самой компании. Внедрение СВК предоставляет для компании возможность организовать систематизированный процесс по определению, оценке, преодолению и контролю предпринимательских и производственных рисков предприятия. Сама же СВК зиждется на:

- достижении бизнес-целей через эффективное и действенное управление,
- соблюдении законов и правил,
- защите бизнес-активов,
- предотвращении, сокращении и обнаружении ошибок и нарушений,
- обеспечении достоверности и полноты ведения бухгалтерского учета,
- своевременной и достоверной финансовой отчетности [15].

Исходя из труда Флориана Фругира «Учреждение современных внутренних контрольных систем на предприятии», СВК приписываются четыре принципа действия:

Превентивность. Контроль приводит к предотвращению определенных ошибок, например, с помощью более тщательной работы сотрудников предприятия.

Дисфункциональность. Контроль также может негативно воздействовать на количество ошибок, если он оказывается чрезмерным, тем самым действует демотивирующе.

Коррективность. Когда с помощью контроля найденные ошибки могут быть исправлены.

Надежность. Контроль рабочих процессов может приводить к надежности, когда работник может обеспечивать планомерное выполнение процессов.¹

В связи с различными целями компаний требования к СВК у различных предприятий различаются. Несмотря на это некоторые общие требования могут быть сформулированы. СВК эффективна, если надлежащие контрольные мероприятия надлежаще проводятся и контролируются. Надлежащее документирование контроля способно упростить понимание его проведения. Также СВК является эффективной, когда выгоды от ее внедрения превышают затраты. Достижение эффективности СВК, по мнению немецкого отделения PriceWaterhouseCoopers, можно пред-

ставить в виде соответствия критериям действенности, эффективности и прослеживаемости, где к действенности относится:

- культура предприятия,
- понятное распределение ответственности,
- ориентация контроля на риски,
- интеграция контроля в бизнес-процессы организации,
- контрольные процедуры являются в достаточной мере протестированными,
- квалифицированность сотрудников.

Критериям эффективности СВК соответствует:

- СВК является интегрированной составной частью риск-менеджмента;
- качественное взаимодействие с внутренней ревизионной службой;
- ориентированность на ключевые риски;
- автоматизация контрольных процессов.

К критериям прослеживаемости относят корректное документирование:

- целей и границ действия СВК;
- бизнес-рисков;
- процессов и контрольных мероприятий СВК;
- моделей проверки качества СВК [16].

Экономически значимые предприятия должны наряду с риск-менеджментом задумываться о влиянии выявленных рисков на конкретные бизнес-процессы. СВК внедряется для того, чтобы на конкретные виды рисков воздействовали соответствующие инструменты контроля. Полезной основой является международно признанная и широко используемая на практике модель COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Модель COSO определяет СВК на пяти уровнях:²

1. Мониторинг средств контроля (Monitoring).
2. Информация и коммуникация (Information & Communication).
3. Контрольные действия (Control Activities).
4. Оценка риска (Risk Assessment).
5. Контрольная среда (Control Environment).

Мониторинг средств контроля (Monitoring)

Мониторинг средств контроля – процесс оценки эффективности функционирования системы внутреннего контроля в течение определенного периода. Он включает оценку организации и функционирования средств контроля, осуществления необходимых корректирующих мероприятий, адаптированных под изменения условий, проверку выполнения требований всех внутренних документов компании и исполнения всех распоряжений руководства, а также наличия подтверждающей информации от третьих лиц.

Для усиления СВК необходимо проводить независимый мониторинг эффективности СВК, в том числе:

¹ Frugier F. Die Einrichtung Moderner Interner Kontrollsysteme in Unternehmen. Verlag: Druck Diplomica. Hamburg, 2009. 28 s.

² Brünger C. Erfolgreiches Risikomanagement mit COSO ERM: Empfehlungen für die Gestaltung. Verlag: Erich Schmidt. Berlin, 2009. 45 s.

- осуществлять ежедневный мониторинг наиболее рискованных операций;
- оценивать влияние на проводимые операции каждого вида риска в отдельности и в совокупности с учетом существующих методов контроля;
- проводить эффективный внутренний аудит системы внутреннего контроля независимыми в функциональном отношении, адекватно подготовленными и компетентными сотрудниками;
- информацию о недостатках внутреннего контроля своевременно доводить до менеджмента соответствующего уровня;
- информация о существенных недостатках внутреннего контроля и результаты оценки его эффективности предоставлять высшему менеджменту.

Информация и коммуникация (Information & Communication)

Одним из основных источников получения необходимой информации является бухгалтерский и управленческий учет. Информационная направленность бухгалтерского учета предопределяется потребностями управления экономикой предприятия, функционирующего в условиях определенной социально-экономической среды [3].

Применение должным образом инноваций в сфере информации и коммуникации способствует обеспечению потенциальных выгод эффективности и действенности для внутреннего контроля субъекта.

Информация должна отвечать требованиям своевременности, доступности и точности. Современные информационные технологии облегчают как последовательность применения предписанных правил бизнеса, так и произведение сложных расчетов при обработке больших объемов операций (данных) и их анализ. Информационные технологии усиливают способность достижения эффективного разделения обязанностей путем внедрения средств контроля безопасности в программах, базах данных и операционных системах.

Информационные системы также представляют определенные риски для внутреннего контроля субъекта, включая следующее:

- надежность систем или программ, которые неточно обрабатывают данные, обрабатывают неточные данные или и то и другое;
- несанкционированный доступ к данным, который может привести к их уничтожению или ненадлежащим изменениям, включая отражение несанкционированных или несуществующих операций, или неточное отражение операций. Особые риски могут возникнуть в случаях, когда многие пользователи получают доступ к общим данным;
- возможность получения сотрудниками информационных служб привилегий по доступу сверх тех, которые необходимы для выполнения

их обязанностей, т.е. возникновение нарушений разделения обязанностей;

- несанкционированные изменения данных в основных файлах;
- несанкционированные изменения в системах или программах;
- неспособность внести необходимые изменения в системы или программы;
- неуместное ручное вмешательство;
- потенциальная потеря данных или невозможность доступа к данным при необходимости.

Контрольные действия (Control Activities)

Под контрольными действиями понимаются принципы и методы, которые гарантируют исполнение принятых менеджментом организации решений. Контрольные действия ориентированы на исполнение необходимых мероприятий по снижению различных рисков, присущих конкретной организации. Контрольные действия функционируют на всех уровнях управления, а также на всех стадиях производства товаров и услуг предприятия.

Контрольные действия, применяемые на различных предприятиях, различаются в зависимости от геополитического места расположения предприятия, от отрасли, в которой оно функционирует, от внутренней структуры, от истории предприятия и его культуры.

Контрольные действия являются важной частью процесса достижения целей организации и должны восприниматься в качестве контрольного механизма данного процесса.

Оценка риска (Risk Assessment)

Процесс оценки риска субъекта направлен на выявление предпринимательских рисков, связанных с целями финансовой отчетности, а также на принятие субъектом решений по поводу мер, предпринимаемых в отношении этих рисков и их возможных последствий. Риски субъекта возникают в случаях изменений во внешней среде (риски, связанные с изменениями законодательства, валютных рисков, процентных рисков и т.п.), а также обновления персонала, внедрения новых или изменения уже применяемых информационных систем, быстрого роста компании, появления новых технологий, появления новых подходов к ведению деятельности, новых товаров, услуг, реорганизации компании, расширения деятельности за рубежом и т.д.

Примером предпринимательских целей могут служить цели:

- контроль издержек;
- оптимизация денежных потоков;
- увеличение производительности;
- улучшение качества производимой продукции;
- удовлетворенность потребителей;
- сокращение времени поставок и т.д.

Процедуры оценки риска относительно формы и применения соответствующих средств контроля могут включать:

- запросы персоналу;
- наблюдение за применением конкретных средств контроля;
- проверку документов и отчетов;
- отслеживание сделок с помощью информационных систем, относящихся к подготовке финансовой отчетности [7].

Контрольная среда (Control Environment)

Контрольная среда является фундаментом для остальных компонентов СВК, отображающей границы используемых принципов, методов и мероприятий. Контрольная среда охватывает управленческие и руководящие полномочия, а также позицию, осведомленность и действия лиц, наделенных руководящими полномочиями, и руководства компании по отношению к системе внутреннего контроля и её важности для компании. В процессе оценки проводится анализ компетентности сотрудников, участия собственника и его представителей в управлении компанией, компетентности и стиля работы руководства, организационной структуры, наделения сотрудников ответственностью и полномочиями, кадровой политики и практики.

Основные факторы, характеризующие контрольную среду в организации:

- значимость целостности и этических ценностей в организации;
- значимость профессиональной компетентности в организации;
- деятельность контрольных органов;
- философия ведения бизнеса менеджментом организации;
- структура организации;
- взаимосвязь должностных инструкций и ответственности;
- принципы кадровой политики.

Начальным звеном в построении любой концепции является выбор и сущностное наполнение методологических принципов и методических правил [4]. Принципы поддерживают существование системы внутреннего контроля. Профессор Института экономики HWZ Цуриха Т. Раутенштраух выделяет четыре основных принципа, характеризующих СВК:

1. Внутренний контроль следует понимать как процесс, интегрированный в предпринимательскую деятельность, поэтому его нельзя воспринимать отдельно от всех процессов предприятия.

2. Внутренний контроль не является самоцелью, а лишь способствует достижению корпоративных целей.

3. Внутренний контроль не должен ограничиваться наличием корпоративных принципов, стандартами и определенной документацией, а

должен распространяться на всю деятельность организации.

4. СВК не является гарантией полного отсутствия ошибок и рисков в компании, но она помогает предотвратить или обойти их. Даже если возможна почти абсолютная уверенность в отсутствии ошибок и рисков, то стоимость такой СВК будет значительно превышать выгоды, получаемые от ее использования [17].

Внедрение систем, ориентированных на повышение «качества», способствует минимизации рисков, которым подвержена СВК. В свою очередь под качеством понимается совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предлагаемые потребности.

Зарубежный опыт внедрения и применения различных моделей улучшения качества показывает, что интегрированную систему управления предприятием целесообразно выстраивать и совершенствовать прежде всего на принципах «Всеобщего Менеджмента Качества» (TQM – Total Quality Management) и «Бережливого Производства и Мышления» (LTM – Lean Thinking and Manufacturing), комплексной безопасности, потому что остальные подходы можно рассматривать как частные случаи на фоне вышеуказанных.

Достоинства идей TQM состоят в том, что согласно им в основе менеджмента должны находиться не машины, а люди и бизнес-процессы, включая процессы взаимоотношений поставщиков и потребителей. Наиболее значительным достижением TQM является осознание бизнеса как процесса достижения справедливо сбалансированных целей и интересов всех заинтересованных сторон (владельцев, акционеров, инвесторов, менеджеров, сотрудников, потребителей, поставщиков и общества).

Единая система управления качеством включает в себя различные функции:

- стратегического, тактического и оперативного управления;
- принятия решений, управляющих воздействием, анализа и учета, информационно-контрольные функции;
- специализированные и общие для всех стадий жизненного цикла продукции;
- управления по научно-техническим, производственным, экономическим и социальным факторам и условиям.

Функции единой системы управления качеством можно подразделить исходя из распространения и глубины воздействия на стратегические и тактические.

Стратегические функции:

- прогнозирование и анализ базовых показателей качества;
- определение направлений проектных и конструкторских работ;

- анализ достигнутых результатов качества производства;
- анализ информации о рекламациях;
- анализ информации о потребительском спросе.

В свою очередь методологию стратегического управления необходимо рассматривать в качестве взаимодействия двух взаимодополняющих подсистем:

1. Управление стратегическими возможностями, включающими анализ и выбор стратегической позиции, или «запланированная стратегия».

2. Оперативное управление проблемами в реальном масштабе времени, позволяющее предприятиям реагировать на неожиданные изменения, или «реализуемая стратегия».³

Тактические:

- правление сферой производства;
- поддержание на уровне заданных показателей качества;
- взаимодействие с управляемыми объектами и внешней средой.

Предлагаемые интегрированной системой управления предприятием TQM подсистемы управления также применимы интегрированной СВК:

- общеадминистративное управление качеством, затратами, окружающей средой и безопасностью предприятия;
- управление качеством, затратами, окружающей средой и безопасностью производства конкретных видов продукции;
- стратегическое планирование и маркетинг;
- управление материально-техническим снабжением и подготовкой;
- управление активами и рисками;
- управление персоналом.

Для повышения эффективности деятельности и оптимизации процессов необходимо соблюдать основные требования TQM.

1. Ориентация на потребителя. Система качества должна быть направлена на удовлетворение требований потребителя и превзойти его ожидания. Процесс ориентации на потребителя начинается со сбора и анализа жалоб и претензий заказчиков для получения выводов по рынку в целом.

2. Ведущая роль руководства. Руководители компании устанавливают единые цели, направления деятельности и способы их реализации.

3. Максимальное вовлечение сотрудников компании в процесс достижения поставленных целей. Персонал компании должен владеть методами работы в команде для обеспечения постоянного улучшения деятельности.

4. Процессный подход. Процессная модель состоит из множества бизнес-процессов, участ-

никами которых являются структурные подразделения и должностные лица компании. Под бизнес-процессом понимают совокупность разных видов деятельности, которые создают продукт. Основой управления бизнес-процессами являются показатели эффективности: затраты, время выполнения процессов, качественные характеристики процессов.

5. Системный подход к управлению. Результативность и эффективность деятельности предприятия могут быть повышены за счет создания, обеспечения систем взаимосвязанных процессов по созданию качественной продукции и управлению этой системой.

6. Постоянное улучшение деятельности. Предприятие должно не только отслеживать возникновение проблем, но и предупреждать их возникновение в дальнейшем.

7. Подход к принятию решений, основанный на достоверных фактах. Достоверность данных базируется на внутренних проверках системы качества и др.

Результаты деятельности компании могут оцениваться с помощью следующих критериев: степень удовлетворенности потребителей, степень удовлетворенности персонала предприятия и степень влияния предприятия на общество. Данные результаты определяют цели и задачи бизнеса.

Квалифицированное использование методологии TQM обеспечивает:

- увеличение степени удовлетворенности потребителей продукцией и услугами;
- улучшение имиджа и репутации предприятия;
- повышение производительности труда;
- увеличение прибыли;
- повышение качества и конкурентоспособности продукции;
- обеспечение экономической устойчивости предприятия и рационального использования всех ресурсов;
- повышение качества управленческих решений;
- внедрение новейших технических и технологических разработок.

Производственные процессы являются центральными в цепочке создания добавленной стоимости. Процессы складирования и изготовления продукции должны быть интегрированными с соответствующими концепциями управления, организации, планирования, бюджетирования и контроля. Конечному продукту, производимому на предприятии, необходимо уделять особое внимание как при внедрении системы качества, так и при интеграции внутренних контрольных систем на производстве, где качество должно рассматриваться не только с позиции производителя, но и с позиции покупателя данной продукции. Система управления качеством

³ Савенков Д. Л. Методология стратегического анализа машиностроительных производственных комплексов России. Сочи : Научно-образовательный центр РАО, 2005. 20 с.

продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества производимой продукции.

Для оценки качества производимой продукции важны разнообразные свойства:

- технический уровень, который отражает материализацию в продукции научно-технических достижений;

- эстетический уровень, который характеризуется комплексом свойств, связанных с эстетическими ощущениями и взглядами;

- эксплуатационный уровень, связанный с технической стороной использования продукции;

- техническое качество, предполагающее гармоничную увязку предполагаемых и фактических потребительских свойств в эксплуатации изделия (функциональная точность, надежность, длительность срока полезного использования).

Успешное функционирование разрабатываемой в компании системы качества производимой продукции не возможно без ее правильного управления. Управление качеством производимой продукции можно разделить на несколько этапов:

1. Принятие решений о номенклатуре производимой продукции; подготовка соответствующих технических условий.

2. Проверка готовности производства и распределение сфер ответственности как среди управляющего персонала, так и среди рабочих.

3. Процесс производства.

4. Устранение дефектов и обеспечение информацией обратной связи в целях внесения в процесс производства и контроля изменений и последующего устранения дефектов.

5. Разработка планов и программ по усовершенствованию уже имеющейся системы.

Осуществление перечисленных этапов невозможно без интеграции СВК и систем управления качеством со всеми бизнес-процессами организации, а также всех отделов и органов управления предприятия.

Интеграция систем внутреннего контроля и систем повышения качества на промышленных предприятиях не является самоцелью, а должна способствовать повышению эффективности управленческой деятельности, положительно влиять на результаты работы предприятия и быстро реагировать на изменения внешней и внутренней среды.

Список литературы

1. Васильчук О. И. Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации. – 2011. – № 5. – С. 12-16.
2. Васильчук О. И., Савенков Д. Л. Основы управления предприятиями сферы услуг // Сибирская финансовая школа. – 2011. – № 3.
3. Нечитайло А. И. Теории бухгалтерского учета, их сущность и информационная направленность / А. И. Нечитайло, И. А. Нечитайло, Л. В. Панкова // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 2. – С. 58-62.
4. Нечитайло А. И. Понятие, сущность и принципы разработки концепций бухгалтерского учета и отчетности / А. И. Нечитайло, И. А. Нечитайло, Л. В. Панкова // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 4. – С. 28-33.
5. Савенков Д. Л. Методология стратегического анализа машиностроительных производственных комплексов России. – Сочи : Научно-образовательный центр РАО, 2005. – 368 с.
6. Савенков Д. Л. Практика внедрения «Бережливого производства» на промышленных предприятиях машиностроительного комплекса России. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 224 с.
7. Троян А. И. Подходы к оценке эффективности системы внутреннего контроля в соответствии со стандартами аудита // Внутренний контроль в кредитной организации. – 2011. – № 3.
8. Brünger C: Erfolgreiches Risikomanagement mit COSO ERM: Empfehlungen für die Gestaltung. Verlag: Erich Schmidt. – Berlin, 2009. – 251 s.
9. Bungartz O. Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS). Steuerung und Überwachung von Unternehmen. 3., neu bearbeitete Auflage. Erich Schmidt Verlag GmbH. – Berlin, 2012. – 521 с.
10. Frugier F. Die Einrichtung Moderner Interner Kontrollsysteme in Unternehmen. Verlag: Druck Diplomica. – Hamburg, 2009. – 101 s.
11. Geiersbach K.: Der Beitrag der Internen Revision zur Corporate Governance. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2011.
12. Grab H., Schläpfer A. Riskmanagement und Internes Kontrollsystem. Treuhand- und Revisionsgesellschaft Mattig-Suter und Partner, 2011. – 58 s.
13. Hirschi B., Hurlimann E., Toma A., Werren K. Das Interne Kontrollsystem. Verlag: Schlaefli & Maurer AG Bern, 2011. – 180 s.
14. Illerhues T., Elling Y. Einführung in die Prüfung eines «fachlichen» Internen Kontrollsystems. Landchaftsverband Westfalen-Lippe. – Munster, 2011. – 123 s.
15. Pfäff D., Ruud F. Schweizer Leitfaden zum internen Kontrollsystem. Verlag: Orell Fuessli. – Bern, 2009. – 144 s.

16. Rainer van Alphen: Internes Kontrollsystem – Führungsinstrument im Wandel. – Verlag: PWC, 2010. – 20 s.
17. Rautenstrauch T., Hunzike S. Stärkung des IKS. WEKA Finanzen – Das Schweizer Portal für Rechnungswesen. – Controlling und Buchhaltung, 2010.
-

D. L. Savenkov*

**Savenkov Dmitry, Doctor of Economics, Professor
of Samara State Economic University, Samara
kaf_bu@tolgas.ru*

L. D. Savenkov*

**Savenkov Leonid, graduate student
of Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow
savenkovl@fbk.ru*

ENSURING COMPETITIVENESS OF ECONOMIC SUBJECT BASED ON INTERNAL CONTROL SYSTEM

Keywords: internal control system, information system, control environment, control activities, risk assessment, control monitoring, quality management system.

The article focuses on the necessity of building the internal control system for economic entity to ensure its competitiveness. The author describes the main directions of improving the internal control system and minimizing the risks while introducing quality management systems at industrial enterprises.

© Савенков Д. Л., Савенков Л. Д., 2014

УДК 66;.001.7

Н. А. Новикова*

**Новикова Наталья Александровна, соискатель
Волжский университет имени В. Н. Татищева, г. Тольятти
natascha77_07@mail.ru*

СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ключевые слова: управление, инновационная деятельность, системный подход, система обеспечения управления инновационной деятельностью.

Рассматривается управление инновационной деятельностью предприятий химической промышленности в рамках системного подхода. Рассмотрены подсистемы обеспечения управления: организационного обеспечения, информационного обеспечения; финансового обеспечения; анализа, планирования и контроля инновационной деятельности.

Химическая промышленность является одной из базовых отраслей промышленности России, обеспечивающей все отрасли народного хозяйства химическими материалами и технологиями. Создавая новые материалы и технологии, химическая промышленность обуславливает инновационное развитие других отраслей промышленности России. На современном этапе развития химическая промышленность России имеет целый ряд проблем (низкая конкурентоспособность российских производителей по ряду позиций; высокая ресурсоемкость отрасли; сырьевые ограничения, несовершенство технологий и износ основных средств; неэффективный инвестиционный процесс; низкая инновационная активность предприятий химической промышленности и другие), которые находят свое отражение как в смежных отраслях промышленности, так и в экономике страны в целом. Необходимость развития химического производства и повышения конкурентоспособности химической продукции определило в качестве одной из основных целей «Стратегии инновационного развития России до 2020 года» обеспечение устойчивого инновационного развития химической промышленности. Это приводит к необходимости развития управления инновационной деятельностью предприятий химической промышленности (ИД ПХП). Одним из основных инструментов, обеспечивающих эффективность управления ИД ПХП, является системный подход, который предполагает рассмотрение предприятия как совокупности взаимосвязанных элементов (подразделений, функций, процессов, методов). Основная идея системного подхода заключается в том, что любое решение (действие) имеет последствия для всей системы. Системный подход в управлении позволяет избежать ситуации, когда принятое решение в одной области превращается в проблему для другой. Система обеспечения управления ИД ПХП представлена на рис. 1.

Разработка системы обеспечения ИД ПХП включает в себя:

1. Разработку подсистемы организационного обеспечения управления ИД ПХП, которая представляет собой совокупность организационной структуры и организационного механизма. Организационная структура – это особое, упорядоченное расположение элементов (частей) предприятия. Порядок и правила взаимодействия этих элементов называется организационным механизмом предприятия.

Основными элементами системы организационного обеспечения ИД ПХП являются следующие: цель, принципы и функции управления, методы управления, управленческий персонал, организационная структура управления, техника и технология управления, информация, необходимая для осуществления управления.

Основной целью формирования подсистемы организационного обеспечения управления ИД ПХП является создание соответствующей поставленной цели и задач оптимальной системы управления, как учитывающей отраслевые и региональные особенности осуществления инновационной деятельности, так и способной гибко адаптироваться к изменениям во внешней среде. Формирование подсистемы организационного обеспечения управления ИД ПХП предполагает решение следующих задач: выбор организационной формы инновационной деятельности; формирование организационной структуры управления ИД ПХП. Существование и развитие подсистемы организационного обеспечения управления ИД ПХП подчиняется определенным законам. Субъективные законы (законы РФ, законы субъектов РФ), регламентируют организационные отношения, при их разработке следует учитывать действие объективных законов. Среди объективных законов выделяют основополагающие законы и законы второго уровня. Основополагающими законами организации являются: закон синергии, закон самосохранения и закон развития. За-

конами второго уровня – законами организации являются: закон единства анализа и синтеза; закон информированности и упорядоченности; закон композиции и пропорциональности; закон Эшби (необходимого разнообразия). Существует также ряд специфических законов, определяющих управленческую деятельность внутри предприятия: закон своеобразия; закон социальной гармонии; закон оптимальной загрузки; закон эффективного восприятия и запоминания информации; закон эффективного осмысления; закон установки; закон полноты; закон устойчивости информации; закон доходчивости информации. Одним из наиболее важных вопросов при формировании организационной подсистемы управления ИД ПХП является выбор наилучшей организационной формы инновационной деятельности. Этот выбор будет в значительной мере определять: а) структуру управления предприятием; б) личную ответственность руководителей и владельцев предприятия; в) налоги на доходы и выплаты дивидендов; г) расходы по его организации. Основными крупными формами организации ИД ПХП являются консорциумы, концерны, корпорации, холдинги и финансово-промышленные группы (ФПГ). Преимуществами крупных предприятий являются: наличие ресурсов для осуществления инновационной деятельности; возможность проведения многоцелевых исследований, при которых объединяются усилия специалистов в различных областях знаний; возможность разработки нескольких инновационных проектов и выбора оптимального варианта; меньшая вероятность банкротств. В рамках предприятия существуют следующие организационные формы инновационной деятельности: венчурные фонды, инжиниринговые и внедренческие фирмы, профит-центры и другие. Преимуществами мелких предприятий являются: мобильность и нетрадиционные подходы; возможность деятельности в тех областях, где крупным предприятиям результаты представляются неперспективными, ограниченными или слишком рискованными при незначительных масштабах прибыли в случае успеха; фактическое отсутствие бюрократического руководства. Оптимальная организационная структура создает благоприятные условия для процесса принятия управленческих решений, ее стабильность делает предприятие устойчивым и в то же время позволяет успешно реагировать на изменения внутренней и внешней среды. Научно обоснованный процесс разработки организационных структур управления ИД ПХП основан на использовании методов системного подхода, базирующегося на соблюдении следующих принципов: целеполагание: структура должна соответствовать цели организации, которая определяется ее миссией и

стратегическими целями; адаптивность: организационная структура должна быть достаточно гибкой к изменениям внешней и внутренней среды и адекватна социально-культурной среде предприятия; устойчивость: соответствие организационной структуры целям предприятия и состоянию внешней среды; гибкость: способность быстро перестраиваться и приспосабливаться к изменяющимся условиям работы, развитию инновационного потенциала, способствующей быстрой передаче готовых разработок для их внедрения и промышленного освоения; управляемость: возможность перевести систему из одного состояния в другое; организационная культура: наличие особой среды отношений внутри системы, имеющих положительное или отрицательное влияние на ее развитие; принцип компетентности: наличие квалифицированных специалистов.

2. Разработку подсистемы информационного обеспечения управления ИД ПХП, которая представляет собой процесс непрерывного целенаправленного сбора соответствующих информационных показателей для внутренних и внешних пользователей предприятия, осуществления анализа, планирования, контроля и подготовки эффективных управленческих решений по всем аспектам инновационной деятельности. Информационное обеспечение подсистемы управления ИД ПХП является одной из важнейших обеспечивающих функций. От качества информационного обеспечения зависит обоснованность управленческих решений и эффективность инновационной деятельности предприятия.

Целью подсистемы информационного обеспечения управления ИД ПХП является производство информации, обеспечивающей поддержку принятия управленческих решений по осуществлению инновационной деятельности. Создание и использование системы информационного обеспечения направлено на решение следующих задач: 1. Удовлетворение информационных потребностей аппарата управления. 2. Определение и отбор источников информации. 3. Правильная интерпретация и систематизация полученных данных: проверка достоверности и полноты данных. 4. Исключение дублирования информации: представление данных в едином и удобном для восприятия формате; многократное использование полученной информации; постоянное обновление данных. Для каждой функции управления задачи информационного обеспечения отличаются по составу и содержанию. Основными требованиями, предъявляемыми к качеству информации, являются: своевременность информации; достоверность; достаточность; надежность; комплектность информационной системы; правовая корректность; многократность использования; оперативность; актуальность информации.

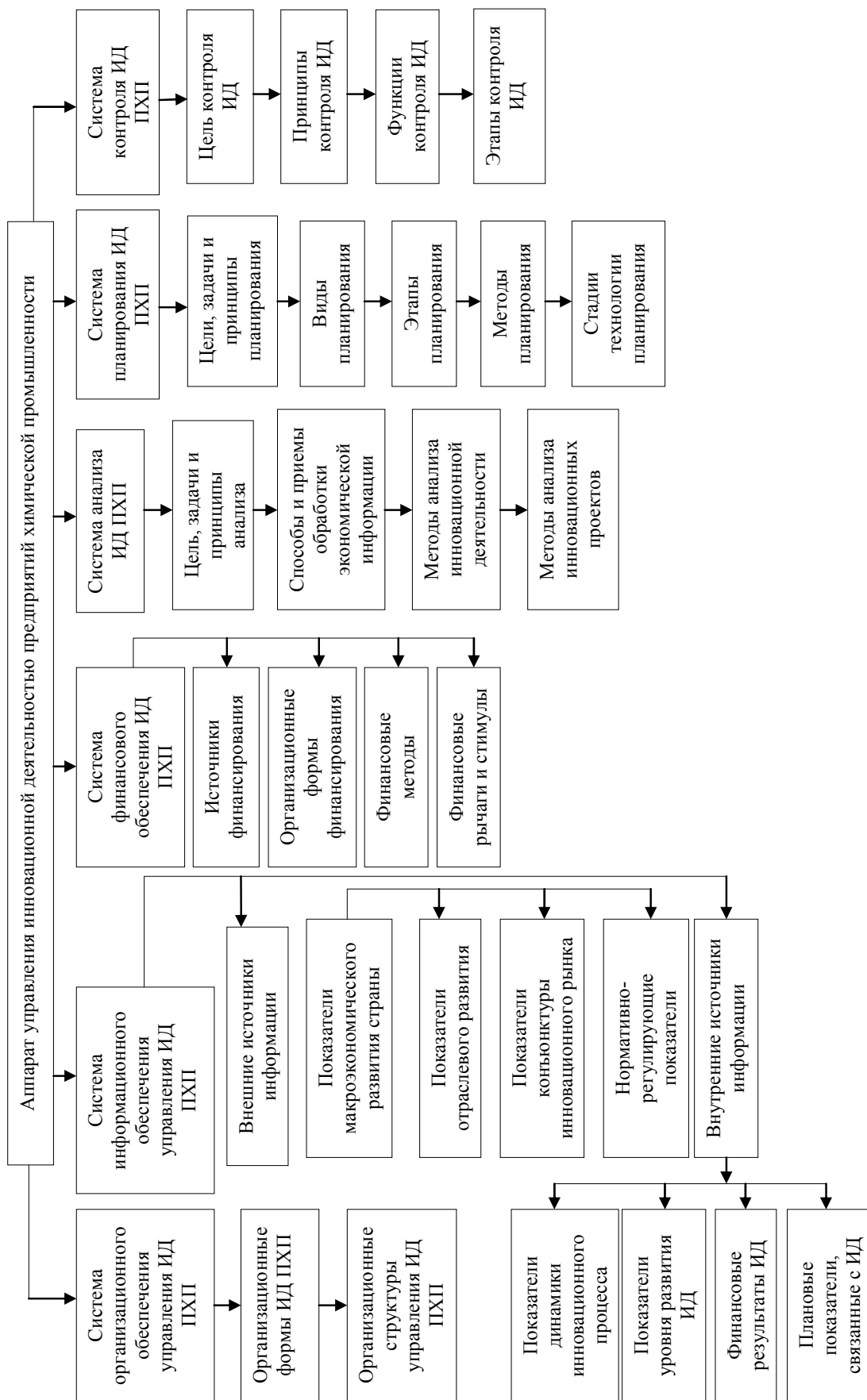


Рис. 1. Система обеспечения управления инновационной деятельностью предприятий химической промышленности

Конкретные показатели подсистемы информационного обеспечения ИД ПХП формируются за счет внешних и внутренних источников. К показателям, формируемым из внешних источников, относятся: показатели, характеризующие общеэкономическое развитие страны, основывающиеся на публикуемых данных государственной статистики; показатели, характеризующие конъюнктуру инновационного рынка; показатели, характеризующие деятельность контрагентов и конкурентов; нормативно-регулирующие показатели, источником формирования которых являются нормативно-правовые акты органов государственного управления. Показателями, формируемыми из внутренних источников, являются: показатели, характеризующие уровень инновационного развития и результаты инновационной деятельности предприятий химической промышленности, которые базируются на общепринятых стандартизированных принципах учета, таких как унифицированность, регулярность, надежность, системность, комплексность; нормативно-плановые показатели, связанные с инновационной деятельностью предприятия.

3. Разработку подсистемы финансового обеспечения ИД ПХП. Интенсивность осуществления ИД ПХП в значительной мере определяется возможностями финансового обеспечения всех этапов инновационного процесса. Поэтому ключевым вопросом разработки системы управления ИД ПХП является разработка системы финансового обеспечения. Элементами системы финансового обеспечения ИД ПХП являются источники поступления денежных средств, механизма аккумуляции денежных средств, инвестиции в инновационные проекты, а также механизмы контроля использования денежных средств. Основной целью разработки системы финансового обеспечения ИД ПХП является обеспечение необходимого объема финансовых ресурсов с целью их использования в процессе осуществления инновационной деятельности. Сущность финансового обеспечения отражается в его функциях, основными из которых являются распределительная и контрольная. Распределительная функция финансового обеспечения заключается в формировании и использовании фондов денежных средств для обеспечения оптимальной структуры капитала ПХП. Контрольная функция заключается в осуществлении финансового мониторинга за использованием денежных средств и реализуется в форме контроля инвестирования инновационных проектов, за изменением финансовых показателей эффективности ИД, состоянием платежей и расчетов с поставщиками и заказчиками. В процессе финансового мониторинга выявляют соотношение структуры фондов денежных средств и намеченными целями инновационной деятельности, корректируют структуру доходов и расходов; определяют возможности

прекращения инвестиций в неэффективные инновационные проекты и определяют новые направления инвестирования инновационной деятельности.

Основными принципами разработки системы финансового обеспечения ИД ПХП являются следующие: 1. Ориентация системы финансового обеспечения на инновационное развитие ПХП – возможность быстрого и эффективного внедрения инноваций. 2. Логичность, обоснованность и юридическая защищенность используемых приемов и механизмов. 3. Дифференциация источников инвестиционных ресурсов. 4. Комплексность системы, то есть охват максимально широкого круга технических достижений и направлений их практического применения. 5. Адаптивность и гибкость, то есть возможность эффективно реагировать на изменение условий внутренней и внешней среды ПХП. Основными элементами системы финансового обеспечения являются: 1) источники финансирования ИД ПХП – собственные средства (прибыль, амортизационные отчисления, страховые возмещения, нематериальные активы, временно свободные основные и оборотные средства), привлеченные средства (выпуск акций, облигаций, взносы, целевые поступления), заемные средства (бюджетные, банковские и коммерческие кредиты); 2) организационные формы финансирования ИД ПХП (самофинансирование, акционерное финансирование, государственное финансирование, банковский кредит, облигационный заем, венчурное и проектное финансирование, лизинг, форфейтинг, франчайзинг, факторинг, смешанное финансирование); финансовые методы (финансовый учет и анализ, финансовое планирование и прогнозирование, финансовое регулирование и контроль, система расчетов, система финансовых санкций, кредитные операции, налоги, страхование); 3) финансовые рычаги (налоги и сборы, таможенные пошлины, отчисления в централизованные фонды денежных средств, амортизационные отчисления, доход, прибыль, бюджетные ассигнования, дотации, субсидии, субвенции, бюджетные ссуды и займы, премии и поощрения, материальная помощь).

Эффективность используемой системы финансового обеспечения ИД ПХП определяется взаимосвязанным, согласованным, комплексным функционированием всех ее элементов. Основными условиями эффективности функционирования системы финансового обеспечения ИД ПХП являются: учет закономерностей развития экономики государства при формировании системы финансового обеспечения; соответствие условиям и методам развития экономики и осуществления инновационной деятельности; связь системы финансового обеспечения с производственной, а также учет экономических интересов собственников предприятия; взаимосвязь эле-

ментов системы финансового обеспечения. Соблюдение указанных требований и подходов к организации и функционированию системы финансового обеспечения инновационной деятельности предприятий химической промышленности является залогом его успешного использования, а следовательно, способствует повышению эффективности функционирования и инновационному развитию предприятий.

4. Разработку подсистемы анализа ИД ПХП. Эффективность осуществления ИД ПХП во многом определяется правильно разработанной подсистемой анализа, которая представляет собой комплекс исследований, направленных на выявление общих тенденций и факторов инновационного развития, а также разработку мероприятий по совершенствованию механизма управления ИД ПХП. Подсистема анализа ИД ПХП позволяет осуществлять всестороннее исследование показателей эффективности инновационной деятельности предприятий с целью выявления резервов их роста и принятия оптимальных управленческих решений.

Основными элементами подсистемы анализа ИД ПХП являются следующие: цель, задачи и принципы функционирования подсистемы анализа; виды анализа (отраслевой, межотраслевой, предварительный, последующий, внутривладельческий, межхозяйственный, структурный, функциональный, комплексный, тематический, оперативный, тактический, стратегический, сопоставительный, диагностический, факторный, функционально-стоимостной, маржинальный, экономико-математический, внутренний, внешний, сплошной, выборочный, производственный, финансовый; приемы анализа: чтение отчетности и анализ абсолютных показателей, горизонтальный (динамический) анализ, вертикальный (структурный) анализ; структурно-динамический анализ, коэффициентный анализ; способы (методы) анализа: традиционные способы обработки информации, способы детерминированного факторного анализа, способы стохастического факторного анализа, способы оптимизации показателей, экономико-статистические методы.

Целью подсистемы анализа ИД ПХП является всестороннее исследование показателей и выявление резервов инновационного развития ИД ПХП. Основными задачами подсистемы анализа инновационной деятельности являются следующие: 1) анализ предыдущего и на его основе прогнозирование будущих вариантов инновационного развития, и определение потребности в инновациях; 2) предварительная, текущая и последующая оценка эффективности инновационных проектов; 3) выбор оптимальных вариантов реализации инновационных проектов; 4) выявление и определение причин отклонений в ходе реализации инновационных проектов; 5) оценка и анализ рисков, связанных с реализацией инно-

вационных проектов; 6) выявление внутренних и оценка внешних резервов повышения эффективности инновационной деятельности, определение направлений инновационного развития, разработка рекомендаций для руководства предприятий. Анализ инновационной деятельности необходимо осуществлять на основе следующих принципов: научность (соответствие анализа критериям научного знания); системный подход (исследование показателей инновационной деятельности во взаимосвязи и взаимозависимости); комплексность (комплексное исследование показателей); исследование в динамике (исследование показателей в развитии); выделение основной цели и ведущего звена (постановка целей и установление способов их достижения, при этом выделяется основное, ведущее звено, которое определяется с помощью экономико-математических методов); конкретность и практическая полезность (результаты анализа должны иметь числовое выражение, с указанием причин изменения показателей и способов устранения отрицательного воздействия). Анализ ИД ПХП осуществляется по отдельным группам показателей, значение которых позволяет принимать решения о привлекательности инновационных проектов, а также сравнивать между собой альтернативные варианты проектов. К первой группе показателей относятся показатели, характеризующие финансовое состояние предприятий химической промышленности: показатели ликвидности и платежеспособности; показатели финансовой устойчивости; показатели деловой активности. Анализ показателей этой группы позволяет определить качество финансового состояния предприятия, изучение причин его улучшения или ухудшения за период, оценить структуру активов предприятия, качество и интенсивность их использования, способ их финансирования, выяснить, насколько предприятие способно погашать кредиторскую задолженность и выплачивать проценты. Кроме того, анализ показателей финансового состояния предприятия позволяет сделать экономически обоснованную оценку эффективности и интенсивности использования ресурсов предприятия и в выявлении резервов их повышения. Вторая группа включает показатели финансовых результатов инновационной деятельности предприятий: показатели прибыли и рентабельности. Анализ показателей этой группы позволяет оценить эффективность инновационной деятельности предприятия, сформировать информацию для обоснования управленческих решений, планирования инновационной деятельности, оценки и контроля выполнения планов. В процессе анализа первой и второй группы показателей используются методы горизонтального и вертикального, сравнительного и факторного анализа, а также коэффициентный анализ. Третьей группой показателей являются показатели эффектив-

ности инновационных проектов: чистый дисконтированный доход, индекс рентабельности, внутренняя норма доходности, предельный срок окупаемости. Показатели этой группы дают оценку эффективности инновационных проектов с учетом предпочтений ликвидности и ограничений финансирования. Также при оценке эффективности инновационной деятельности предприятий химической промышленности используют рейтинговые показатели, которые представляют собой усредняющие оценочные критерии, формируемые на основе набора частных экономических показателей. Рейтинговые оценки обладают более широкой областью применения, чем динамические показатели, позволяя проводить анализ в ситуациях непрерывной инновационной деятельности. Однако построить адекватные рейтинговые оценки сложно, поэтому в большинстве случаев динамические показатели предпочтительнее. Четвертую группу составляют показатели риска инновационных проектов: размах вариации, средний ожидаемый доход, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации. Анализ показателей этой группы состоит в объективной оценке уровня риска с целью обеспечения формирования необходимого уровня доходности инновационных проектов и разработки системы мероприятий, минимизирующих его негативные финансовые последствия для инновационной деятельности предприятия. Кроме того, при анализе инновационной деятельности предприятий химической промышленности используют группу специальных показателей, таких как инновационный потенциал, инновационный климат (состояние внешней среды предприятия, соответствующее или противодействующее достижению его инновационной цели) и инновационная позиция предприятия (определяется при совместном рассмотрении внутренней и внешней среды, то есть инновационного потенциала и инновационного климата).

5. Разработку подсистемы планирования ИД ПХП. Планирование ИД ПХП представляет собой относительно самостоятельную подсистему, которая включает комплекс различных планов реализации инновационной деятельности, направленных на осуществление основных функций и задач планирования. Основными элементами системы планирования ИД ПХП являются следующие: цель, задачи, принципы и функции планирования; виды планирования: детерминированные системы планирования, стохастические (вероятностные) системы планирования, реактивное планирование, преактивное планирование, инактивное планирование, интерактивное планирование, производственное планирование, инновационное планирование, финансовое планирование, коммерческое планирование, планирование персонала, краткосрочное долгосрочное, среднесрочное, стратегическое, тактическое, опера-

тивное, комплексное, планирование структурных единиц, планирование инновационных проектов, планирование деятельности исполнителей, продуктово-тематическое планирование, технико-экономическое планирование, объемно-календарное планирование; методы планирования: экспертных оценок, моделирования, экстраполяции; способы планирования: прогрессивный, ретроградный, встречный.

Основной целью планирования является разработка системы планов, направленных на долгосрочное инновационное развитие предприятий химической промышленности. Подсистема планирования ИД ПХП решает следующие задачи: 1) обоснованный выбор основных направлений ИД ПХП; 2) формирование планов НИОКР и производства инновационной химической продукции; 3) установление времени и сроков реализации планов; 4) закрепление планов за исполнителями; 5) расчет потребности и распределение ресурсов. Подсистема планирования инновационной деятельности выполняет следующие функции: 1) ориентация всех участников инновационного процесса на достижение целей инновационной деятельности; 2) выявление проблем планирования инновационной деятельности; 3) координация деятельности всех участников инновационного процесса; 4. Подготовка управленческих решений; 5. Создание базы для эффективного контроля; 6) информационное обеспечение всех участников инновационного процесса; 7) мотивация участников инновационного процесса. Планирование ИД ПХП осуществляется в соответствии со следующими принципами: единства; научной обоснованности; принцип доминирования стратегических аспектов; принцип комплексности; принцип бюджетной сбалансированности; принцип гибкости и эластичности; принцип непрерывности. Основной целью планирования на предприятиях химической промышленности является разработка и построение системы планов инновационной деятельности предприятия, направленных на удовлетворение спроса потребителей и получение достаточной и стабильной прибыли от результатов его инновационной деятельности в течение длительного времени. При разработке системы планов ИД ПХП применяют следующие методы планирования: балансовый, нормативный, бюджетный, программно-целевой, экономико-математический. Реализация процесса планирования ИД ПХП осуществляется путем разработки операционных и финансовых планов. Операционные планы помогают оценить выполнение работ, рассмотреть альтернативные инновационные проекты, описать производство и продажи. Они объединяют основные инновационные проекты и содержат информацию о потребности в ресурсах, затратах и ожидаемые результаты реализации инновационных проектов. Операционные планы включают: план продаж,

план производства, план прямых затрат на материалы, план расходов на оплату труда; план накладных расходов, план себестоимости продукции. План продаж представляет собой прогноз будущих расходов и является отправной точкой в составлении операционных планов, так как объем продаж влияет практически на все составляющие операционного плана: расходы зависят от объема производства, а объем производства устанавливается на основе объема продаж. Целью данного плана является расчет объема продаж в целом по предприятию. После установления планируемого объема продаж разрабатывается план производства продукции при реализации инновационных проектов, который представляет собой план выпуска продукции в натуральных единицах. Его целью является расчет объемов производства товарной продукции исходя из результатов предыдущего плана, с учетом производственных мощностей, запасов готовой продукции, а также величины внешних закупок сырья и материалов. Необходимый объем выпуска продукции по проектам определяется как предполагаемый запас готовой продукции на конец периода плюс объем продаж за данный период и минус запас готовой продукции на конец периода по каждому проекту. На основе данных плана производства, а также нормативах затрат сырья и материалов на единицу готовой продукции, целевых запасов сырья на начало и конец периода и ценах на сырье и материалы разрабатывается план прямых затрат на материалы при реализации инновационных проектов. Этот план является количественным выражением планов относительно прямых затрат предприятия на приобретение основных видов сырья и материалов при реализации инновационных проектов. Целью построения плана прямых затрат на материалы является определение потребности в сырье и материалах, объема закупок и общей величины расходов на их приобретение. Данные формируются как в натуральном выражении, так и в денежных единицах. В дополнение к плану прямых затрат на материалы составляется график выплат денежных средств на все материалы с учетом сроков погашения кредиторской задолженности. Денежными потоками плана прямых затрат на материалы являются: плановая потребность на все материалы включается в себестоимость продукции и отражается в отчете о финансовых результатах; выплаты денежных средств на все материалы отражаются в прогнозном отчете о движении денежных средств; кредиторская задолженность перед поставщиками отражается в прогнозном балансе. Далее разрабатывается план прямых затрат на оплату труда, который представляет собой количественное выражение планов относительно затрат предприятия на оплату труда основного производственного персонала. Его целью является расчет об-

щих затрат на привлечение трудовых ресурсов, занятых непосредственно в производстве. Разработка плана прямых затрат на оплату труда осуществляется с учетом: данных плана производства, данных о производительности труда, ставок оплаты труда основного производственного персонала. В дополнение к плану прямых затрат на оплату труда составляется график ожидаемых выплат заработной платы и страховых отчислений с учетом сроков погашения кредиторской задолженности перед персоналом и внебюджетными фондами. Денежными потоками плана прямых затрат на оплату труда являются: плановая общая стоимость прямых затрат на оплату труда производственных рабочих и страховые взносы, включается в себестоимость продукции и отражается в прогнозном отчете о финансовых результатах; выплаты денежных средств на оплату труда производственных рабочих и страховые взносы отражаются в прогнозном отчете о движении денежных средств; кредиторская задолженность отражается в прогнозном балансе. Следующим этапом планирования является разработка плана накладных расходов, который является количественным выражением планов относительно всех расходов предприятия, связанных с реализацией инновационных проектов за исключением прямых затрат на материалы и оплату труда. Накладные расходы включают в себя постоянную и переменную части. Постоянная часть планируется исходя из потребностей производства, переменная часть планируется на основе норматива, в котором базовым показателем является объем проданной продукции. Денежными потоками плана накладных расходов являются: всего планируемые накладные расходы, включая амортизационные отчисления, отражаются в прогнозном отчете о финансовых результатах; выплаты денежных средств на накладные расходы отражаются в прогнозном отчете о движении денежных средств. Кроме того, на основе запланированных величин расходов определяется себестоимость произведенной и проданной продукции по каждому проекту. План себестоимости произведенной и проданной продукции формируется на основе планов материальных затрат, оплаты труда и накладных расходов. При этом управленческие и коммерческие расходы включены в план накладных расходов, с тем чтобы сформировать план себестоимости. Все разработанные планы увязываются между собой, уточняются и при необходимости корректируются, после чего разрабатываются три основных финансовых плана при реализации инновационных проектов: прогнозный отчет о финансовых результатах; прогнозный отчет о движении денежных средств и прогнозный баланс. При разработке финансовых планов используется балансовый метод планирования, который заключается в том, что путем построения балансов дости-

гается увязка имеющихся в наличии ресурсов и фактической потребности в них. Прогнозный отчет о финансовых результатах – это форма финансовой отчетности, составленная до начала планового периода, которая отражает результаты планируемой инновационной деятельности предприятия. Этот план формируется на основе расчетов прогнозных значений объема продаж продукции, полной себестоимости, прочих доходов и расходов, налогов, расходов финансового характера (проценты по займам и кредитам). Исходной информацией служат операционные планы. План предназначен для планирования финансового результата, то есть определения прибыльности инновационных проектов. Одним из наиболее важных планов предприятия является план движения денежных средств, который позволяет определить реальную платежеспособность предприятия и определить возможность выполнения его финансовых обязательств. Данный план разрабатывается на основе операционных планов и отражает прогнозную величину расходов предприятия. С его помощью анализируется финансовое состояние (платежеспособность) предприятия. План движения денежных средств составляется отдельно по трем видам деятельности: основной, инвестиционной и финансовой. Такое разделение позволяет наглядно представить денежные потоки по каждому виду деятельности предприятия. С помощью этого документа обеспечивается оперативное финансирование всех хозяйственных операций предприятия. На основе плана движения денежных средств предприятие прогнозирует выполнение своих расчетных обязательств перед государством, кредиторами и партнерами, фиксирует происходящие изменения в платежеспособности. Этот документ позволяет планировать поступление собственных средств, а также оценивать потребность в привлечении заемного капитала. Заключительным этапом процесса планирования является составление прогнозного баланса, который представляет собой прогноз остатков по каждой статье баланса. Прогнозный баланс помогает выявить финансовые проблемы предприятия, а также дает возможность выполнить анализ финансовых показателей и служит средством контроля для всех остальных планов: если все планы составлены правильно, то сумма активов баланса должна равняться сумме обязательств предприятия и его собственного капитала. При составлении операционных и финансовых планов используется бюджетный метод планирования инновационной деятельности, который основан на разработке и контроле исполнения иерархической системы бюджетов ПХП. Система бюджетов позволяет установить текущий и оперативный контроль за поступлением и расходованием средств, создать реальные условия для реализации инновационной стратегии. А также

программно-целевой метод, который представляет собой систему методов планирования и управления инновационной деятельностью, включающую в себя: оценку и выявление проблем инновационного развития предприятий химической промышленности; разработку и оптимизацию инновационных проектов; определение требуемых ресурсов и распределение их между элементами проектов; организацию системы управления инновационными проектами и обеспечения организационного воздействия; координацию и контроль работ по инновационным проектам.

Таким образом, эффективность управления ИД ПХП во многом зависит от подсистемы планирования. Для обеспечения конкурентоспособности предприятию необходимо тщательно планировать направления и способы инновационного развития.

6. Разработку подсистемы контроля ИД ПХП. Контроль как элемент управления ИД ПХП представляет собой контролируемую систему, которая обеспечивает концентрацию контрольных действий на наиболее приоритетных направлениях инновационной деятельности предприятий, позволяет своевременно выявить проблемы и принять оптимальные управленческие решения по их устранению. Система ИД ПХП включает в себя систему мониторинга, оценку и контроль инновационных проектов с целью разработки оптимальных управленческих решений. Целью контроля является обеспечение эффективности управления ИД ПХП. Основные задачи контроля инновационной деятельности заключаются в выявлении характера и степени воздействия факторов внешней и внутренней среды предприятий химической промышленности, а также принятии решений, направленных на обеспечение их эффективного функционирования и инновационного развития. Основными функциями контроля ИД ПХП являются: 1) наблюдение за ходом реализации планов инновационных проектов; 2) выявление и измерение отклонений фактических результатов реализации инновационных проектов от планируемых; 3) диагностика по размерам отклонений серьезных ухудшений инновационной деятельности предприятий и существенного снижения темпов их инновационного развития; 4) разработка управленческих решений направленных на решение выявленных проблем в соответствии с предусмотренными целями и показателями; 5) корректировка при необходимости отдельных целей и показателей инновационной деятельности в связи с изменением внешней инновационной среды, конъюнктуры рынка инновационной химической продукции и внутренних условий. Таким образом, контроль инновационной деятельности не ограничивается внутренним контролем. Он является эффективной координирующей системой обеспечения взаимосвязи между формированием информационной базы, ана-

лизом инновационной деятельности, планированием инновационной деятельности и внутренним контролем инновационной деятельности на предприятиях химической промышленности. Разработка системы контроля инновационной деятельности на предприятиях химической промышленности базируется на определенных принципах, основными из которых являются: направленность на реализацию разработанной стратегии управления инновационным развитием предприятий химической промышленности; многофункциональность контроля инновационной деятельности; ориентированность контроля инновационной деятельности на количественные стандарты; соответствие методов контроля инновационной деятельности специфике методов анализа и планирования инновационной деятельности; своевременность операций контроля; гибкость построения системы контроля; простота построения системы контроля, экономичность контроля. Разработка системы контроля ИД ПХП состоит из следующих основных этапов. На первом этапе определяется объект контроля. Вторым этапом

является определение видов и сферы контроля. На третьем этапе осуществляется формирование совокупности контролируемых показателей. Четвертым этапом является разработка системы количественных стандартов контроля. На пятом этапе осуществляется построение системы мониторинга показателей, включаемых в контроль ИД ПХП. Заключительным этапом разработки системы контроля ИД ПХП является формирование системы алгоритмов действий по устранению отклонений. Таким образом, подсистема контроля призвана нацеливать систему управления ИД ПХП на достижение поставленных целей.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что применение системного подхода позволит повысить эффективность организации и управления сложными системами, к которым относится и инновационная деятельность, а также наилучшим образом организовать процесс принятия решений на всех уровнях управления инновационной деятельностью предприятий химической промышленности.

Список литературы

1. Баранчеев В. П., Масленникова Н. П. Управление инновациями: учебник для вузов. – М. : Юрайт, 2011. – 711 с.
2. Глазкова Ю. С. Формирование механизма инновационного развития промышленного предприятия : дис. ... канд. экон. наук 08.00.05. – Челябинск, 2011. – 144 с.
3. Стратегия инновационного развития Российской Федерации до 2020 года. – Официальный сайт. URL: <http://2020strategy.ru>
4. Тумина Т. А. Инновационное развитие экономических систем : дис. ... докт. экон. наук. 08.00.05. – Белгород, 2009. – 360 с.
3. Шапорова О. А., Рудакова О. В. Организационно-экономические аспекты формирования и развития системы управления инновационной деятельностью промышленного предприятия // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 112-117.

N. A. Novikova*

**Novikova Natalya, applicant
of Volga University of V. N. Tatishchev, Togliatti
natascha77_07@mail.ru*

SYSTEM OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGEMENT IN CHEMICAL INDUSTRY

Keywords: management, innovation, system approach, system of innovative activity management.

The article considers innovative activity management in chemical industry, using system approach. The author describes management subsystems, such as organization, information support, financial security, analysis, planning and control of innovations.

© Новикова Н. А., 2014

УДК 004.056.5

В. С. Марченко*

**Марченко Виктория Станиславовна, кандидат педагогических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
borismarch@yandex.ru*

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАЩИТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Ключевые слова: экономическая информация, система защиты, угрозы безопасности, банковская деятельность, финансовые ресурсы, документация.

Обеспечение защиты экономической информации в коммерческом банке весьма сложное и трудоемкое занятие и требует определения этапов и последовательности действий, в ходе выполнения которых система безопасности будет становиться более эффективной.

В современных условиях аспект экономической безопасности российских коммерческих банков приобретает особое значение. Их сложное финансовое положение, с одной стороны, и необходимость расширения инвестиций в экономику, с другой, превращают этот вопрос в один из наиболее актуальных теоретических и практических вопросов национальной экономики [3]. Экономическая безопасность банков – это не только атрибут современной политики их выживания, но и стратегия развития кредитных учреждений. Банки являются частью экономического организма, одним из важнейших секторов экономики, и эффективное развитие банков положительно сказывается на инвестиционной активности и на экономическом росте.

Роль коммерческих банков как регуляторов денежного оборота, центров аккумуляции денежных ресурсов и их перераспределения возлагает на них большую ответственность перед обществом, которое не должно иметь сомнений в экономической безопасности и стабильности банковской системы, а партнёрам, вкладчикам и инвесторам необходимо иметь полную уверенность в устойчивости и надёжности любого банка. Чтобы не потерять общественного доверия, коммерческие банки должны быть максимально открытыми, жёстко контролируруемыми регулирующими органами и быть постоянно нацеленными на укрепление своей устойчивости, надёжности и безопасности. Способы проникновения к закрытой информации банка становятся все более изощренными, что не удивительно, т. к. в нынешних рыночных отношениях самым дорогим товаром становится именно информация. Повышение уровня угрозы требует адекватного ответа, т. е. повышения уровня защиты. Существует множество способов защиты информации, и все они представляют собой комплекс действий и средств, поставленных для достижения единой цели.

На рис. 1 отображен первый этап анализа организации системы защиты экономической информации в коммерческом банке. Всякая система подчиняется управляющим факторам, в данном случае их три: распоряжения совета директоров, Конституция и Уголовный кодекс Российской Федерации. Последний обозначает границы использования техники и людей в процессе обеспечения защиты и сообщает о том, какое наказание последует за нарушение установленных границ. Конституция является также руководящим элементом, поскольку в ней описаны как права, так и обязанности человека в той или иной деятельности. На входе в систему существует стартовый набор информации: финансовые ресурсы, документация, экономическая информация. Финансовые ресурсы представляют собой совокупность наличных денежных средств, денежную стоимость имущества учредителей банка, которым они способны обеспечить создание своего банка и его функционирование, другими словами, это первоначальный уставной капитал организации. Документацией может являться совокупность документов, справок, характеристик, рецензий и правовых актов, необходимых для оформления разрешения на создание и ведение уставной деятельности будущего банка. Экономическая информация может быть представлена кредитной историей учредителей, справочная информация о состоянии их счетов, трудовая книжка и т. д.

В процессе создания банка, системы безопасности привлекается ряд лиц, которые будут обеспечивать реализацию тех или иных этапов формирования банка. На рис. 1 стрелками снизу обозначены все элементы, с помощью которых создается система безопасности экономической информации. Начальник службы безопасности появляется после регистрации банка и занимается всеми вопросами безопасности, при этом консультируясь с юристом, для того чтобы все при-

нимаемые решения и меры обеспечения безопасности не нарушали законов и правовых актов, также он должен заниматься разработкой инструкций по безопасности для каждого отдела банка. В правление банка входит множество лиц – от начальников отделов до начальников дополнительных офисов, в зависимости от сложности или масштаба поставленной задачи они включаются в процесс непосредственно, в данном же

случае правление банка участвует практически во всех этапах организации системы защиты. Начальник отдела эксплуатации информационных систем или начальник информационного отдела, так же как и начальник службы безопасности, принимает непосредственное участие в организации системы защиты экономической информации в банке.

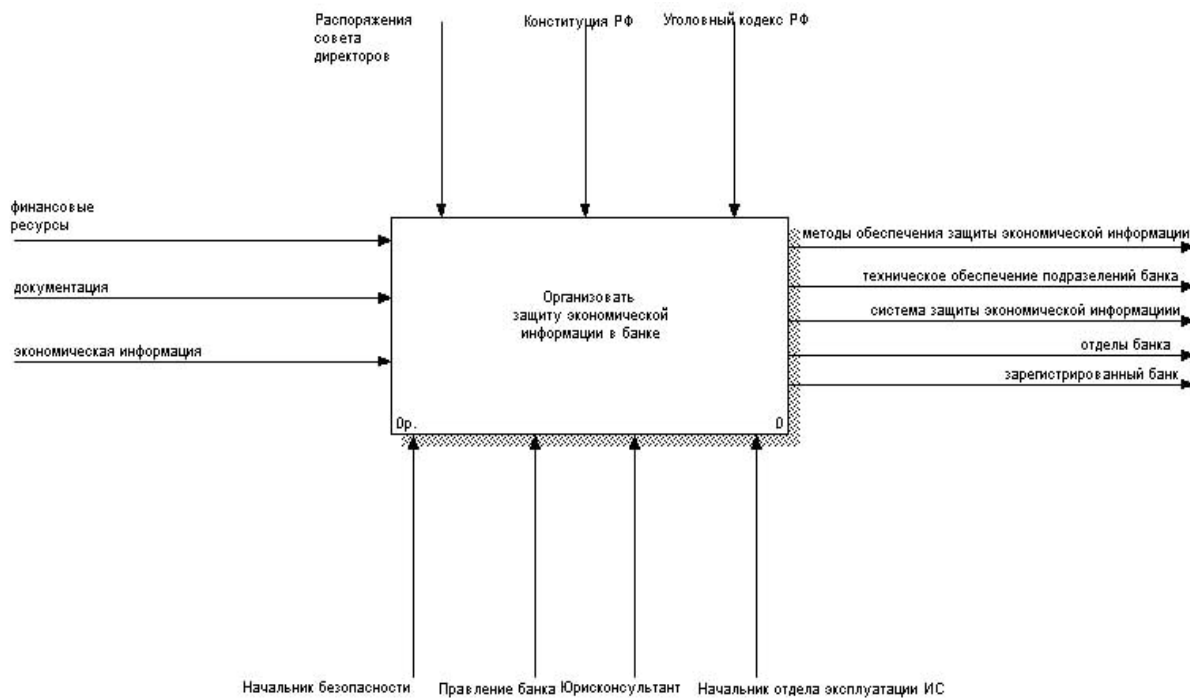


Рис. 1. Диаграмма организации защиты экономической информации в банке

На рис. 2 система организации защиты экономической информации банка подразделяется на четыре подсистемы или этапа: определение мер защиты информации на основании направлений деятельности банка, организация управления банком в сфере защиты экономической информации, обеспечение инженерно-техническим оборудованием для защиты экономической информации и установление программного обеспечения, обеспечивающего защиту экономической информации.

Управляющими факторами для каждого этапа по-прежнему являются распоряжения совета директоров, Уголовный кодекс и Конституция Российской Федерации. Механизмом осуществления каждого этапа выступают отдельные люди, руководимые правлением банка, начальником службы безопасности или начальником отдела эксплуатации информационных систем. При выполнении каждого этапа возникают те или иные выходные параметры, которые были подробно описаны на предыдущем рисунке.

На рис. 3 детализирован первый этап определения мер защиты экономической информации на основании особенностей деятельности банка. В этот этап включается определение законодательной базы в сфере обеспечения защиты информации, разделение функций банка по отделам и планирование мер защиты информации, представление инструкций по безопасности для каждого отдела банка. На первом этапе не только определяется законодательная база, но и происходит регистрация банка, именно поэтому в нем принимают участие финансовые ресурсы, экономическая информация, документация. Осуществляется это посредством участия в процессе юристов и лиц, представляющих будущий банк (правление банка). Следом начальником службы безопасности планируется, какие меры защиты экономической информации следует применять исходя из функций, которые банк берется выполнять в процессе своей деятельности.

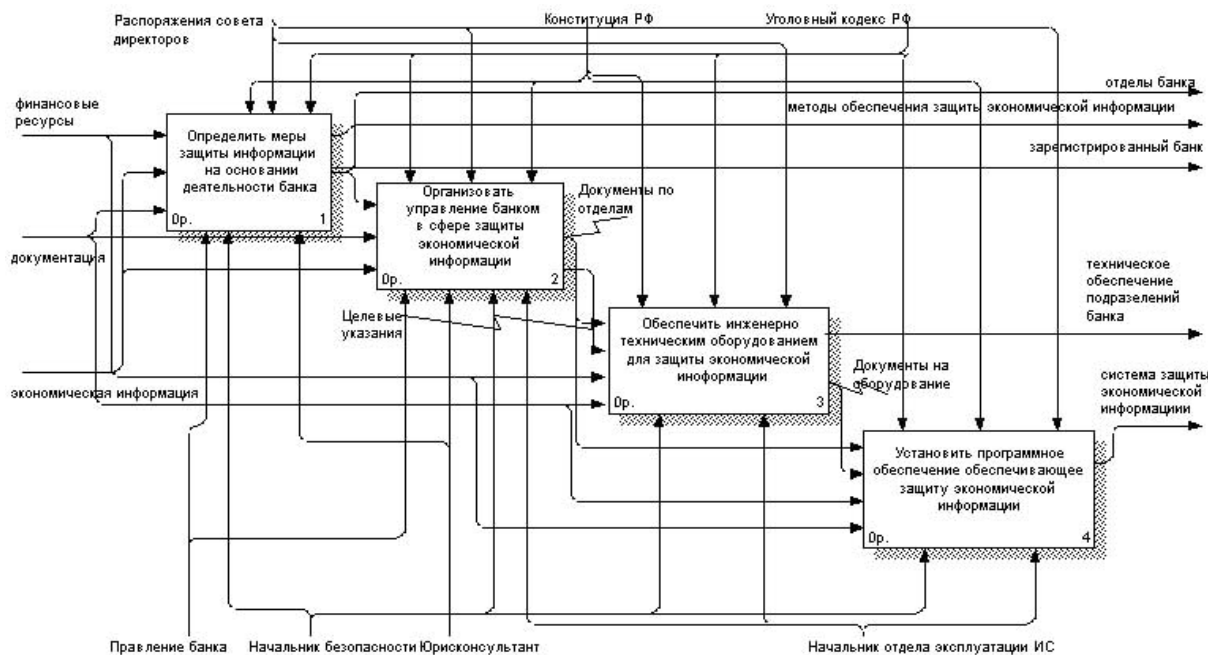


Рис. 2. Диаграмма поэтапной организации защиты экономической информации в банке

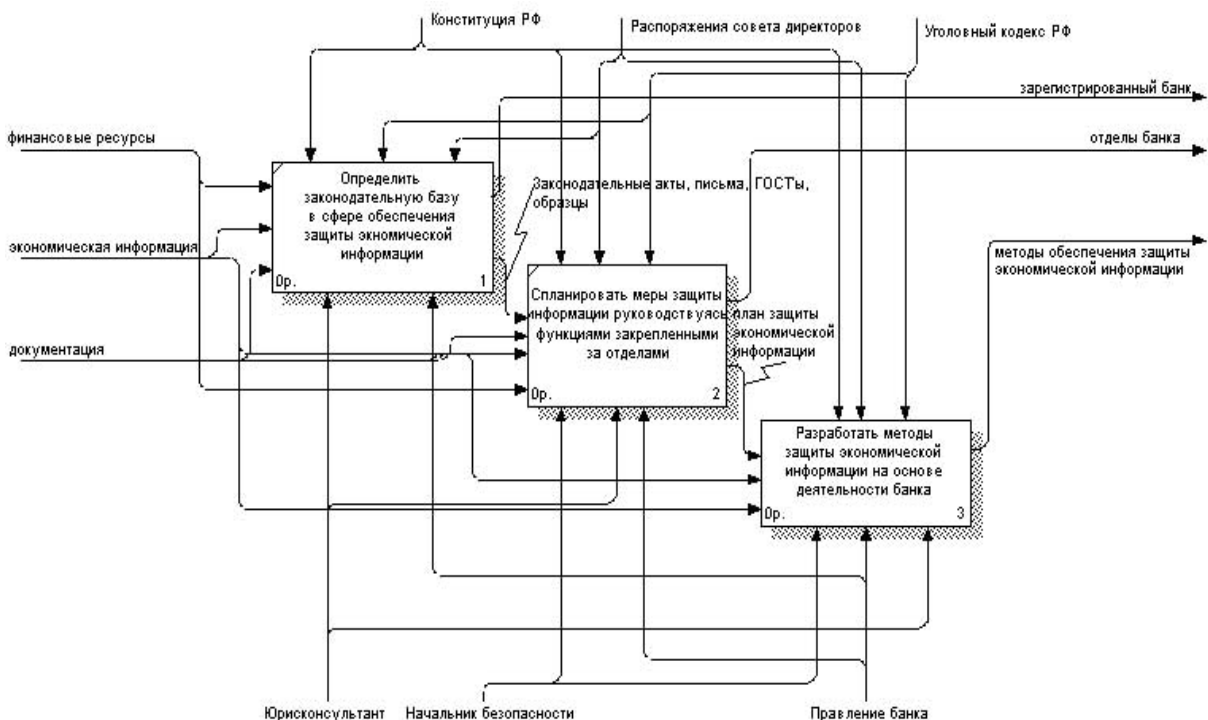


Рис. 3. Диаграмма определения мер защиты экономической информации на основании деятельности банка

На рис. 4 детализирован этап организации управления банком в сфере защиты экономической информации. Он состоит из двух элементов: установление порядка деятельности отделов банка с точки зрения обеспечения защиты экономической информации и целевых указаний для отделов по выполнению требований системы защиты экономической информации. Каждый элемент управляется распоряжениями совета дирек-

торов, Уголовным кодексом и Конституцией. В качестве вводных данных для каждого элемента выступает информация об отделах банка (отделы банка), документация и экономическая информация. В качестве механизма, посредством которого осуществляется каждый этап, выступают юрист и правление банка, на последнем этапе для его осуществления подключаются к исполнению начальник службы безопасности и на-

чальник информационного отдела. На этапе определения порядка деятельности банка создаются должностные инструкции и устанавливается порядок документооборота между различными от-

делами банка, который призван защитить экономическую информацию. Целевые указания для отделов задают направления их деятельности в сфере защиты экономической информации.

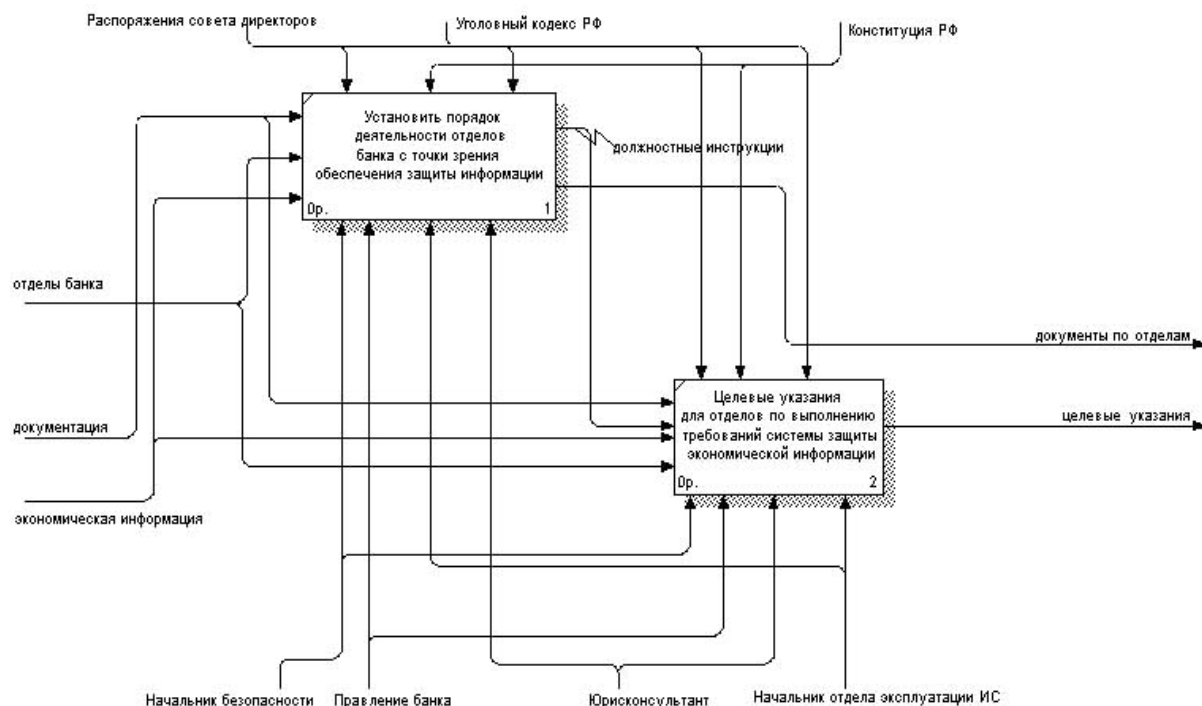


Рис. 4. Диаграмма организации управления банком в сфере защиты экономической информации

На рис. 5 изображена диаграмма обеспечения инженерно-техническим оборудованием для защиты экономической информации банка. Этот этап подразделяется на определение перечня требуемого оборудования, закупку и установку оборудования для защиты экономической информации, тестирование этого оборудования в отношении уставной деятельности и общее тестирование оборудования, имеющего отношение к системе защиты экономической информации. В качестве исполнителя на данном этапе выступает начальник службы безопасности, который отвечает за наличие и отладку техники, необходимой для создания системы защиты. Начальник информационного отдела отвечает за настройку оборудования, а также за его работоспособность. Управляющими факторами являются Уголовный кодекс, Конституция и распоряжения совета директоров, руководствуясь этими элементами, будут выполняться все этапы.

На рис. 6 детализирован этап установки программного обеспечения. Документы по отделам несут пакет информации, в котором указан перечень программ, необходимых для нормального функционирования будущего отдела, также указана информация о цели создания отдела. Документы по оборудованию представляют собой

пакет документов на оборудование, начиная от чеков и заканчивая инструкцией по эксплуатации. Весь этап можно подразделить на три подуровня, в процессе выполнения которых будет создана система защиты экономической информации банка. На первом этапе, руководствуясь поступившей информацией об отделах, укладываясь в рамки выделенных финансовых ресурсов и технических характеристик закупленного оборудования, приобретается программное обеспечение, призванное обеспечивать ведение уставной деятельности банка и позволяющее защищать экономическую информацию банка от различного вида угроз. На втором уровне программы, призванные обеспечивать защиту экономической информации, проходят этап установки. В ходе выполнения третьего этапа создания системы защиты экономической информации проходит этап отладки и подгонки под конкретные характеристики и требования к этой системе.

Умение банка хранить информацию о клиентах и своем финансовом состоянии непосредственно влияет на процветание банка в будущем, и практика показывает, что высокие затраты на систему защиты информации всегда себя окупают.

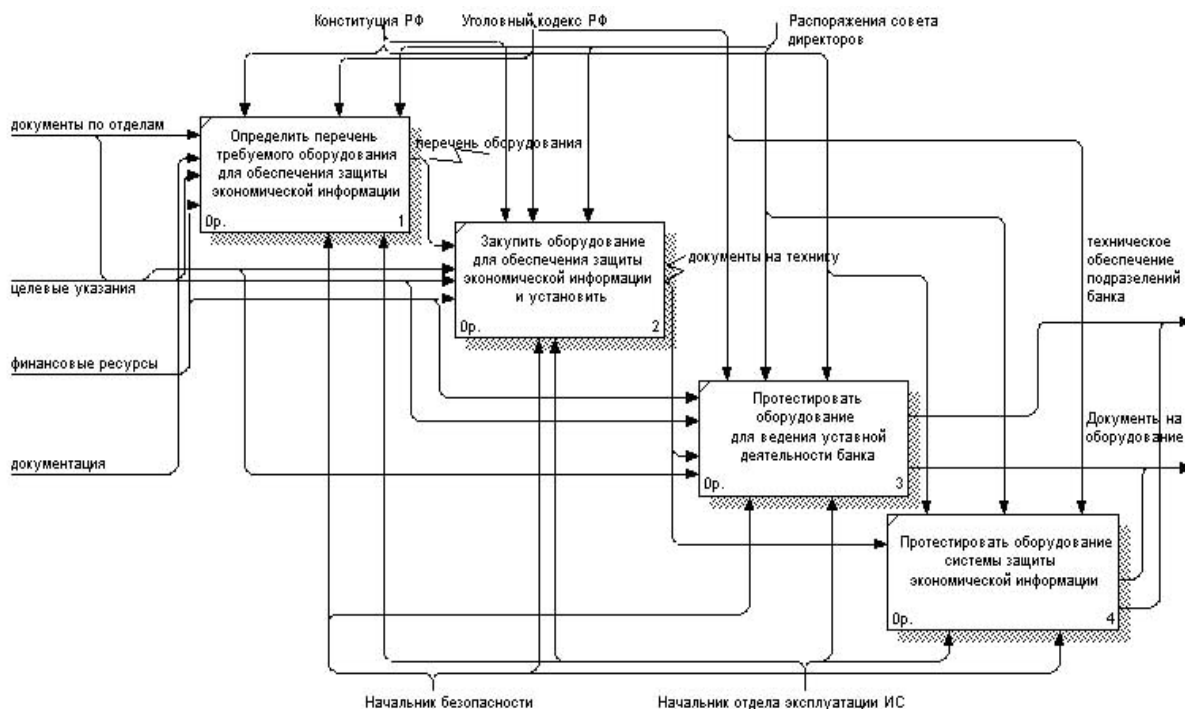


Рис. 5. Диаграмма обеспечения инженерно-техническим оборудованием, предназначенным для защиты экономической информации банка

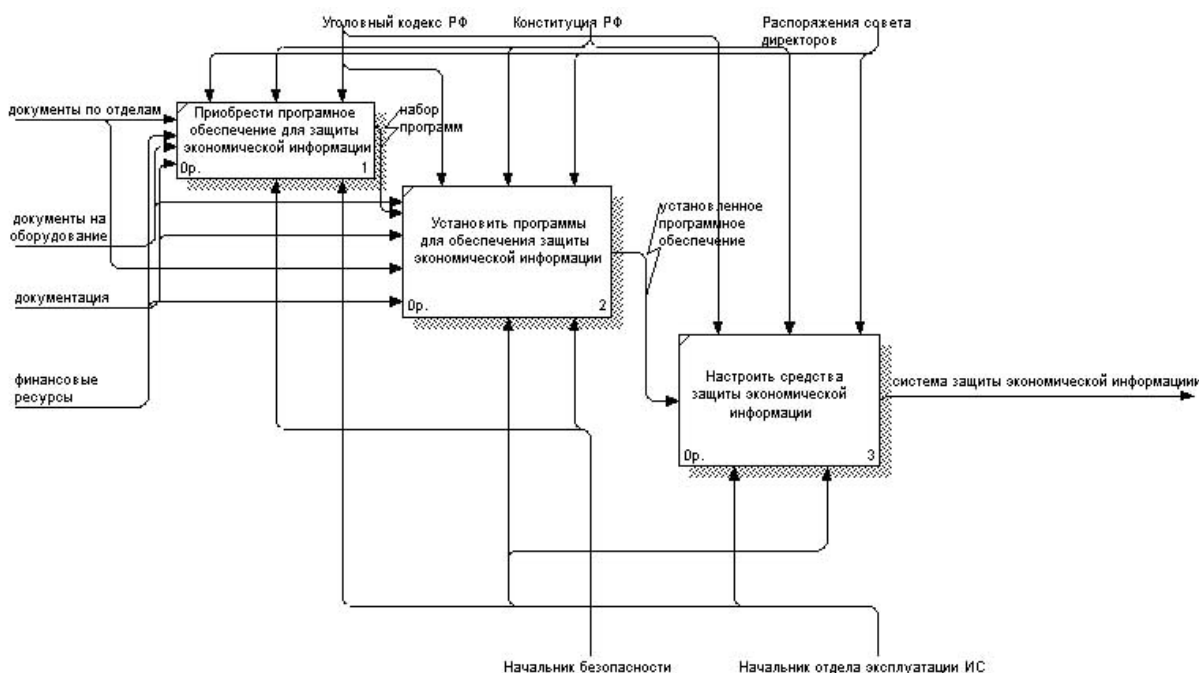


Рис. 6. Диаграмма установки программного обеспечения, обеспечивающего защиту экономической информации

Создание системы защиты экономической информации в банке – весьма трудоемкий и кропотливый труд. Собрав и проанализировав информацию об организационной структуре типового банка, его подразделениях и отделах, должностях, закрепленных за банком, и обязанностями, к которым они обязывают, можно смело сказать, что организовать успешно функционирующую

систему защиты, действительно способную защитить огромные потоки информации в банке, весьма и весьма сложно. Требуется учитывать множество нюансов, опираясь на законодательную базу и необходимость тотального контроля за потоками информации, приходится очень часто консультироваться с юристами по правовым вопросам, по вопросам соответствия стандартам

разрабатываемых инструкций. Но мало просто создать систему защиты экономической информации, нужно суметь удержать ее на должном уровне, что в условиях постоянно развивающейся науки и стабильного появления как новых систем защиты, так и новых способов ее преодоления представляет собой нелегкую задачу, ко-

торая требует значительных финансовых вложений [4]. Учитывая тот факт, что банковские услуги весьма востребованы, а информационные технологии постоянно развиваются, модификация устаревших систем защиты экономической информации жизненно необходимо для банка, который хочет выдержать конкурентную борьбу.

Список литературы

1. Митрофанова Я. С. Теоретические и практические аспекты разработки системы управления информационной безопасностью предприятия // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2012. – № 4 (24). – С. 153-159.
2. Альшанская Т. В. Экономические аспекты защиты информации // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 6 (32). – С. 182-187.
3. Ерохина Л.И. Предприятия в сфере сервиса. управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Соц.-культур. сервис и туризм» и «Сервис» / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. – Москва, 2005.
4. Ерохина Л. И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Коммерция» / Л. И. Ерохина, Е. В. Башмачникова, Т. И. Марченко. – Москва, 2007.

V. S. Marchenko*

**Marchenko Victoria, PhD in Pedagogical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
borismarch@yandex.ru*

MODEL OF PROTECTION OF ECONOMIC INFORMATION OF COMMERCIAL BANK

Keywords: economic information, protection system, security threats, banking, financial resources, documentation.

Ensuring the protection of economic information in a commercial bank is a complex and time-consuming process, which requires specific steps and the sequence of actions in the course of which the security system will become more efficient.

© Марченко В. С., 2014

УДК 338.242.2

Т. И. Марченко*

**Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
mtata68@mail.ru*

ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТСКИМ ПОТОКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ключевые слова: ресурсная концепция управления, цепочка создания ценности / стоимости, краткосрочные и долгосрочные эффекты, клиентский поток.

Обосновывается инвестиционная логика разработки нефинансовых индикаторов оценки долгосрочных эффектов от использования клиентских активов, являющихся источником денежных потоков всех участников цепочки создания и предоставления ценности.

Фундаментом современной ресурсной концепции управления, согласно консолидированному мнению значительной части ученых и практиков, является не просто поиск эффектов от использования материальных ресурсов, находящихся в распоряжении экономических образований, но получение результатов от потребления полного набора ресурсов (в том числе и нематериальных), сопровождающих все звенья цепочки создания и предоставления ценности потребителям. В связи с этим расширение инструментария, используемого для оценки долгосрочных эффектов управления в границах ресурсного подхода, осуществляется за счет совокупности клиентоориентированных средств.

Признание того, что в основе ресурсной концепции управления лежит цепочка создания ценности, во-первых, подчеркивает факт совместного участия целого ряда экономических образований в создании стоимости / ценности. Во-вторых, это еще раз подчеркивает мысль о том, что современное рыночное управление – это не просто совокупность решений относительно деятельности отдельно взятого хозяйствующего субъекта, а некоторый механизм координации и перекрестной разработки данной совокупности решений взаимодействующими агентами рынка, совместно создающими и предоставляющими ценность потребителям.

Трансформация основания управления в рамках ресурсного подхода – переход от трансакции как фундамента рыночного присутствия к цепочке создания ценности для потребителей – актуализирует постановку вопроса о правомерности оценки результатов потребления партнерских ресурсов, как краткосрочных, так и долгосрочных, с использованием традиционных индикаторов [2].

Трансакционное управление связывает эффекты использования ресурсной активности с объемами сделки или в той или иной мере на нее

опирается. Как следствие, результаты администрирования непосредственно оцениваются по объему продаж, рыночной доле и другим показателям. Однако проблема определения долгосрочных результатов потребления современного набора партнерских ресурсов не столь однозначна и вызывает многочисленные дискуссии теоретиков и практиков. Если же исходить из того, что в основе ресурсного взгляда на управление лежит цепочка создания ценности, то возникают дополнительные вопросы не только о возможности оценки этой ценности как таковой (об индикаторах ее измерения), но и о вкладе усилий на выстраивание взаимоотношений с потребителями в общие результаты деятельности хозяйствующего субъекта и всей цепочки взаимодействующих активностей как некоторого целостного образования.

«Новая экономика» настоятельно требует использования иных индикаторов оценки состояния как непосредственного администрирования в границах ресурсного подхода, так и результатов функционирования экономического образования, создавая предпосылки для их релевантного сопоставления. При этом рассмотрение цепочки создания ценности в качестве базиса концепции управления партнерскими ресурсами еще более усложняет оценку эффектов хозяйствования, особенно долгосрочных [2]. Соответственно, исследовательская проблема может быть сформулирована как необходимость разработки принципиального подхода к оценке долгосрочных эффектов от потребления партнерских ресурсов, позволяющего определять и обосновывать дальнейшие траектории стратегического развития.

Разрешение проблемных ситуаций, связанных с управлением клиентским потоком как частью партнерских ресурсов экономических образований, имеет краткосрочные и долгосрочные эффекты [3]. При этом краткосрочные эффекты оказываются, как правило, отрицательными, что обусловлено наличием срока окупаемости инве-

стиций в формирование и развитие клиентской базы, а также необходимостью покрытия текущих постоянных затрат. Через определенное время saldo доходов хозяйствующего субъекта становится положительным.

Данный простой пример иллюстрирует возможные различия между краткосрочными и долгосрочными результатами управления взаимоотношениями с потребителями в границах ресурсного подхода. Постоянный мониторинг полезности использования партнерских ресурсов позволяет достаточно просто идентифицировать как краткосрочные, так и долгосрочные эффекты администрирования.

Существуют различные критерии оценки результатов управления клиентским потоком, в числе которых максимизация доходов; рост клиентского капитала; увеличение абсолютного значения нематериальных активов хозяйствующего субъекта с доминантой капитала бренда и клиентского капитала.

Несмотря на такое разнообразие характеристик взаимодействия хозяйствующих субъектов с клиентским потоком, в научной среде существует солидарное мнение относительно того, что оценка эффективности администрирования требует усиления внимания со стороны данных субъектов изменениям денежных потоков, возникающим в ходе выстраивания ими взаимоотношений с потребителями. Предпринимались неоднократные попытки создания последовательной цепочки промежуточных результатов, синтезирующихся в конечном счете в сумму добавленной стоимости и задействованного капитала того или иного экономического образования за определенный период [5]. Данная позиция рассматривает вопрос о взаимосвязи кратко- и долгосрочных результатов хозяйствующего субъекта в рамках двух подсистем: финансовой и, соответственно, нефинансовой. Первая основана на предсказании долгосрочных результатов и дисконтировании денежных потоков, а вторая представляет будущее через текущее состояние клиентских активов.

Ставшее уже несколько традиционным соотношение затрат и результатов в управлении партнерскими ресурсами связывает в единую систему тактические и стратегические действия, демонстрируя промежуточные и конечные итоги, а также детализируя понимание механизма взаимодействий с целью его дальнейшей операционализации. Одновременно наличие долгосрочных эффектов в управлении взаимоотношениями с потребителями, проявляющееся в виде лояльности последних или капитала бренда и клиентского капитала, является дополнительным аргументом для введения в систему оценочных индикаторов результативности использования партнерских ресурсов инвестиционной составляющей.

В отличие от затратной, инвестиционная логика предлагает рассматривать целенаправленные вложения в создание партнерских активов. В связи с этим необходимо отметить труды некоторых исследователей [6], пришедших к выводу о том, что исключительно финансовые методы не позволяют оценить вклад партнерских ресурсов в общие результаты функционирования экономического образования. Сфера оценки результатов управления клиентским потоком с точки зрения вклада в ценность хозяйствующего субъекта, формирование его устойчивых конкурентных преимуществ, создание особых нематериальных активов становится все более привлекательной для многих исследователей. При этом нередко делается акцент на важности устойчивого генерирования денежных потоков в результате реализации концепции управления партнерскими ресурсами. Источником денежных потоков выступает совокупность потребителей, имеющих различный потенциал в генерировании данных денежных потоков.

Новая волна интереса к этой области исследований связана с поиском дополнительно возникающих оснований устойчивого развития экономических образований и распространившейся в последнее десятилетие концепцией отношенческих рент. В рамках данной концепции взаимодействие с потребителями, клиентоориентированность становится одним из доминантных условий конкурентоспособности и устойчивого развития хозяйствующих субъектов. «Прцветающие сегодня компании ... уделяют большое внимание пожизненной ценности существующих клиентов» [6, с. 115]. Активно развиваются и метрики результативности управления клиентскими активами, в числе которых следует выделить систему сбалансированных показателей.

Продолжая логику инвестирования средств в создание, поддержание и наращивание клиентских активов, необходимо подчеркнуть, что неудовлетворенность потребителей, вызванная существованием значительного разрыва между ожиданиями и восприятием созданной для них ценности, сопровождается впоследствии падением инвестиций в данную сферу деятельности. Одновременно признание результатов деятельности экономических образований, выражающееся ростом привлеченных и удовлетворенных потребителей, является предпосылкой к появлению возможности привлечения ими дополнительных капиталов. Как следствие, взамен использовавшихся прогнозных оценок спроса и дисконтирования денежных потоков в качестве основных индикаторов оценки долгосрочных результатов исследователи все чаще рассматривают долговременные взаимоотношения с потребителями, пытаются оценить их как отдельный актив, показать его значимость для развития хозяйствующих субъектов. Усиление инициатив в

научной среде по изучению структурных сдвигов в клиентской базе – долевого соотношения привлеченных и удержанных клиентов – направлено на сохранение и наращивание потенциально емкой клиентской базы как основного источника денежных потоков. Следует заметить, что практическая применимость новых метрик имеет ограничения, объясняемые сложностью определения, экономическими и организационными проблемами внедрения.

Изучение цепочек создания ценности / стоимости получает особую значимость в связи с глобализацией и значительным территориально-страновым разбросом участников данных цепочек. Специфика исследования состоит в том, что конкурентоспособность может рассматриваться двойственно: с позиций создания добавленной ценности / стоимости или ее перераспределения. В этом контексте высокая конкурентоспособность означает факт создания такой добавленной ценности / стоимости, которая не будет перераспределена в пользу других участников цепочки. Для реализации принципа клиентоориентированности в цепочке большое значение имеет установление соотношения сил в управлении данной цепочкой со стороны поставщиков и потребителей.

По завершении краткого аналитического обзора научных исследований в области оценки эффективности взаимоотношений с потребителями рассмотрим базовые методологические утверждения, положенные в основу оценки долгосрочных эффектов управления клиентским потоком, позволяющие определять и обосновывать дальнейшие направления развития экономических образований:

- источником устойчивого развития как отдельно взятого экономического образования, так и цепочки взаимодействующих агентов рынка, участвующих в создании ценности, является клиентский поток, под которым понимается изменяющаяся во времени совокупность потребителей, обслуживаемых конкретным хозяйствующим субъектом или группой взаимодействующих в цепочке субъектов;

- клиентский поток рассматривается как совокупность конечных потребителей, приобретающих блага, произведенные всеми участниками цепочки создания ценности;

- клиентский поток, соотносимый с конкретной цепочкой создания ценности, является источником финансирования всех ее участников (вопрос распределения совместно созданной ценности между участниками цепочки в данной статье не рассматривается);

- поток клиентов представляется как совокупность адресных (а не обезличенных) потребителей, позволяющих их «сортировать» по степени значимости, т.е. он может быть охарактеризован не только с помощью количественных, но и качественных параметров (выделение активных

- и пассивных, перспективных и менее потенциально емких групп клиентов с позиции их запросов и возможностей потребления в течение всего жизненного цикла взаимоотношений);

- изменяющийся во времени клиентский поток оценивается как в динамике (по характеристикам прироста / сокращения), так и в статике (по его срезу на определенную дату и структурным сдвигам в потребительских группах, образующих поток клиентов);

- дифференциация управленческих воздействий проводится по таким частям клиентского потока, как новые (рекрутированные) и удерживаемые (реактивированные) потребители;

- комплексное исследование результатов управления клиентским потоком в рамках всей цепочки взаимодействующих рыночных агентов, создающих ценность, включает в себя оценку динамики клиентского потока (прирост) и его структуру, под которой понимается соотношение идентифицированных клиентских групп в потоке, зафиксированное на определенном временном интервале. Выявление абсолютных и относительных отклонений клиентского потока, а также изменений в соотношении его отдельных групп позволяет оценить в динамике клиентский капитал, соотносимый с определенной цепочкой создания ценности, и целенаправленно управлять данным партнерским ресурсом, определяя набор корректирующих действий, ориентированный на конкретные потребительские сегменты.

Опираясь на перечисленные выше принципиальные положения по обоснованию долгосрочных эффектов управления партнерским ресурсом, построим концептуальную модель управления клиентским потоком (рис. 1).

В модели клиентский поток делится на вновь привлеченных и реактивированных потребителей [3]. В динамике поведение потребителей, активированных как впервые, так и повторно, может проявляться в переходах из одной группы в другую, в том числе и пассивную. Необходимо отметить, что категория пассивных потребителей тоже подвижна, что обусловлено реактивацией отдельных ее членов. Поэтапное сужение доли повторных потребителей в номинальном клиентском потоке на рисунке условно представлено уменьшением площади прямоугольников.

В качестве долгосрочного результата реализации предложенной теоретической модели управления клиентским потоком в цепочке создания ценности может рассматриваться возможность поддержания определенной динамики объема партнерского ресурса. Подобная динамика определяется приростом активной доли клиентского потока, генерирующей основные денежные поступления. Отслеживание данной динамики позволит своевременно выявить проблемы и при необходимости переориентировать направления текущей и перспективной административной ак-

тивности. Анализ структуры клиентского потока позволит обосновать принимаемые управленче-

ские решения по привлечению и удержанию различных категорий потребителей в будущем.

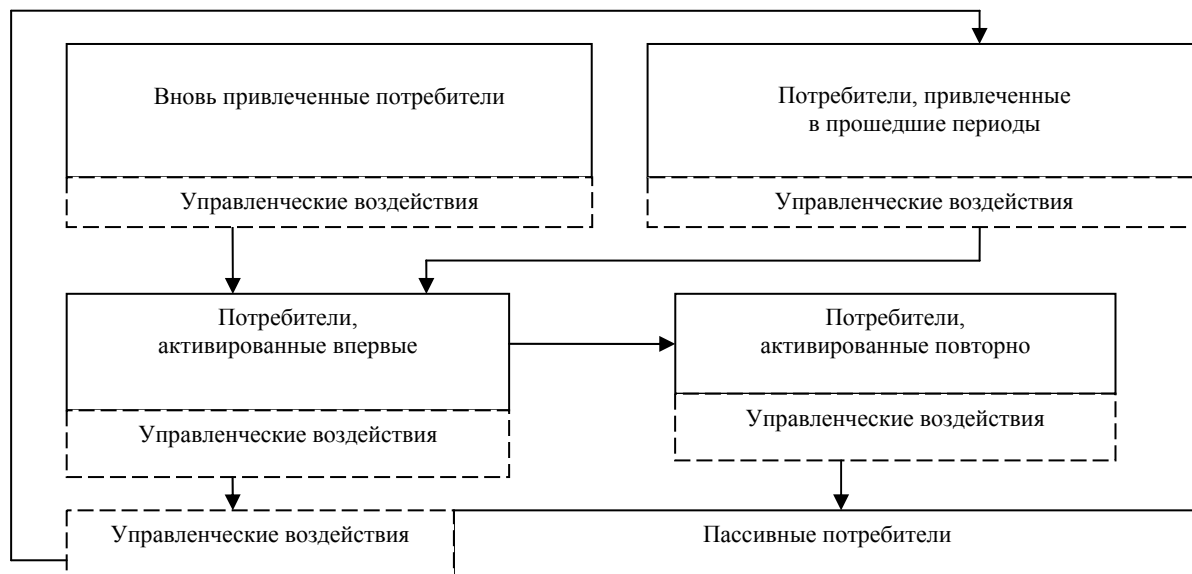


Рис. 1. Концептуальная модель управления клиентским потоком

Как отмечалось выше, предложенный инструментарий позволяет оценить общий источник генерации денежных потоков, пронизывающих всю цепочку ценности / стоимости.

Дальнейшие направления исследований предполагают уточнение вклада каждого звена цепочки в ценность, создаваемую данной цепочкой, и распределение прибылей между участниками взаимодействия.

Список литературы

1. Kohli A. 1993. MARKOR: A measure of Market orientation / A. Kohli, B. Jaworski, A. Kumar // Journal of Marketing Research. – Vol. XXX, 67-77.
2. Марченко Т. И. Об аналитической структуре категорий ресурсного подхода к управлению экономическими образованиями // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 4 (30). – С. 37-40.
3. Марченко Т. И. Партнерство с клиентами в аналитической структуре категорий ресурсного подхода к управлению экономическими образованиями // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2013. – № 3 (10). – С. 44-47.
4. Руст Р. Измерение результативности маркетинга: современные знания и будущие направления / Р. Руст и др. // Российский журнал менеджмента. – 2007. – № 5 (2). – С. 63-90.
5. Rust T. Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions / T. Rust, T. Ambler, G. Carpenter // Journal of Marketing. – 2004. – № 68 (4). – С. 76-89.
6. Шет Д., Сисодиа Р. Проблемы и анализ продуктивности маркетинга // Российский журнал менеджмента. – 2007. – № 5 (2). – С. 91-116.

T. I. Marchenko*

*Marchenko Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti mtata68@mail.ru

MANAGEMENT TRANSFORMATION OF ECONOMIC ENTITY CLIENTELE

Keywords: resource management concept, value chain, short-term and long-term effects, clientele.

The article proves the investment logic of developing non-financial indicators for assessment of long-term effects from the use of client assets, being the source of cash flows of all participants of value chain.

УДК 331.1

С. Д. Кукина*

Кукина Светлана Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцентПоволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_eio@tolgas.ru

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ С ПОЗИЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, квалификация.

Рассматриваются теоретические аспекты управления персоналом предприятий сферы сервиса, проводится анализ использования квалификации персонала в Самарской области и г. о. Тольятти в современных условиях.

Ориентация экономики на рыночные отношения меняет подходы к решению многих экономических проблем, и в первую очередь тех, которые связаны с человеком. Поэтому большое внимание в современной практике управления уделяется концепции управления, в центре которой рассматривается человек как наивысшая ценность. В соответствии с данной концепцией все системы управления нацелены на более полное использование способностей работника в процессе производства продукции и оказания услуг, что является основой эффективной деятельности предприятий сферы сервиса.

В условиях современной рыночной экономики большое значение приобретает эффективность общественного производства не только в масштабах страны, но и в масштабах региона и отдельных отраслей экономики.

Традиционно в качестве конкурентных преимуществ регионов на первый план выдвигались такие характеристики, как выгодное географическое положение, обладание богатыми природными ресурсами, наличие благоприятных цен на основные факторы производства. В настоящее время особое значение имеют такие показатели конкурентоспособности региона, как использование новейших технологий, уровень образования и квалификации работников, высокая производительность труда, качество жизни основной массы населения, безопасность и экологически чистое производство.

В этих условиях основными факторами конкурентоспособности предприятий сферы сервиса в настоящее время являются обеспеченность квалифицированной рабочей силой, степень ее мотивации, организационные структуры и формы работы, то есть все факторы, обеспечивающие эффективность использования персонала.

Процесс управления персоналом является комплексом целей, задач и основных направлений деятельности, а также различных видов, форм, методов и соответствующего механизма управления. Он состоит из нескольких направлений, которые связаны единой целью предприятия сферы сервиса – удовлетворение индивидуаль-

ных потребностей клиентов на основе максимально возможных способностей работников. Все составляющие процесса направлены на то, чтобы эти способности в условиях предприятия полностью раскрылись (рис. 1) [4].

В данном случае концепция управления персоналом предприятий сервиса осуществляется посредством управления социальными процессами, нацеленными на повышение уровня мотивации деятельности персонала, создания благоприятного социального климата, повышения уровня использования трудового потенциала.

Несогласованность между основными составляющими процесса управления как по горизонтам, так и по вертикали может явиться предпосылкой нарушения эффективности управления. Каждое предприятие сферы сервиса находит и вырабатывает свои пути к эффективному управлению персоналом, но в целом они исходят из общих требований к обязанности и ответственности, функциям и средствам достижения общей цели предприятия.

Таким образом, управление персоналом является целостным процессом на основе соответствующей стратегии, в котором различные меры работы с персоналом сопряжены по содержанию и времени.

Стратегия управления персоналом предприятия сферы сервиса должна связывать между собой различные аспекты управления персоналом, чтобы лучше стимулировать и оптимизировать их влияние на работников, особенно их трудовые качества и квалификационный уровень и создавать этим соответствующую единой целевой группе комбинацию элементов концепции управления персоналом.

В современных условиях знания, умения, инициатива и предприимчивость персонала предприятия сферы сервиса являются важными стратегическими ресурсами. Предприятия, разрабатывая концепции управления для достижения своих стратегических целей в основу совершенствования систем и методов управления должны вкладывать человеческие ресурсы.

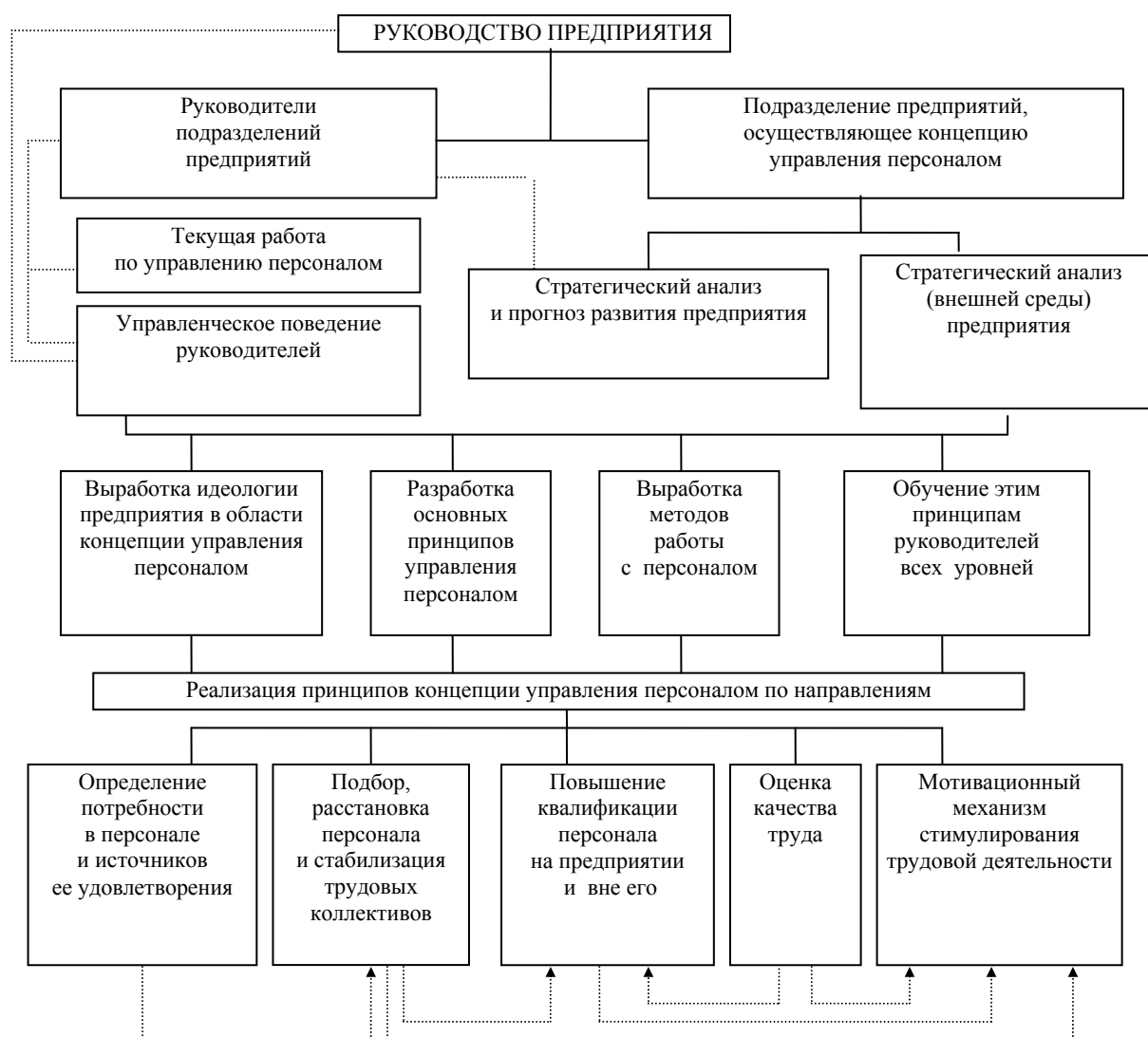


Рис. 1. Процесс управления персоналом

Суть управления человеческими ресурсами заключается в том, что люди рассматриваются как конкурентное богатство организации, которое необходимо размещать, развивать, мотивировать вместе с другими ресурсами для достижения стратегических целей организации.

Стратегию управления персоналом можно представить в виде множества отдельных составляющих, из которых выбирают оптимальные. При этом принимаемые решения должны рассматриваться как элемент общей стратегии. Выбор стратегии управления персоналом определяется реальными условиями функционирования предприятий сферы сервиса. В условиях формирования рыночной экономики предприятиями сферы сервиса могут быть выбраны следующие стратегии:

1. Стратегия с позиции экономии издержек производства как одно из основных средств сокращения расходов на персонал.
2. Стратегия увязки прогнозов потребности в персонале с планами развития.

3. Стратегия полного обеспечения потребности собственного производства продукции и оказания услуг персоналом высокого качества.

4. Стратегия качественного использования персонала предприятий сферы сервиса. Данная стратегия предполагает дополнительные вложения не только в подготовку и развитие персонала, но и создание условий для более полного их использования.

Для эффективного управления персоналом предприятия в новых условиях система управления персоналом должна содержать следующие подсистемы:

1. Подсистема отбора персонала: определение потребности предприятия в персонале, выработка критериев для отбора работников, разработка процедур отбора новых работников, подготовка и утверждение положения, отражающего процедуру отбора.
2. Адаптация работников в организации: подготовка правил поведения на предприятии, содержащих информацию о нем и принятых в стандартах поведения работников; программы

введения работников и закрепления вновь принятых работников.

3. Обучение персонала: включает разработку программ обучения для вновь поступивших руководителей и постоянного персонала.

4. Оценка результатов работы персонала: должна содержать разработку стандартов деятельности для основных категорий работников; разработку процедур ежемесячной оценки рабочих результатов персонала; проведение аттестации.

5. Информационное обеспечение работников предприятия: предусматривает разработку механизма информирования персонала о текущей и перспективной деятельности предприятия, должностном продвижении; обеспечение информацией, необходимой для выполнения работы.

6. Контроль удовлетворенности персонала своей работой, анализ причин текучести персонала: предусматривает проведение анкетирования работников для выявления их удовлетворенности условиями работы, проведение опросов увольняющихся.

7. Подсистема социальной защиты: содержит процедуры организации питания работников, создания условий для отдыха во время перерывов в работе, разработки системы льгот, установление порядка финансирования данных мероприятий.

8. Подсистема должностного и профессионального роста: включает разработку критериев, методов и процедур для выявления перспективных работников; разработку и внедрение системы должностного роста.

9. Подсистема стимулирования труда: предусматривает периодическую оценку состояния факторов, влияющих на отношение работников к своей работе – заработной плате, условиям труда, отношений с руководством и перспективы, связанные с работой на предприятии и др.

10. Повышение уровня сотрудничества в трудовом коллективе осуществляется через введение в практику торжественного награждения отличившихся по результатам работы на предприятии работников.

Стратегия управления персоналом предприятия сферы сервиса должна связывать между собой различные аспекты управления персоналом, чтобы лучше стимулировать и оптимизировать их влияние на работников, особенно на их трудовые качества и квалификационный уровень, и создавать этим единую, соответствующую целевой группе комбинацию элементов концепции управления персоналом [5].

Требования, предъявляемые при формировании трудового потенциала предприятия сферы сервиса, рекомендуется зафиксировать в карте квалификации и компетенции персонала. Рекомендуется формализовать требования, предъявляемые к трудовому потенциалу предприятий сферы сервиса в комбинированной карте квали-

фикации и компетентности, которая должна содержать следующие пункты:

1.1. Квалификационные требования (общее образование, специальное образование, специальные навыки, стаж работы по специальности, знание иностранного языка, умение пользоваться компьютером, прохождение повышения квалификации, коммуникабельность).

1.1.1. Требования компетентности (способность человека к выполнению определенных функций, тип поведения работника, социальная роль работника, тип мышления, личные характеристики работника, пол, возраст, жизненный статус).

Формализация требований к характеристике трудового потенциала предприятий сферы сервиса требует зафиксировать каждый показатель в определенных границах, что способствует структурированности подобных характеристик. При необходимости перечень показателей может быть расширен.

Качество управления во многом зависит от степени совершенства информационного обеспечения управления персоналом от организации сбора, переработки и передачи информации о персонале.

Рекомендуется в качестве основной информации о трудовом потенциале предприятий сферы сервиса использовать следующие данные: персональные данные о постоянном составе персонала; данные о структуре персонала: квалификационная, половозрастная, национальная структура; удельный вес различных категорий персонала; текучесть персонала; потери времени в результате простоев, по болезни; данные о продолжительности рабочего дня; заработная плата по категориям персонала в соответствии с ее структурой; данные об услугах социального характера, предоставляемых государством и правовыми организациями, учитывающие расходы на социальные нужды, выделяемые в соответствии с законодательством, тарифными договорами, добровольно.

На основе полной информации о персонале строится прогнозирование количественного и качественного наличия персонала на временной горизонт. В соответствии с полученной информацией планируются мероприятия по достижению или поддержанию количественного и качественного соответствия между будущей потребностью в персонале и его наличием по прогнозу. На основе полученной информации разрабатывается концепция управления персоналом предприятия сферы сервиса.

Центральным элементом рассмотренной схемы является квалификационная характеристика персонала. Чтобы раскрыть сущность квалификации работников, рассмотрим несколько определений данного понятия.

В определении квалификации как «Наличия у индивида достаточного понимания, навыков и

знаний для успешного выполнения работы» [2] Э. Брукинг не указывает на то, какие знания, включает в себя понятие квалификации. С нашей точки зрения, сюда следует отнести знания, полученные также в ходе работы, т. е. учитывать стаж работы на этой или аналогичной должности.

В определении таких авторов, как Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц, «Уровень подготовленности, степень годности к какому-нибудь виду труда» [3] не рассмотрено, что понимается под уровнем готовности к видам труда. С нашей точки зрения, это могут быть как физическая готовность (например, здоровье человека), так и готовность на уровне знаний, приобретенных также и с учетом опыта работы.

Предложим следующее определение. Под квалификацией будем понимать совокупность профессиональных качеств работника, его навыков, знаний и умений, достаточных для успешной трудовой деятельности и обусловленных необходимым для этого стажем работы на данной или аналогичной должности.

Таким образом, квалификация отражает степень профессиональной подготовки, необходимой для выполнения трудовых функций. Также уровень работника характеризуется уровнем образования и опытом практической работы на определенной должности, сложности работ, которые могут им выполняться.

Уровень квалификации работников отражается в квалификационных (тарифных) разрядах, категориях. Тарифные разряды и категории также являются и показателями, характеризующими уровень сложности работ.

Под эффективностью общественного производства понимается «результативность исполь-

зования всех производственных ресурсов, функционирующих в экономике» [6]. И в первую очередь это эффективность функционирования трудовых ресурсов. Одной из составляющих трудовых ресурсов является их качество, в основе которого лежит образовательный уровень работников и степень их квалификации.

С целью анализа эффективности функционирования трудовых ресурсов в регионе рассмотрен трудовой потенциал Самарской области.

В 2004 году был утвержден закон «Управление кадровым потенциалом Самарской области на 2004–2008 годы» от 12 марта 2004 г. № 32-ГД. В нем было указано, что для большинства обследованных предприятий была типичной «нехватка квалифицированных специалистов и рабочих высокой квалификации. Уровень подготовки кадров в образовательных учреждениях не всегда устраивает работодателей. Многие выпускники вынуждены работать не по полученным специальностям» [1]. Также в числе безработных немалую долю составляли лица, имеющие высшее и среднее профессиональное образование.

Ситуация в регионе с момента окончания действия программы изменилась не сильно. По-прежнему на рынке труда конкуренция работников за получение рабочего места сменяется конкуренцией работодателей за рабочую силу, удовлетворяющую предъявляемым требованиям. Также в числе безработных немалую долю составляют лица, имеющие высшее профессиональное образование. Так, по данным государственной службы занятости Самарской области [7], из 686 зарегистрированных на сайте резюме высшее образование имеют 446 человек, что составляет 65,01% (табл. 1).

Таблица 1

Представленные резюме в государственные службы занятости по Самарской области по уровню образования, чел.

Уровень образования	Регион исследования		
	Самарская область	г. о. Самара	г. о. Тольятти
Всего поданных резюме	686	330	192
Имеющие высшее профессиональное образование	446	230	129
Имеющие среднее профессиональное образование	640	314	184

Таким образом, высшее профессиональное образование как по региону, так и по отдельным городам имеют более 60% безработных, зарегистрировавшихся в государственных службах занятости (69,69% в г. о. Самара, 67,19% в г. о. Тольятти). Среднее профессиональное образование имеют более 93% по области. В городах этот

показатель достигает 95%. В данные цифры входит количество людей, имеющих только среднее образование и имеющих среднее образование наряду с высшим.

Также необходимо рассмотреть распределение безработных по возрасту (табл. 2).

Таблица 2

Возрастная структура безработных на примере г. о. Тольятти

Возрастная категория	2009	2010	2011
16-17	44	23	4
18-24	3169	1534	822
25-29	2167	1343	829
Предпенсионный возраст	2586	709	617
Другие возраста	8766	6178	3810

Общая численность безработных граждан в Самарской области на 1 ноября 2012 года составляла 87,9 тыс. чел. Численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости Самарской области, на этот же период составляла 16,6 тыс. чел. При этом потребность в работниках, заявленная работодателями в органы службы занятости населения, составляет 34,9 тыс. чел. [7]. Число заявленных работодателями вакансий в целом по городу почти в два раза превышает количество зарегистрированных граждан в органах службы занятости. При этом фактическое количество безработных граждан почти в три раза превышает число заявленных вакансий. Возникает вполне справедливый вопрос: почему при наличии такого количества безработных остаются открытыми вакансии?

Рассмотрим решение данного вопроса на примере предприятий торгового сервиса, в частности по категории торгово-оперативных работников.

Доля занятых в сфере торговли, ремонта автотранспорта и бытовых изделий в 2011 году составила 17,1% [8]. Что касается численности населения, занятого в сфере оптовой и розничной торговли, то за последние три года имела место тенденция к росту. Так, в 2009 году доля занятых в сфере торговли составила 17,3%, в 2010 году – 17,5%, в 2011 году – 18,0%. С целью получения общей картины увеличения роста занятых в сфере торговли сравним ее динамику с динамикой изменения численности торговых организаций (табл. 3) [9].

Таблица 3

Число организаций торговли в Самарской области

Типы организаций	2009		2010		2011	
	всего	из них крупные и средние организации	всего	из них крупные и средние организации	всего	из них крупные и средние организации
Организации, осуществляющие торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт, единиц	2141	65	2505	147	2478	111
Организации оптовой торговли, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, единиц	9352	187	11101	330	10156	299
Организации розничной торговли, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, и по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования, единиц	5266	255	6309	296	6298	313
Вещевые, смешанные и продовольственные рынки, единиц	92	—	73	—	70	—
Всего	16851	—	19988	—	19002	—

Число торговых организаций нестабильно: до 2009 года имела тенденция к росту, однако после 2009 года число торговых организаций сократилось, но не ниже уровня 2009 года. На начало 2012 года число торговых организаций составило 21159 предприятий, т. е. значительно увеличилось. Соответственно и число рабочих мест должно было вырасти, а безработица соот-

ветственно среди работников торговли уменьшиться.

Для подтверждения этого предположения рассмотрим количество зарегистрированных в органах службы занятости Самарской области безработных их числа торгово-оперативных работников (табл. 4) [7].

Таблица 4

Информация о безработных, зарегистрированных в службе занятости Самарской области на 30.09.2012

Название профессии, специальности	г. о. Самара	г. о. Тольятти	Прочие города	Районы	Область
Всего зарегистрировано	2088	2183	1555	1799	7625
Менеджер	144	132	81	54	411
Кассир	17	36	32	44	129
Товаровед	9	22	12	7	50
Консультант	12	6	7	6	31
Менеджер (в торговле)	9	10	5	6	30
Заведующий магазином	3	2	6	8	19
Старший кассир	3	3	4	5	15
Продавец непродовольственных товаров		2	2		4
Продавец продовольственных товаров		1	2		3
Продавец широкого профиля					1

Рассмотрим количество вакансий, заявленных работодателями в органы службы занятости Самарской области (табл. 5) [7].

С целью более полного анализа рассмотрим помимо граждан, зарегистрированных в органах

службы занятости, число людей, ищущих работу в сфере торговли, на примере данных одного из специализированных сайтов. Данные об изученных резюме Самарской области сайта rabota.ru представлены в табл. 6.

Таблица 5

Информация о зарегистрированных в службе занятости Самарской области вакансиях на 30.09.2012

Название профессии, специальности	г. о. Самара	Г о. Тольятти	Прочие города	Районы	Область
Всего зарегистрировано	10343	7345	4367	2818	24873
Продавец продовольственных товаров	248	145	60	40	493
Продавец непродовольственных товаров	196	35	28	19	278
Продавец широкого профиля	38	30	10	12	90
Кассир торгового зала	2	42	–	1	45
Старший продавец продовольственных товаров	3	6	–	1	10

Таблица 6

Информация о резюме, размещенных на сайте rabota.ru в Самарской области за 3 месяца

Название профессии, специальности	Данные на конкретную дату		
	30.09.12	28.10.12	5.12.12
Продавец	1529	1456	260
Продавец-консультант	1254	947	150
Кассир торгового зала	6	4	2
Старший продавец	54	27	8

Таким образом, спрос и предложение на рынке труда в сфере торговли также имеют несоответствие. Проанализировав резюме только на одном сайте, видим, что уже их количество значительно превышает число свободных вакансий в Самарской области. Тогда почему же остается открытым такое количество вакансий? Возможно, причину следует искать в несоответствии требований работодателей фактическим качествам и квалификации граждан, ищущих работу.

Проанализируем уровень квалификации торгово-оперативного персонала на основе размещенных резюме [7]. В первую очередь рассмотрим уровень образования соискателей (табл. 7).

Также необходимо рассмотреть специальность полученного образования соискателей (табл. 8).

Таким образом, уровень образования соискателей удовлетворяет требованиям работодателей (около 70% соискателей имеют специальное образование).

Таблица 7

Информация об уровне образования граждан, ищущих работу в сфере торговли

Профессия	Продавец-консультант	Продавец-кассир	Продавец продовольственных товаров	Продавец непродовольственных товаров
Среднее общее (11 кл.)	1		1	
Начальное профессиональное				1
Среднее специальное			1	2
Неполное высшее	3	1		
Высшее профессиональное	1	2	1	

Таблица 8

Информация о специальностях граждан, ищущих работу в сфере торговли

Профессия	Продавец-консультант	Продавец-кассир	Продавец продовольственных товаров	Продавец непродовольственных товаров
1	2	3	4	5
Нет профессионального образования	1		1	2
Техническое обслуживание и ремонт автотранспорта	1			
Экономист	2			
Специалист по земельно-имущественным отношениям	1			
Бухгалтер		1		
Товаровед		1	1	
Инженер		1		
Повар			1	
Преподаватель				1

Что касается специальности соискателей, то здесь огромный разброс в видах профессий. Нет профессионального образования у 4 человек. Продавцы-консультанты имеют образование техническое, экономическое и по земельно-имущественным отношениям. В принципе, если эти продавцы-консультанты ищут работу в сфере своей специальности, то это будет способствовать успешной работе. Так, например, если человек, имеющий техническое образование, займет имеющуюся вакансию консультанта в отделе техники, то на изучение технических характеристик товаров работодателю не потребуются ни материальных затрат, ни затрат времени. Однако в ином случае несоответствие образования искомой профессии вынуждает работодателя осуществлять затраты на обучение работника, тем самым руководитель может и не рассматривать такого человека в качестве соискателя на должность.

Таким образом, качество рабочей силы Самарской области характеризуют квалифицированность и образованность. Специфика образовательного потенциала области проявляется в высокой доле занятого населения со средним профессиональным образованием и имеющим высшее, в том числе неполное, образование. Однако сохраняется актуальной проблема профессионально-квалификационного несоответствия спроса на рабочую силу и ее предложения, в результате чего определенная часть рабочих мест остается вакантной.

С целью более полного анализа эффективности использования кадров в рамках отдельного предприятия следует использовать следующую методику для конкретного предприятия. При анализе квалификационного уровня торгово-оперативных работников следует рассчитать удельные веса каждой категории торгово-оперативных работников (высшая, первая и т. д.) в общей чис-

ленности торгово-оперативных работников. Если в общей численности торгово-оперативных работников преобладают торгово-оперативные работники с низкими категориями, то это может сказаться на объеме продаж и качестве обслуживания покупателей.

Обобщающим показателем уровня квалификации торгово-оперативных работников является исчисление средней категории (разряда) торгово-оперативного работника по формуле:

$$\bar{R}_i = \frac{\sum K_i \cdot \mathcal{C}_i}{\mathcal{C}_i}$$

где \bar{R}_i – средняя категория (разряд) торгово-оперативного работника;

K_i – номер категории (разряда);

\mathcal{C}_i – численность работников, работающих по определенной категории (разряду).

Сравнение фактической и требуемой средней категории (разряда) торгово-оперативных работников показывает избыток или недостаток их квалификации. Для выявления соответствия уровня квалификации торгово-оперативных работников выполняемым ими работам рассчитывается средний разряд работ, а затем он сравнивается со средним разрядом торгово-оперативных работников. Исчисление среднего разряда работ производится по формуле:

$$R\bar{Q}_i = \frac{\sum K_i \cdot Q_i}{Q_i}$$

где $R\bar{Q}_i$ – средний разряд работ;

K_i – номер разряда;

Q_i – объем работ, выполняемых по данному разряду, в нормо-часах.

Также необходимо рассчитать следующие показатели, характеризующие квалификацию персонала:

$$\text{Коэффициент квалификации работников} = \frac{\sqrt{\text{Число работников, имеющих спец. образование, соответствующее должности} \cdot \text{Число работников, имеющих необходимый опыт}}}{\text{Общее число работников}};$$

$$\text{Коэффициент использования квалификации работника} = \frac{\text{Затраты труда на выполнение работы в соответствии с квалификацией}}{\text{Общие затраты труда за период}};$$

$$\text{Коэффициент соответствия работника выполняемой работе} = \frac{\text{Количество работников определенной квалификационной группы}}{\text{Количество работников той же профессиональной группы}}.$$

Данный коэффициент должен стремиться к 1.

$$\text{Коэффициент специализации} = \frac{\text{Фактическая продолжительность работы в данной должности}}{60 \text{ мес.}};$$

$$\text{Коэффициент стажа работы в данной организации} = \frac{\text{Продолжительность работы в данной организации}}{60 \text{ месяцев}}.$$

Для анализа работников по образовательному уровню составляется группировочная таблица с подразделением работников: со средним образованием, со средним специальным, с высшим и неполным средним образованием. Такая группировка позволяет изучить динамику этих показателей, исчислить удельный вес каждой группы работающих в зависимости от образовательного уровня.

После анализа квалификационного и образовательного уровня работников необходимо приступить к изучению их по возрасту, полу и стажу работы.

Анализируя возрастной состав работников и по стажу работы, необходимо рассчитать удельный вес работников каждой группы в общей численности. При изучении возрастного состава применяются следующие группировки: 16, 17, 18, 19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-64, 65 лет и старше. Структура

Квалификацию работников в определенной степени может характеризовать коэффициент специализации, а также коэффициент стажа работы в организации:

персонала по стажу может рассматриваться двояко: в плане общего стажа и стажа работы в данной организации. С общим стажем напрямую связан уровень производительности труда [8]. Общий стаж группируется по следующим периодам: до 16 лет, 16-20, 21-25, 26-30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40 лет и более. Стаж работы в организации характеризует закрепляемость кадров. Выделяют следующие периоды для расчета этого показателя: до 1 года, 1-4, 5-9, 10-14, 15-19, 20-24, 25-29, 30 лет и более.

Таким образом, обеспечение эффективности управления персоналом предприятий сферы сервиса должно быть нацелено на мотивацию персонала посредством реализации механизма использования его квалификации, а также избирательность в предоставлении льгот и услуг, дифференциации размеров выплат по категориям персонала, уровня его квалификации и качества труда.

Список литературы

1. Закон Самарской области от 12 марта 2004 г. № 32-ГД «Об утверждении областной целевой программы «Управление кадровым потенциалом Самарской области» на 2004–2008 годы».
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал : пер. с англ. / под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с. : ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).
3. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О. В. Справочник руководителя торгового предприятия. – М. : Изд.-торг. корпорация «Дашков и К^о», 2003. – 868 с.
4. Кукина С. Д. Информационное обеспечение системы управления персоналом предприятия сервиса в условиях формирования качества трудовой жизни // Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение / А. В. Андреев, В. И. Катков, Л. Ю. Питерская и др. ; под общ. ред. проф. О. И. Кирикова. – Кн. 10. – Воронеж : Изд-во Воронеж. госпедуниверситета, 2005.
5. Кукина С. Д. Методологический подход к повышению квалификации персонала предприятий сферы услуг // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2011. – № 2 (16).
6. Дружинина С. В. Эффективность функционирования трудовых ресурсов как фактор конкурентоспособности региона // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2008. – № 64.
7. Государственная служба занятости. Министерство труда, занятости и миграционной политики Самарской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trud.samregion.ru>
8. Министерство экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.samregion.ru>
9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.samarastat.ru>

S. D. Kukina*

**Kukina Svetlana, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

**THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACH TO EVALUATION OF PERSONNEL
MANAGEMENT EFFECTIVENESS CONSIDERING QUALIFICATION**

Keywords: personnel, personnel management, qualification.

The article considers theoretical aspects of personnel management in service companies. The author analyzes the use of staff skills in Togliatti and Samara region in modern conditions.

© Кукина С. Д., 2014

УДК 334

Г. П. Федотов*

**Федотов Геннадий Петрович, кандидат экономических наук, профессор
Swiss Appraisal, Russia & CIS Part of SRG Holding, SA (Geneva)
famvas@yandex.ru*

О. И. Васильчук*

**Васильчук Ольга Ивановна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
famvas@yandex.ru*

К. С. Васильчук*

**Васильчук Ксения Степановна, экономист
НУДО ЦПК «Стратегия», г. Тольятти
famvas@yandex.ru*

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ОБОСНОВАННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Ключевые слова: стоимость бизнеса, дисконтирование, свободный денежный поток для собственного капитала, продленная стоимость, свободный денежный поток экономического субъекта.

Изложены основные подходы к оценке стоимости бизнеса с целью принятия обоснованных управленческих решений. Изложены особенности применения модели Гордона при оценке стоимости экономических субъектов.

Изменение системы управления организациями в условиях рыночной экономики приводит к смещению экономических приоритетов, в частности кроме максимизации прибыли собственники организации, менеджеры стремятся к увеличению стоимости организации.

Как подтверждает практика, главной целью деятельности экономических субъектов в условиях рыночной экономики является не только максимизация прибыли, но и увеличение стоимости бизнеса. В этой связи возникает необходимость разработки подходов к системе управления стоимостью экономических субъектов, так как стоимость является наиболее полным показателем результатов деятельности организации.

Главная цель деятельности экономических субъектов – максимизировать стоимость организации, строя процесс управленческих решений на ключевых факторах стоимости.

Недостатком показателя стоимости является сложность определения, т. к. она меняется со временем, неодинакова для различных участков рынка и зависит от целей организации.

Управление стоимостью – это интегрирующий процесс, включающий в себя качественное улучшение стратегических и оперативных решений на всех уровнях организации за счет концентрации общих усилий на ключевых факторах стоимости [1, 2].

Управление стоимостью не должно сводиться к методологии стоимостной оценки, т. к. оценка стоимости и оценка бизнеса чаще всего связаны с продажей или покупкой организации (определяется рыночная стоимость организации), ликвидацией организации, реорганизацией или структурной перестройкой организации (опреде-

ляется ликвидационная стоимость организации), для целесообразности инвестиций рассчитывается инвестиционная оценка, для получения ссуды – залоговая, для определения суммы покрытия по страховому договору – страховая. Данные операции носят единичный характер и не связаны с текущим процессом управления экономическим субъектом.

По мнению отдельных авторов, необходимо непрерывное управление стоимостью с целью максимизации стоимости экономического субъекта.

Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин считают, что управление стоимостью должно служить ориентиром для принятия решений на всех уровнях – от стратегических, на уровне совета директоров, до повседневных оперативных решений менеджеров низшего звена. Управление стоимостью призвано развить у всех работников компании стоимостное мышление, основанное на ключевых факторах стоимости. Оно должно улучшить двусторонний обмен информацией, поскольку позволяет всем членам организации говорить на одном, понятном всем языке. Его следует усиливать обсуждением итогов деятельности, измеряемых факторами стоимости, и системами поощрения на основе стоимости. Внедрение управления стоимостью не должно сопровождаться крупными издержками [5].

Аналогичные выводы приводятся у Э. Хелферта [6, с. 511-517], который отмечает, что управление в целях повышения стоимости акционерного капитала (Managing for Shareholder Value) – это главная цель менеджеров любой компании. Кроме этого, важный аспект имеют следующие ключевые моменты, отраженные в работе:

1. Проблема определения стоимости включает в себя два вопроса: прогнозирование доходов от использования активов, с одной стороны, и выбор экономического критерия для измерения этих доходов – с другой.

2. Стоимость имеет множество форм, но окончательная оценка бизнеса должна основываться на попытке выразить экономический компромисс между риском и доходами в форме денежных потоков – полученных и израсходованных фондов.

3. Методы определения стоимости бизнеса – это способы, с помощью которых можно попытаться представить имеющиеся в распоряжении аналитика объективные данные в количественном виде.

4. Причины искажения стоимости бизнеса те же, что и других типов финансового анализа: изменение уровня цен, условности бухгалтерского учета, экономические условия, изменения рыночной конъюнктуры и множество субъективных трудноуловимых факторов.

5. Создание стоимости акционерного капитала – это предельное выражение успешной инвестиционной, производственной и финансовой деятельности, осуществляемой экономическими субъектами в рамках экономической сферы.

Управление стоимостью организации предусматривает определение экономического положения организации в настоящий момент и необходимые управленческие процессы для развития организации в дальнейшем.

Таким образом, концепция управления стоимостью организации позволит определить тактику и стратегию организации с учетом требований рыночных отношений.

Основными этапами оценки стоимости бизнеса (экономического субъекта) методом дисконтирования денежных потоков являются: обоснование вида денежного потока, который будет использоваться для оценки; выбор длительности прогнозного периода; ретроспективный анализ и прогноз выручки; ретроспективный анализ и прогноз доходов и расходов; анализ и прогноз инвестиций; расчет величины денежного потока для каждого года прогнозного периода; определение ставки дисконта; расчет величины стоимости в постпрогнозный период; расчет текущих стоимостей будущих денежных потоков каждого года прогнозного периода и стоимости в постпрогнозный период; внесение итоговых поправок; оценка стоимости бизнеса.

Оценка стоимости бизнеса методом дисконтированных денежных потоков предполагает, что измерителем дисконтируемых прогнозируемых доходов от бизнеса, которые рассматриваются в качестве основы для определения рыночной стоимости бизнеса и экономического субъекта, ведущего этот бизнес, выступают не прогнозируемые прибыли, а денежные потоки.

В наиболее краткой формулировке денежный поток за конкретный период представляет собой сальдо поступлений или притока средств по предприятию (со знаком «+») и платежей или оттока средств (со знаком «-»). При этом могут быть использованы два вида денежных потоков: денежный поток «для собственного капитала» и денежный поток «для всего инвестированного капитала».

Денежный поток для собственного капитала (свободный денежный поток для собственного капитала – free cash flow to equity, FCFE), работа с которым можно непосредственно оценивать рыночную стоимость собственного капитала экономического субъекта (что и представляет собой рыночную стоимость экономического субъекта), отражает в своей структуре планируемый способ финансирования стартовых и последующих инвестиций, обеспечивающих жизненный цикл продукта (бизнес-линии).

Иначе говоря, этот денежный поток дает возможность определить денежный поток, остающийся после выполнения всех финансовых обязательств, включая платежи по долгам, а также после осуществления капитальных затрат и покрытия потребностей в оборотном капитале.

Применительно к каждому будущему периоду в нем учитываются:

- ожидаемый прирост долгосрочной задолженности экономического субъекта (приток вновь взятых займы кредитных фондов);
- уменьшение обязательств экономического субъекта (отток средств вследствие планируемого на данный будущий период погашения части основного долга по ранее взятым кредитам);
- выплата процентов по кредитам и займам в порядке их текущего обслуживания.

Поскольку доля и стоимость заемных средств в финансировании (экономического субъекта) бизнеса здесь учтены уже в самом прогнозируемом денежном потоке, то дисконтирование ожидаемых денежных потоков (если это «полные денежные потоки») может происходить по ставке дисконта, равной требуемой инвестором (с учетом рисков) доходности вложения только его собственных средств, т. е. по так называемой ставке дисконта для собственного капитала, которая в дальнейшем (по умолчанию) будет называться просто «ставкой дисконта».

Денежный поток для инвестированного капитала (свободный денежный поток экономического субъекта – free cash flow to the firm, FCFF) не отражает планируемого движения и стоимости кредитных средств, используемых для финансирования инвестиционного процесса.

Одной из проблем, возникающих при оценке стоимости экономического субъекта доходным подходом, является неопределенность продолжительности его экономического существования. Для того чтобы облегчить процесс про-

гнозирования величины денежного потока, генерируемого компанией в будущем, имеет смысл разделить весь срок её существования на два временных интервала: определенный прогнозный период и постпрогнозный период.

В прогнозном периоде, как правило, наблюдаются значительные колебания доходов, получаемых от эксплуатации компании, связанные с ростом и падением физических объемов продаж, изменением структуры себестоимости, динамики цен и т. п.

С одной стороны, чем длиннее прогнозный период, тем больше число наблюдений и более обоснованной с математической точки зрения выглядит итоговая величина текущей стоимости компании. С другой стороны, чем длиннее этот период, тем сложнее прогнозировать конкретные величины выручки, расходов, темпов инфляции, потоков денежных средств.

Средняя продолжительность различных фаз планирования, по информации РосБизнесМаркетинг (www.rbmarketing.ru), отражена в табл. 1.

Таблица 1

Длительность различных фаз планирования

Фаза планирования	Длительность фазы планирования	
	РФ	Страны с развитой рыночной экономикой (США, Англия, Германия)
Оперативная	Менее месяца	Менее 3-х месяцев
Тактическая	3 мес. – 1 год	3-5 лет
Стратегическая	2-4 года	15-20 лет

Источник: РосБизнесМаркетинг тел. (495) 106-69-64, www.rbmarketing.ru

Следующим элементом в структуре денежного потока является прирост (уменьшение) собственного оборотного капитала. Собственный оборотный капитал экономического субъекта (СОК) – это те оборотные активы, которые остаются у экономического субъекта в случае единовременного полного (стоцентного) погашения краткосрочной задолженности экономического субъекта. Другими словами, это тот запас финансовой устойчивости, который позволяет хозяйственному субъекту осуществлять бизнес, не опасаясь за свое финансовое положение даже в самой критической ситуации (когда все кредиторы экономического субъекта одновременно потребуют погасить образовавшуюся текущую задолженность).

Для целей оценки, согласно рекомендации А. Дамодарана [4, с. 347], целесообразно использовать модифицированное определение собственного оборотного капитала.

Анализ оборотного капитала производится по двум направлениям:

- с целью определения суммы избытка (недостатка) оборотного капитала – на основании сравнения фактического и нормативного значений оборотного капитала на дату оценки;

- с целью прогнозирования увеличения (уменьшения) оборотного капитала – на основании прогнозных значений оборотного капитала.

При этом следует:

- скорректировать балансовое значение дебиторской задолженности, уменьшив ее на величину задолженности, невозможной к взысканию, а также дисконтированную величину реструктурированной задолженности;

- скорректировать балансовое значение запасов, уменьшив его на величину неликвидных и испорченных ТМЦ или увеличив его на величину превышения рыночной цены запасов на дату

оценки над историческим значением, отраженным в балансе;

- скорректировать величину кредиторской задолженности с учетом пеней и штрафов за просрочку платежа (при их наличии).

Существуют различные методики определения ставки дисконта, наиболее распространенными из которых являются:

- для денежного потока от собственного капитала: модель оценки капитальных активов (CAPM – Capital Asset Pricing Model); метод кумулятивного построения (BUM – Build-up method);

- для денежного потока от инвестированного капитала: модель средневзвешенной стоимости капитала (WACC – Weighted Average Cost of Capital).

Расчет ставки дисконта зависит от того, какой тип денежного потока используется для оценки в качестве базы. В соответствии с моделью оценки капитальных активов (CAPM) стоимость собственного капитала находится по формуле:

$$rE = rf + \beta(rm - rf) + S1 + S2 + C,$$

где rE – стоимость собственного капитала;

rf – безрисковая ставка доходности;

β – коэффициент систематического риска (является мерой систематического риска, связанного с макроэкономическими и политическими процессами, происходящими в стране);

rm – среднерыночная доходность;

$S1$ – премия риск для малых предприятий;

$S2$ – премия за специфические риски;

C – страновой риск.

Безрисковая ставка (risk free rate) – ставка дисконтирования, равная доходности безрисковых инвестиций. В качестве безрисковой ставки доходности в мировой практике используется обычно ставка дохода по долгосрочным государственным долговым обязательствам (облигациям или векселям). Считается, что государство является самым надежным гарантом по своим обяза-

тельствам (вероятность его банкротства практически исключается). Для целей обоснованного расчета в качестве безрисковой ставки возможно использовать эффективную доходность к погашению государственных облигаций внешнего облигационного займа РФ с датой начала погашения 31.03.2030 г. (Россия-2030-11т), документарных на предъявителя, выпуск XI. (Источник: http://www.rusbonds.ru/ank_obl.asp?tool=6043).

Для целей оценки стоимости бизнеса можно воспользоваться следующей методикой:

- оценивают максимальный долг, на который может претендовать компания, полагая, что по теории Модильяни – Миллера компания долж-

на брать столько долга, сколько позволяет кредитор. Это максимизирует ее ценность;

- либо полагают, что сложившаяся в данной успешно работающей компании фактическая структура капитала близка к целевой;

- либо принимают среднеотраслевые рыночные пропорции для расчета WACC.

На сайте профессора New York University's Stern School of Business А. Дамодарана (<http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>) представлена рыночная структура капитала для развивающихся в разрезе различных отраслей экономики. Отрасль рассматриваемого Общества – розничная торговля. Целевая структура капитала оцениваемого экономического субъекта представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Целевая структура капитала, характерная для розничной торговли
(Stern School of Business, New York)**

Отрасль	Рыночное соотношение D/E	Отраслевое D/E-Ratio
Розничная торговля (общая)	0,56	0,2044

Источник: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

На сайте профессора New York University's Stern School of Business А. Дамодарана (http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html) представлено медианное значение коэффициента бета без учета финансового рычага по сопоставимым компаниям в разрезе отраслей. Учитывая недостаточную развитость фондового рынка в Российской Федерации, целесообразно использовать данные о среднеотраслевом коэффициенте бета для развивающихся рынков. Для получения информации использованы данные сайта А. Дамодарана, адрес: <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>, раздел «Updated Data», таблица «Levered and Unlevered Betas by Industry», файл «Emerg Mkt», столбец «Unlevered Beta», строка с соответствующей/наиболее близкой оцениваемой компании отраслю.

Для отрасли розничная торговля медианное значение коэффициента бета без учета финансового рычага равно 0,2044, отраслевое соотношение D/E – Ratio равно 0,56, ставка налога на прибыль в Российской Федерации, в соответствии с

25 Главой НК РФ, у наибольшего удельного веса российских предприятий составляет 20%.

Коэффициент бета с учетом рассчитанного финансового рычага (без учета долга) определяется из соотношения

$$\beta_{relevered} = \beta_u \times \left[1 + \left(\frac{D}{E} \right) \times (1 - t) \right] =$$

$$= 0,56 \cdot (1 + 0,244 \times (1 - 20\%)) = 0,5573.$$

Коэффициент систематического риска для условного примера составляет 0,5573.

Рыночная премия представляет собой дополнительный доход, который необходимо добавить к безрисковой ставке, чтобы компенсировать инвестору дополнительный риск, связанный с вложением в акции компании.

Для получения данных авторы сочли целесообразным использовать сайт Асвата Дамодарана, адрес: <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>; раздел «Updated Data»;

Таблица «Risk Premiums for Other Markets»; строка «Russia»; разница между столбцами «Total Risk Premium» и «Country Risk Premium»

Country	Region	Long-Term Rating	Adj. Default Spread	Total Risk Premium	Country Risk Premium
Russia	Eastern Europe & Russia	Baa3	150	8.25%	2,25%

Таким образом, значение рыночной премии, по данным А. Дамодарана, составляет 6%.

Как показывают исследования, при оценке стоимости бизнеса необходимо учитывать премию за риск для малых компаний (премия за размер). Премия за риск инвестирования в компании с небольшой капитализацией рассчитывается как разница между средней исторической доходностью по инвестициям на фондовом рынке США и средней исторической доходностью по инвестициям в компании с небольшой капитализацией. Показатель премии за риск инвести-

рования в компании с небольшой капитализацией рассчитывается как разница между средней исторической доходностью по инвестициям в небольшие компании и средней исторической доходностью по инвестициям на фондовом рынке США. Результаты многочисленных исследований свидетельствуют о том, что у более мелких компаний норма прибыли выше, чем у более крупных компаний. Результаты исследований в этой области, проведенные компанией Ibbotson Associates в 2012 году, представлены в табл. 3.

Премия за малую капитализацию в зависимости от уровня рыночной капитализации

№ п/п	Десятичные группы	Нижняя граница диапазона, млн долл. США	Верхняя граница диапазона, млн долл. США	Премия за размер (прибыль сверх CAPM)
1	1-Наибольшие	15 273,943	314 622,574	-0,38%
2	2	6 895,258	15 079,529	0,81%
3	3	3 714,445	6 793,876	1,01%
4	4	2 512,137	3 710,985	1,20%
5	5	1 778,756	2 509,152	1,81%
6	6	1 214,679	1 775,966	1,82%
7	7	772,795	1 212,290	1,88%
8	8	478,102	771,789	2,65%
9	9	235,725	477,539	2,94%
10	10-Наименьшие	1,000	235,647	6,36%
11	10w	179,554	235,647	3,99%
12	10x	143,887	179,316	4,96%
13	10y	85,706	143,379	9,15%
14	10z	1,222	85,670	12,06%

Источник: Ibbotson Associates, *Stocks, Bonds, Bills, and Inflation, Valuation Edition Yearbook 2011*; <http://ru.scribd.com/doc/69735261/2011-Ibbotson-Small-Stock-Premium>

Следует отметить, что для компаний РФ понятие величины компании связывается не с рыночной капитализацией, а со следующими параметрами:

- численностью персонала (менее 50 чел. – малое предприятие, более 50 – среднее, свыше 1000 – крупное);

- выручкой (до 50 млн руб. – малое предприятие, которое может быть на упрощенной системе налогообложения; 50 – 1000 млн руб. – сред-

нее, выше 1000 млн руб. – крупное, выше 10000 млн руб. – сверхкрупное);

- валютой баланса (четкой градации нет, но до 1 млн руб. – малое, 1 – 100 млн руб. – среднее, свыше 100 – 1000 млн руб. – большое, свыше 1000 млн руб. – крупное) (источник: <http://www.cpcpa.ru/Publications/024/>).

Исследования показали, что наиболее целесообразно в отечественной практике судить о величине компании по ее выручке (источник: <http://www.cpcpa.ru/Publications/024/>) (табл. 4).

Таблица 4

Расчет премии за размер компании [7]

Выручка, млн руб.	Премия за размер
10	5,36%
100	4,37%
1 000	3,38%
10 000	2,38%
100 000	1,39%
1 000 000	0,40%
2 500 000	0,00%

Источник: <http://www.cpcpa.ru/Publications/024/>

Общий диапазон премий для российских компаний по выручке (0...5,36%) сравним с диапазоном премий за малую капитализацию для зарубежных компаний по рыночной капитализации (-0,36 ...6,36%) (источник – <http://www.cpcpa.ru/Publications/024/>). Откуда следует вывод о том, что в российской практике при определенных допущениях возможно использование премии за размер компаний, по данным Ibbotson Associates, в привязке к капитализации.

Исходя из вышеизложенного премия за малую капитализацию (премия за размер) для оцениваемой компании определяется из соотношения:

$$SP = \llbracket SP \rrbracket_{\downarrow} \min^{\uparrow} i + \\ + (\llbracket SP \rrbracket_{\downarrow} \max^{\uparrow} i - \llbracket SP \rrbracket_{\downarrow} \min^{\uparrow} i) \times \\ \times ((S_{\downarrow} (\max)^{\uparrow} i - S_{\downarrow} B) / \\ / (S_{\downarrow} \max^{\uparrow} i - S_{\downarrow} \min^{\uparrow} i)),$$

где SP – премия за малую капитализацию (премия за размер) для оцениваемой компании;

$\llbracket SP \rrbracket_{\downarrow} \min^{\uparrow} i$ – минимальное значение премии за размер для i -го интервала по выручке;

$\llbracket SP \rrbracket_{\downarrow} \max^{\uparrow} i$ – максимальное значение премии за размер для i -го интервала по выручке;

$S_{\downarrow} \max^{\uparrow} i$ – максимальное значение выручки для i -го интервала по выручке;

$S_{\downarrow} \min^{\uparrow} i$ – минимальное значение выручки для i -го интервала по выручке;

S_B – выручка для оцениваемой компании, используемая для оценки премии за размер

Также для оценки стоимости бизнеса необходимо оценивать специфический риск. Премия за специфический риск компании отражает дополнительные риски, связанные с инвестированием в оцениваемую компанию, которые не были учтены при расчете в коэффициенте бета. Факторами, оказывающими влияние на специфический риск компании, могут быть: зависимость от

государственного регулирования тарифов; колебания цен на сырье и материалы; риск ключевой фигуры в управлении; компетентность руководства; зависимость от ключевых покупателей; зависимость от ключевых поставщиков; перспективы развития отрасли и экономического субъекта; местоположение экономического субъекта и инфраструктура; «текучесть» и квалификация персонала; доступность капитала. Алгоритм определения величины факторов риска представлен в табл. 5 [10].

Таблица 5

Алгоритм определения величины факторов риска

Степень риска	Проявления
Фактор № 1. Зависимость от ключевых сотрудников	
Низкая	Отсутствие зависимости от ключевых сотрудников
Средняя	Средняя степень зависимости – часть ключевых сотрудников может быть заменена новыми в случае их ухода
Высокая	Имеется высокая зависимость от ключевых сотрудников (ген. директора, гл. инженера, нач. планово-экон. отдела, нач. НТО, главного бухгалтера)
Фактор № 2. Качество корпоративного управления	
Низкая	Прозрачность структуры собственности и отсутствие негативного влияния крупных акционеров на интересы других заинтересованных лиц
	Соблюдение прав финансово заинтересованных лиц (проведение собраний, порядок голосования, право собственности, защита против поглощения)
	Финансовая прозрачность, своевременность и доступность информации, наличие независимых аудиторов
	Представление интересов всех акционеров в Совете директоров, независимость и ответственность директоров
Средняя	Наличие информации о структуре собственности, возможно преобладание интересов крупных акционеров, права миноритарных акционеров в целом защищены
	Имеются отдельные недостатки, но в целом права финансово заинтересованных лиц соблюдаются
	Отдельные недочеты в области качества финансовой отчетности, раскрытия и своевременности предоставления информации
	В Совете директоров могут доминировать представители крупных акционеров и руководства компании, ответственность Совета может быть ограничена, может отсутствовать четкая политика в отношении оценки результатов работы и вознаграждения директоров
Высокая	Непрозрачность структуры собственности, негативное влияние крупных акционеров на интересы других заинтересованных лиц, ущемление прав миноритарных акционеров
	Несоблюдение прав финансово заинтересованных лиц (нарушения порядка проведения собраний, порядка голосования, прав собственности, отсутствие защиты против поглощения)
	Отсутствие финансовой прозрачности, несвоевременность и недоступность информации, отсутствие независимых аудиторов
	Представление интересов отдельных акционеров в Совете директоров, неспособность Совета директоров обеспечить контроль за качеством работы менеджмента, отсутствие независимости и ответственности директоров
Фактор № 3. Зависимость от ключевых потребителей	
Низкая	Имеется широко диверсифицированная клиентская база потребителей
Средняя	Имеется несколько крупных потребителей (до 10%), однако их возможный уход не окажет существенного материального влияния на результаты работы оцениваемой компании
Высокая	Имеется несколько крупных потребителей (30-40% от выручки), уход которых может оказать существенное материальное влияние на результаты работы оцениваемой компании
Фактор № 4. Зависимость от ключевых поставщиков	
Низкая	Отсутствует зависимость от поставщиков продукции или услуг определенного вида (материалов, коммунальных, ремонтных услуг и т. д.)
Средняя	Имеется несколько основных поставщиков продукции (материалов, оборудования) и услуг (коммунальные услуги, ремонт), которые могут быть заменены в случае необходимости
Высокая	Имеется зависимость от поставщиков продукции или услуг определенного вида. При этом смена поставщика может оказать негативный материальный эффект на деятельность оцениваемой компании
Фактор № 5. Конкурентная среда	
Низкая	Рынок не развит (присутствует монополия)
Средняя	Рынок развит слабо, представлен несколькими игроками
Высокая	На рынке наблюдается ужесточение конкуренции

Источник: Deloitte. Методология и руководство по проведению оценки бизнеса и/или активов ОАО ПАО «ЕЭС России» и ДЗО ОАО ПАО «ЕЭС России»; Раздел III – Практические рекомендации по проведению оценки бизнеса; март 2005

Рекомендуемый диапазон премии за специфический риск компании лежит в пределах от 0 до 10%. Выбор конкретной величины специфического риска основывается на экспертной оценке (табл. 6).

Расчет премии за специфический риск показан в табл. 7.

Расчет стоимости ставки дисконтирования для собственного капитала представлен в табл. 8.

Таблица 6

Экспертная оценка риска вложения в компанию

Фактор риска	Степень риска			Результат
	Низкая	Средняя	Высокая	
1. Зависимость от государственного регулирования тарифов	1	2	3	1
2. Наличие ключевой фигуры в управлении	1	2	3	2
3. Компетентность руководства	1	2	3	2
4. Зависимость от ключевых покупателей	1	2	3	2
5. Зависимость от ключевых поставщиков	1	2	3	1
6. Перспективы развития отрасли и экономического субъекта	1	2	3	1
7. Состояние основных фондов	1	2	3	1
8. Доступность капитала	1	2	3	1
Итого (сумма 1 – 8)				11
Степень риска (итого/кол-во факторов риска)				1,38

Источник: расчеты Коллектива авторов

Таблица 7

Расчет премии за специфический риск [10]

Степень риска	Рассчитанное значение	Размер премии
Низкая	≥ 1 , но $< 1,5$	0 – 2%
Ниже среднего	$\geq 1,5$, но < 2	3 – 4%
Средняя	≥ 2 , но $< 2,5$	5 – 6%
Выше средней	$\geq 2,5$, но < 3	7 – 8%
Высокая	≥ 3	9 – 10%

Источник: Deloitte. Методология и руководство по проведению оценки бизнеса и/или активов ОАО ПАО «ЕЭС России» и ДЗО ОАО ПАО «ЕЭС России»; Раздел III – Практические рекомендации по проведению оценки бизнеса; март 2005

Таблица 8

Расчет величины ставки дисконтирования для экономических субъектов РФ

Наименование	Значение	Примечание	Источник информации
Безрисковая ставка	3,16%	Для целей данного отчета в качестве безрисковой ставки доходности авторы сочли возможным использовать эффективную доходность к погашению государственных облигации внешнего облигационного займа РФ (Россия-2030-11т)	http://www.rusbonds.ru/ank_obl.asp?tool=6043
Отрасль	Розничная торговля		
Отраслевой коэффициент бета без учета финансового риска (финансового рычага)	0,55924	На сайте профессора New York University's Stern School of Business A. Дамодарана информация об отраслевых значениях коэффициента бета без учета структуры капитала для различных отраслей экономики	• адрес: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ , • раздел «Updated Data», • таблица «Levered and Unlevered Betas by Industry», • файл «Emerg Mkt», • столбец «Unlevered Beta», • строка с соответствующей / наиболее близкой оцениваемой компании отраслью.
Отраслевое соотношение долг/собственный капитал	0,204	На сайте профессора New York University's Stern School of Business A. Дамодарана информация об отраслевой структуре капитала для различных отраслей экономики	• адрес: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ , • раздел «Updated Data», • таблица «Levered and Unlevered Betas by Industry», • файл «Emerg Mkt», • столбец «D/E Ratio», • строка с соответствующей / наиболее близкой оцениваемой компании отраслью
Соотношение долг/собственный капитал, принятое в расчетах	0,204		Обоснование авторов
Ставка (основная) налога на прибыль	20%	Текущее налогообложение РФ	

Продолжение табл. 8

Наименование	Значение	Примечание	Источник информации
Коэффициент бета с учетом финансового риска (финансового рычага)	0,6507		Расчет авторов
Премия за риск инвестирования в рыночный портфель	6,00%	Рыночная премия за риск (цена риска) представляет собой разницу между ожидаемой доходностью рыночного портфеля и безрисковой процентной ставкой. Значение рыночной премии может быть также определено по данным А. Дамодарана как среднеарифметическая разность между доходностью рыночного портфеля (по индексу S&P 500) и доходностью казначейских облигаций за временной период с 1928 г.	• адрес: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ , • раздел «Updated Data», • таблица «Risk Premiums for Other Markets», • строка «Russia», • разность между столбцами «Total Risk Premium» и «Country Risk Premium».
Премия за риск для малых предприятий (премия за размер)	2,60%	Премия за риск инвестирования в малое предприятие объясняется недостаточной кредитоспособностью и финансовой неустойчивостью предприятий с небольшим размером уставного капитала. Премия рассчитывается как разность между средней исторической доходностью инвестиций в компании с небольшой капитализацией и исторической доходностью инвестиций в среднем по фондовому рынку. Для определения премии, соответствующей базовому уровню рыночной капитализации бизнеса Общества, аналитики использовали шкалу для фондового рынка США	Ibbotson Associates, Stocks, Bonds, Bills, and Inflation, Valuation Edition Yearbook 2007
Премия за специфические риски	1,00%	Премия за специфический риск компании отражает дополнительные риски, связанные с инвестированием в оцениваемую компанию, которые не были учтены в коэффициенте бета	Deloitte. Методология и руководство по проведению оценки бизнеса и/или активов ОАО ПАО «ЕЭС России» и ДЗО ОАО ПАО «ЕЭС России»
Расчет стоимости собственного капитала по модели CAPM			
Безрисковая ставка	3,16%	Для целей данного отчета в качестве безрисковой ставки доходности авторы сочли возможным использовать эффективную доходность к погашению облигаций федерального займа, выпуск ОФЗ-4620-АД, с датой погашения 06.02.2036 г.	http://www.rusbonds.ru/tyield.asp?tool=18936
Коэффициент бета с учетом финансового риска (финансового рычага)	0,65068		Расчет авторов
Премия за риск инвестирования в рыночный портфель	6,00%		• адрес: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ , • раздел «Updated Data», • таблица «Risk Premiums for Other Markets», • строка «Russia», • разность между столбцами «Total Risk Premium» и «Country Risk Premium».
Премия за размер компании	2,60%	Премия за риск инвестирования в малое предприятие объясняется недостаточной кредитоспособностью и финансовой неустойчивостью предприятий с небольшим размером уставного капитала. Премия рассчитывается как разность между средней исторической доходностью инвестиций в компании с небольшой капитализацией и исторической доходностью инвестиций в среднем по фондовому рынку. Для определения премии, соответствующей базовому уровню рыночной капитализации бизнеса Общества, аналитики использовали шкалу для фондового рынка США	Ibbotson Associates, Stocks, Bonds, Bills, and Inflation, Valuation Edition Yearbook 2007

Наименование	Значение	Примечание	Источник информации
Премия за специфические риски, присущие оцениваемой компании	1,00%	Премия за специфический риск компании отражает дополнительные риски, связанные с инвестированием в оцениваемую компанию, которые не были учтены в коэффициенте бета.	Deloitte. Методология и руководство по проведению оценки бизнеса и/или активов ОАО РАО «ЕЭС России» и ДЗО ОАО РАО «ЕЭС России»
Стоимость собственного капитала по модели CAPM, %	10,66%		

Источник: расчеты авторов

Стоимость экономического субъекта, определяемая на основе метода дисконтированных денежных потоков, складывается из текущей стоимости денежных потоков прогнозного периода и текущей величины терминальной стоимости экономического субъекта. При прогнозировании денежного потока следует учитывать, что предприятие получает доходы и осуществляет расходы равномерно в течение финансового года, поэтому дисконтирование денежных потоков проводится для середины периода. Текущая стоимость денежных потоков прогнозного периода определяется из соотношения:

$$PV = \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+r)^{t-0.5}},$$

где PV – текущая (дисконтированная) стоимость денежных потоков, ден. ед.;

CF_t – величина денежного потока в периоде t , ден. ед.;

r – выбранная ставка дисконтирования;

t – временной период от настоящего момента до выбранного момента дисконтирования.

На следующем этапе использования метода дисконтируемых будущих денежных потоков рассчитывается продленная стоимость экономического субъекта. Продленная стоимость рассчитывалась по модели Гордона, которая выглядит следующим образом:

$$CV = \frac{CF_{T+1}}{r-g},$$

где CV – продленная стоимость экономического субъекта;

CF_{T+1} – денежный поток первого года постпрогнозного периода;

R – ставка дисконтирования первого года постпрогнозного периода (предполагается постоянной для всего постпрогнозного периода);

g – долгосрочный темп роста денежного потока в постпрогножном периоде.

При использовании модели Гордона должен быть соблюден ряд условий: темпы роста денежного потока стабильны; капитальные вложения в постпрогножном периоде равны амортизационным отчислениям; денежный поток в постпрогножном периоде рассчитывался как денежный поток прогнозного периода, увеличенный на долгосрочные темпы роста в постпрогножном периоде:

$$CF_{T+1} = CF_T \times (1 + g).$$

Долгосрочные темпы роста денежных потоков постпрогнозного периода приняты равными 3,9707% с учетом среднегодового прироста промышленного производства в 2017–2030 гг. согласно прогнозу МЭР РФ (http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz/doc20120428_0010; файл «macroInn_2030.xls»; табл. «Макроэкономические показатели прогноза»).

Далее полученные величины текущих стоимостей денежных потоков прогнозного периода и текущая величина продленной стоимости экономического субъекта суммируются для получения так называемой «предварительной» рыночной стоимости экономического субъекта на основе доходного подхода.

При проведении процедуры дисконтирования чаще всего учитывается порядок поступления денежных потоков во времени равномерно в течение года. Полученное значение рыночной стоимости целесообразно определить как «предварительное», поскольку окончательная величина рыночной стоимости предполагает внесение нескольких поправок, в частности:

- на величину избытка (плюс) или недостатка (дефицита) (минус) собственного оборотного капитала (СОК);

- на рыночную стоимость непрофильных активов.

Определение собственного оборотного капитала, минимально необходимого для оцениваемой компании в сложившихся условиях работы, проводилось на основе одного из базовых принципов финансового менеджмента: для финансово устойчивой и ликвидной компании за счет собственных средств должны быть профинансированы внеоборотные активы и часть оборотных средств (наименее ликвидные активы).

Чистый оборотный капитал характеризует собственные средства, направленные на финансирование оборотных активов, поэтому следующей задачей является определение величины собственных средств, которые должны покрывать наименее ликвидные активы:

Минимально необходимый СОК = Наименее ликвидные оборотные активы.

Во многих случаях в качестве наименее ликвидных оборотных активов можно рассматривать материальные запасы, незавершенное производство и авансы поставщикам. Сравнение фактической величины СОК с его расчетным

минимально допустимым значением позволяет сделать вывод о достаточности или недостаточности собственных средств, направляемых на финансирование оборотного капитала. Поправка на избыток (дефицит) собственного оборотного капитала рассчитывается как разница между фактическим значением собственного оборотного капитала на дату оценки и нормативным значением, основанным на усредненных данных по оборачиваемости основных составляющих оборотного капитала.

Избыток собственного оборотного капитала свидетельствует о том, что часть оборотного капитала может быть конвертирована в денежные средства, что приведет к увеличению стоимости собственного капитала оцениваемой компании. Дефицит оборотного капитала, напротив, свидетельствует о необходимости дополнительных денежных вливаний, т. е. уменьшает стоимость собственного капитала.

Поправка на избыток (дефицит) собственного оборотного капитала является одной из заключительных корректировок стоимости компании. Однако следует иметь в виду, что корректировка на избыток (дефицит) СОК проводится лишь в том случае, если прогноз денежного потока строился в предположении о «немедленном» изменении СОК до целевого (оптимального) уровня. Если же в прогнозе потока учитывалось изменение СОК от фактического уровня, то такая корректировка не должна выполняться.

Окончательная стоимость экономического субъекта PV_0 , рассчитанная на основе доходного подхода с использованием метода дисконтирования денежных потоков, определяется по формуле:

$$PV_0 = \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+r)^{t-0.5}} + \frac{CF_{T+1}}{r-g} \times \frac{1}{(1+r)^{T-0.5}} \pm \Delta S + V_{HA},$$

где ΔS – поправка на избыток (дефицит) собственного оборотного капитала;

V_{HA} – поправки на рыночную стоимость нефункционирующих и непрофильных активов.

Таким образом, как показывают проведенные исследования, для управления стоимостью бизнеса метод определения капитализированной стоимости доходов, при работе с которым последовательно каждый доход или группа доходов со своими ставками дисконтирования приводятся к величине, равной сумме их текущих стоимостей, может применяться в следующих случаях: если у руководства экономического субъекта имеется уверенность, что будущие уровни денежных потоков будут существенно отличаться от текущих; экономический субъект является многопрофильной организацией; потоки доходов и расходов экономического субъекта могут носить сезонный характер.

Список литературы

1. Васильчук О. И. Организационно-экономический механизм контроллинга на предприятиях сферы сервиса : дис. ... док. экон. наук. – М., 2000.
2. Васильчук О. И. Особенности контроллинга на предприятиях сферы обслуживания : монография. – Тольятти : ПТИС ГАСБУ, 2000.
3. Гаврилов А. Об управлении предприятиями в трансформационном периоде // Общество и экономика. – 2000. - № 7. – С. 186-195.
4. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов : пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
5. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление : пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. – 576 с.
6. Хелферт Э. Техника финансового анализа : пер. с англ. / под ред. Л. П. Белых. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 663 с.
7. Яскевич Е. Е. Оценка бизнеса. Техника построения ставок дисконтирования с применением модели МСАРМ в рублевом эквиваленте на основании данных по РФ. – <http://www.crcpa.ru/Publications/024/>
8. Anthony R., Dearden J., Govindarajan V. Management Control Systems. Homewood, IL: Irwin. 1992.
9. Barrow C. The Essence of Small Business (2nd ed). Prentice Hall Europe, 1998. – P. 3-5.
10. Deloitte. Методология и руководство по проведению оценки бизнеса и/или активов ОАО РАО «ЕЭС России» и ДЗО ОАО РАО «ЕЭС России»; Раздел III – Практические рекомендации по проведению оценки бизнеса; март 2005.
11. Ibbotson Associates, Stocks, Bonds, Bills, and Inflation, Valuation Edition Yearbook 2011. – <http://ru.scribd.com/doc/69735261/2011-Ibbotson-Small-Stock-Premium>
12. Stern School of Business, New York // [http:// pages.stern .nyu.edu /~adamodar /New_Home_Page/ datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)

G. P. Fedotov*

**Fedotov Gennady, PhD in Economics, Professor
of Swiss Appraisal, Russia & CIS Part of SRG Holding, SA (Geneva)
famvas@yandex.ru*

O. I. Vasilchuk*

**Vasilchuk Olga, Doctor of Economics, Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
famvas@yandex.ru*

K. S. Vasilchuk*

**Vasilchuk Ksenia, Economist
of «Strategy» education center, Togliatti
famvas@yandex.ru*

BUSINESS COST MANAGEMENT FOR MAKING SOUND MANAGEMENT DECISIONS

Keywords: business cost, discounting, free cash flow for equity, terminal value, free cash flow of economic entity.

The article features basic approaches to estimating the cost of business in order to make sound management decisions. The authors described peculiarities of using the Gordon model while assessing the value of economic subjects.

© Федотов Г. П., Васильчук О. И., Васильчук К. С., 2014

Маркетинговое управление

УДК 339.1; 338.465.2

Е. В. Баимачникова*

*Баимачникова Елена Валентиновна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru

Е. М. Баканкова*

*Баканкова Елена Михайловна, ассистент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Ключевые слова: управление имиджем предприятия сферы услуг, процесс управления имиджем предприятия, функции управления имиджем.

Представлена концепция управления имиджем предприятия сферы услуг, положения которой позволяют конкретизировать и углубить существующие теоретические концепции уточнением этапов процесса управления имиджем, а также наделением обеспечения данного процесса приоритетными функциями в целях рационального решения задач управления имиджем предприятия сферы услуг.

Развитие процессов интернационализации и глобализации мировой экономики, а также современные социально-экономические условия развития региональных институтов определили тенденцию усложнения и укрупнения рыночных отношений, связанную прежде всего:

- с быстротой и масштабностью технологических изменений;
- со смещением приоритетов развития хозяйствующих субъектов с материальных и финансовых факторов на нематериальные ресурсы;
- с ускоренным развитием сферы услуг по сравнению с материальным производством;
- с появлением на рынке новых услуг, развитием технологии их предоставления и соответственно маркетинга сферы услуг;
- с определением нематериальных факторов в качестве инструментов роста доходности и укрепления конкурентной позиции предприятия.

Все эти рыночные процессы указывают на необходимость продвижения услуг на рынке, так же как и осязаемого продукта. Наряду с привычными действиями по исследованию рынка, построению маркетинговой стратегии, разработке долгосрочных и краткосрочных планов развития предприятия сферы услуг необходимо уделять внимание имиджу, поскольку в силу специфики самих услуг потребители при выборе их производителя все больше опираются именно на этот фактор.

Конкурентная борьба в сфере услуг осуществляется не только и не столько между результатами деятельности, сколько между мнениями об образах предприятий. Следовательно, управление имиджем является важнейшей стратегиче-

ской управленческой задачей предприятий, функционирующих в сфере услуг [2].

Основные задачи управления имиджем предприятия заключаются в следующих аспектах:

- повышение престижа предприятия;
- увеличение эффективности рекламных акций и мероприятий по продвижению услуг;
- облегчение внедрения новых услуг, поскольку предприятию с уже сформированным в обществе имиджем вывести продукцию на рынок легче;
- повышение конкурентоспособности предприятия: в условиях равнозначности услуг конкуренция осуществляется на уровне имиджа предприятий.

При решении задач по управлению имиджем необходимо учитывать: имидж основан на представлениях, впечатлениях о предприятии в сознании групп общественности.

Изучение особенностей управления имиджем предприятия сферы услуг предполагает рассмотрение его функций. Эффективность либо неэффективность управления имиджем предприятия можно оценить по степени, характеру выполнения таких функциональных задач, как:

1. Функция впечатления производит определенное отражение предприятия согласно поставленным целям и выработанной стратегией.
2. Функция позиционирования заключается в идентификации предприятия на рынке: определение миссии и стратегии в данном сегменте, специфичности и преимущественного положения, основных клиентов и партнеров.
3. Функция побуждения (к действиям) предполагает формирование в сознании общественности потребности в услугах предприятия.

Несмотря на значительный научный вклад обозначенных авторов в развитие концепции управления имиджем, экономическая литература не формирует исчерпывающего взгляда на управление имиджем предприятия сферы услуг, что предопределило необходимость уточнения теоретического представления об исследуемой проблематике.

Проведенный сравнительный анализ теоретических концепций управления имиджем предприятия, предложенных М. В. Томиловой, И. А. Алешиной и М. Вишняковой, позволил выделить особую научную значимость структурной характеристики имиджа предприятия, процесса управления имиджем предприятия, перечень задач по управлению и подтверждению имиджа в зависимости от этапов развития предприятия.

Результаты проведенного анализа позволили разработать концепцию управления имиджем, обладающую следующими преимуществами:

- учет специфических особенностей развития отрасли услуг;
- уточнение последовательности реализации процесса управления имиджем предприятия сферы услуг;
- наделение обеспечения данного процесса приоритетными функциями в целях рационального решения задач управления имиджем предприятия сферы услуг.

Для эффективной реализации процесса управления имиджем предприятия сферы услуг представляется целесообразным внедрение системы управления интересующих параметров, в том числе и имиджа предприятия. В целом система может быть представлена как совокупность блоков: процесс управления, подсистемы обеспечения управления и др.

В связи с этим методика оценки состояния управления имиджем предприятия сферы услуг предполагает системный анализ состояния существующих блоков. Как правило, начало анализа закладывает процесс управления имиджем предприятия, состояние которого необходимо проводить на всех этапах. Наряду с непосредственным процессом управления имиджем предприятия обусловлена и важность анализа совокупности инфраструктурных элементов (подсистем): организационного, методического, ресурсного, правового и информационного обеспечения. Взаимозависимость указанных подсистем настолько сильна, что ни одна из них не может эффективно функционировать без остальных.

Данные элементы призваны обеспечить рациональное решение задач управления имиджем предприятия сферы услуг. Графически система представлена на рис. 1.



Рис. 1. Концепция управления имиджем предприятия сферы услуг

Инфраструктура элементов управления имиджем предприятия сферы услуг, представленная обеспечивающими подсистемами и процессом управления имиджем, не просто связана с системой управления предприятия в целом, но и является неотъемлемым компонентом таковой [3].

Подсистема правового обеспечения основана на законодательной и правовой базе: законодательные и нормативные акты по различным вопросам разработки, формирования и развития имиджа предприятия, принятые на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Подсистема ресурсного обеспечения создана для своевременного обеспечения всеми необходимыми видами ресурсов требуемого количества и качества.

Подсистема методического обеспечения основана на обеспечении практических вопросов разработки, функционирования и развития под-

системы управления имиджем предприятия сферы услуг.

Включение подсистемы информационного обеспечения предопределено необходимостью сбора требуемой информации, с помощью которой можно выявить и оценить важные настоящие и будущие аспекты управления имиджем предприятия, разработать совокупность стратегий, приемлемых по затратам, выгоде и риску, оптимизирующих деятельность предприятия.

Подсистема организационного обеспечения: наиболее актуальными являются вопросы формирования системы организационных отношений на предприятии относительно разработки и реализации процесса управления имиджем.

Функции, реализуемые в процессе управления имиджем предприятия сферы услуг, соответствующие этапам данного процесса, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Состав функций, реализуемых в процессе управления имиджем предприятия сферы услуг

№ п/п	Этап процесса управления имиджем предприятия сферы услуг	Состав функций, реализуемых в процессе управления имиджем предприятия сферы услуг
1	2	3
1	Анализ потенциала предприятия сферы услуг и выявление его конкурентных преимуществ	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ коммерческого потенциала предприятия (объем реализации услуг по стоимости и в ассортименте; основные поставщики сырья; основные потребители услуг; основные рынки сбыта); - анализ кадрового потенциала предприятия (состав персонала (половозрастной, профессиональный, квалификационный); производительность труда; заработная плата; трудоемкость по основным группам услуг); - анализ научно-технического потенциала организации (количество внедренных изобретений, рационализаторских предложений; число освоенных новых технологий, новых видов услуг; объем НИОКР); - анализ финансового потенциала предприятия (величина прибыли (убытков); размер фонда накопления; величина себестоимости услуг и ее удельный вес в объеме выручки-нетто; величина дебиторской и кредиторской задолженности; величина и структура капитала и имущества; величина собственного оборотного капитала); - выявление конкурентных преимуществ предприятия сферы услуг
2	Выбор стратегии развития предприятия сферы услуг	<ul style="list-style-type: none"> - Определение долгосрочной стратегии, основных идеалов, целей и задач развития предприятия сферы услуг; - создание стратегических хозяйственных подразделений на предприятии сферы услуг; - обоснование и уточнение основных целей проведения маркетинговых исследований рынка; - осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического роста предприятия сферы услуг; - разработка основной стратегии маркетинга и укрупненное планирование реализации услуг; - выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач; - контроль и оценка основных результатов, корректировка выбранной стратегии и способов ее реализации
3	Позиционирование предприятия на рынке услуг	<ul style="list-style-type: none"> - Детальное исследование рынка услуг с целью определения, какие характеристики являются важными для целевого сегмента; - установление идеального уровня значений характеристик для целевого сегмента рынка; - составление перечня конкурирующих предприятий, обладающих выявленными характеристиками, и сравнительная оценка характеристик позиционируемого предприятия по сравнению с идеальным уровнем и по сравнению с предприятиями-конкурентами; - выбор рыночных сегментов и направления дифференциации услуг

1	2	3
4	Проектирование имиджа предприятия сферы услуг	- Проектирование внутреннего имиджа предприятия сферы услуг (разработка общего стиля предприятия; создание товарного знака, логотипа предприятия, проведение работы по внедрению и укреплению традиций предприятия среди сотрудников; стимулирование инновационной деятельности; постоянная поддержка прямой и обратной связи с клиентами, партнерами); - проектирование внешнего имиджа предприятия сферы услуг (распространение информационных писем партнерам и клиентам, содержащих информацию о создании, целях и общей стратегии предприятия сферы услуг; рекламная политика выстраивается с учетом уникальности предлагаемых услуг, связь с общественностью, презентации, благотворительные продажи; социальная реклама, рекламные кампании инновационных проектов предприятия)
5	Тестирование имиджа предприятия сферы услуг в среде потребителей	- Количественное тестирование имиджа предприятия сферы услуг (личные интервью, телефонный опрос); - качественное тестирование имиджа предприятия сферы услуг (глубинные интервью или групповые дискуссии)
6	Разработка плана коммуникации с целевыми группами восприятия имиджа	- Определение бизнес-цели и цели коммуникации с группами восприятия имиджа; - выбор средств коммуникации с группами восприятия имиджа; - выбор стратегии маркетинговых обращений; - выбор средств доставки маркетингового обращения; - определение бюджета коммуникации; - реализация стратегии коммуникации
7	Контроль и контроллинг имиджа	- Определение показателей результативности проведенных мероприятий по управлению имиджем; - измерение фактически достигнутых результатов в процессе управления имиджем предприятия; - сравнение фактических результатов управления имиджем предприятия сферы услуг с запланированными; - корректировка имиджа предприятия сферы услуг: модификация целей, пересмотр планов, перераспределение заданий, совершенствование технологии проектирования имиджа

Анализ степени реализации функций на этапах процесса управления имиджем предприятия сферы услуг позволит определить направления деятельности в процессе, требующие совершенствования, и разработать комплекс мероприятий по организации решения выявленных проблем.

Таким образом, управление имиджем предприятий сферы услуг представляет собой выработку, принятие и реализацию управленческих решений в процессе формирования совокупности свойств, создающих преимущества в эффективности использования потенциала предприятия и определяющих условия для динамичного развития в конкурентной среде относительно других объектов-конкурентов по удовлетворению определенных потребностей групп восприятия имиджа в услугах.

Имидж предприятия, охватывающий такие функции и виды деятельности, как оказание услуг в соответствии с требованиями рынка, высокое качество оказываемых услуг; оснащенность

технологичным оборудованием, материально-технической базой; подбор высококвалифицированных кадров; создание культуры качества на предприятии в целом, формируют общую концепцию управления имиджем, к которому стремится предприятие сферы услуг.

Искусство управления современным предприятием сферы услуг относится к одной из самых сложных интеллектуальных сфер человеческой деятельности. Изучая сложившуюся практику управления, можно заметить, что большинство предприятий сосредоточили основное внимание на таких его направлениях, как финансовый менеджмент, реклама (продвижение своих товаров и услуг) и обеспечение безопасности. Однако современное управление предприятием в условиях динамичной и непредсказуемой внешней среды обуславливает необходимость актуализации уникальных нематериальных активов, таких как имидж предприятия сферы услуг.

Список литературы

1. Алешина И. В. Корпоративный имидж стратегический аспект // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1. – С. 44-50.
2. Башмачникова Е.В. Управление функционированием и развитием сферы услуг региона: методологические и методические аспекты : диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. – Тольятти, 2005.

3. Башмачникова Е.В. Методологические аспекты прогнозирования и планирования в системе управления сферы услуг // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. - 2005. – С. 67.
4. Веретенникова И. В. Влияние имиджа человека на деловые отношения в организации : автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2002. – 19 с.
5. Вишнякова М. Концепция формирования имиджа компании (общий подход и рекомендации) // Практический маркетинг. – 2001. – № 5. – С. 55-67.
6. Джи Б. Д. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента). – СПб. : Питер, 2000. – 224 с.
7. Томилова М. В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1. – С. 5-17.

E. V. Bashmachnikova*

**Bashmachnikova Elena, Doctor of Economics, Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

E. M. Bakankova*

**Bakankova Elena, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

MARKETING ASPECTS OF IMAGE MANAGEMENT OF SERVICE COMPANIES

Keywords: image management of service companies, management of company image, image management functions.

The article features the concept of image management of service companies, which helps to specify and deepen the existing theoretical concepts by defining the steps of image management process. The authors characterize this process as priority function for rational solving of image management problems in service industries.

© Башмачникова Е. В., Баканкова Е. М., 2014

CONTENTS

International experience	
<p><i>Le Thi Huong Que</i> BUILDING BRANDS FOR VIETNAMESE FARM PRODUCE <i>This article points out the fact that a lot of Vietnamese farm produce has not trademarked. Therefore, it is necessary to build brands for some of these products and then suggest suitable solutions.</i></p>	9
Public administration	
<p><i>Bagdasaryan Areg</i> DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES OF SECURITIES MARKET IN POST-SOVIET STATES <i>The article considers the integration capabilities of the securities market in Post-Soviet states. The author studies the possibilities and problems of integration of regulated securities market, as well as depository and clearing-settlement systems.</i></p>	11
<p><i>Bashmachnikova Elena</i> FORMATION OF INNOVATIVE INVESTMENT CLIMATE OF RF <i>The study of innovation and investment climate becomes extremely relevant in connection with the problems of economic growth, as well as the process of world economy globalization and Russia's intention to take its rightful place in the world community. The work features some fundamental judgments concerning these issues.</i></p>	17
<p><i>Pyrsheva Marina</i> GLOBAL CLIMATE CHANGES AND THE WORLD ECONOMY <i>Global climate change has become an urgent problem of our time. Impact of these changes on the global economy is becoming more and more evident and requires certain efforts of the international community to prevent their negative consequences.</i></p>	21
<p><i>Shestakova Natalya</i> <i>Skvortsova Margarita</i> <i>Kuzmina Lydia</i> EFFECTS OF SOCIAL SPACE TRANSFORMATION ON FORMATION OF HUMAN CAPITAL AND SOCIAL AND LABOR RELATIONS <i>The article considers the problems of formation (accumulation) of the human capital of the population in general and the human capital of the younger generation in particular in terms of their impact on the process of social space transformation. The authors have also studied the effect of the social space transformation on realization of human capital in social and labor relations.</i></p>	25
<p><i>Galiullina Svetlana</i> <i>Valiev Shamil</i> <i>Gerasimova Daria</i> <i>Safina Elena</i> STATE FORMS OF STIMULATION OF PATRONAGE AND CHARITY ACTIVITIES IN RUSSIA <i>By the end of the 19th century in Russia was accumulated a large experience in managing patronage and charity activities, which can be used in modern Russia. The article analyzes the governmental encouraging policies in the Russian Empire. The authors have considered the motives of patronage activities in Ufa province (1865–1917). All this contributed to the successful development of patronage system in Russia as a whole and in Ufa province as well. Presented materials and examples of these activities demonstrate a high level of management development in this sphere.</i></p>	32
<p><i>Vasilchuk Olga</i> <i>Muravitskaya Natalya</i> MANAGEMENT OF CONTRACT COST IN THE OUTSOURCING SERVICE SYSTEM WHILE BUYING GOODS, WORKS AND SERVICES FOR PUBLIC NEEDS <i>The article studies the problems of making contracts for state and municipal needs. Particular attention is paid to the methods of procurement and procedure of determining the contract cost. The author made a conclusion about the need of forming the internal control system.</i></p>	39

Managing social development

Kolyago Anna

47

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF RESOURCE DISTRIBUTION PROBLEM IN HIGH SCHOOL BASED ON RATING POTENTIAL

The article considers the problem of resource distribution as one of the most important tasks of university management. The author suggests some models based on rating potential of university subdivisions.

Regional development

Korchagin Pavel

50

FORMATION OF TWO TYPES OF BUSINESS DEVELOPMENT:
SELF-ORGANIZATION AND REGULATION*It is known, that market self-organization assumes that all economic processes (production, distribution, savings, investments, etc.) must be in the form of interaction between supply and demand, based at commercial prices formed during the sales. In other words, the effectiveness of self-organization to a large degree depends on the ratio of relative prices.***Dodonova Natalya**

52

Kukolnikova ElenaFUZZY INFERENCE OF THE COMPOSITION
OF REGIONAL MANAGED INDUSTRIAL CLUSTERS*The article features the procedure of fuzzy inference of the composition of managed industrial clusters, including the stages of this procedure. The authors have determined the necessary and sufficient conditions for the existence of managed industrial cluster, and developed the regulatory basis for fuzzy inference system. The work describes the membership of some enterprises of Samara Region in the regional automotive cluster; a fragment of the cluster's structure is provided.***Rothenberg Roman**

58

COMPOSITION AND INTERPRETATION OF THE MAIN FUNCTIONS
OF THE STRATEGIC MANAGEMENT OF ECONOMIC DEVELOPMENT
OF ADMINISTRATIVE-TERRITORIAL ENTITIES*The article considers the problems of strategic management of economic development of administrative-territorial entities (ATE). The work reveals the essence of strategic management, basic functions of this process for Russian ATEs, as well as main problems being solved through the implementation of these functions. Particular attention is paid to the most important condition of the organization of effective strategic management of ATEs economic development, i.e. monitoring system.***Erokhina Lidia**

65

Chentsova Natalya

DEVELOPMENT PROSPECTS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF TOGLIATTI

*Investment activity is characterized by the intensity and scope of investment in the region. Under the investment attractiveness we understand the integral characteristic of the capability of individual companies, industries and regions to generate income on investments considering the level of investment risks. As a result, investment attractiveness is determined by simultaneous influence of two groups of factors: investment potential and investment risks.***Zhigulev Artem**

69

MATERNITY CAPITAL AS STIMULANT OF PRESCHOOL EDUCATION DEVELOPMENT

*The article considers possibility of investment and support of pre-school education in the education system, as well as the possibility of redistribution of cash flows from the state by means of commercial banks in a particular sector of economy.***Gutyuk Elena**

73

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN PROMOTING EDUCATIONAL SERVICES
AT THE REGIONAL LEVEL*The article describes features of promoting educational services in modern conditions, by using innovative technologies.***Bakankova Elena**

78

VALUE-BASED APPROACH TO MANAGEMENT OF SERVICE COMPANIES

Complexity and uncertainty of the processes taking place in the service sector, as well as increased competition among service providers focus attention on issues of company management, organizational culture and values. Such approach allows making new discoveries and provides the possibility of building effective system of company's activity.

- Fyodorova Snezhana** 81
 APPROACHES TO RECREATIONAL ZONING IN CURRENT CONDITIONS
Zoning is important for the recreational study of any territory. Zoning as selection and study of regional systems has two aspects: epistemological and applied. The first is related to the study of the area, and the second to its organization. These studies are conducted within a defined territory, and in most cases the result of the work done is zoning. Zoning is a process that continues for centuries, implies development of the territory, and it is still not complete. In modern conditions, various approaches are used for this process.

**Regional service sphere:
Economics, Organization and Management**

- Abramova Lubov** 86
 METHODOLOGICAL TOOLS OF FORECASTING IN SERVICE SPHERE
Economic processes in the service sector, despite the high degree of self-regulation, imply focused external influence on the market functioning from all actors of market economic relations, which could be single individuals, enterprises and the state. At the same time, focused influence as such, and influence on economic processes in particular, become impossible without the use of a specific, scientifically constructed forecasting system at all levels of the market economy.

- Garifullina Reseda** 90
Hismatullin Marsel
 DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM SERVICES AND HOSPITALITY IN TATARSTAN
The article considers the state and dynamics of tourism in the Republic of Tatarstan. The authors analyze the positive experience of the implementation of national programs in the field of tourism, such as «Cultural Universiade», «Journey to the roots», «Discover the Volga region», «Hospitable Kazan», «Code of hospitality» as well as launched large-scale sport events.

- Zhuravleva Tatyana** 95
 MARKETING COMMUNICATIONS IN SERVICE AS AN ELEMENT OF BUSINESS REPUTATION
Marketing communications in the sphere of service are necessary for good business reputation while promoting goods and services.

- Nechyporenko Lyudmila** 99
 INTERPRETATION OF THE ELEMENTS OF SERVICE CONTROL IN SERVICE COMPANIES
Complexity of service management in service companies determines the need for a systematic approach to this type of activity. The article considers the elements of service management system and their interaction, as well as the expected results of effective management of services provided for customers in the service sector. The main problems have been formulated, and to approach them, the system of service management will be used.

- Nikolaeva Elena** 103
 FEATURES OF MANAGEMENT TECHNOLOGIZATION OF HOUSING REFORM IN THE REGION
The article proves the necessity of management technologization of housing reform. The author summarized the existing approaches to the definition of «management technology», identified current trends of management technologization of housing, and clarified the concept of «management technology of housing reform».

- Nikitina Natalya** 109
Lisova Elena
 EXPERT APPROACH TO EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN SERVICE INDUSTRY
In modern conditions, the use of expert approach, based on qualimetric method of assessment of service quality indicators, allows us to make integrated and comprehensive evaluation of the quality management system of service industries, focused on raising competitiveness.

Markets: State and Development

- Yashina Anna** 114
 SYSTEM-COGNITIVE APPROACH TO BUILDING ASSESSMENT METHODOLOGY OF CREATIVE POTENTIAL MANAGEMENT IN THE FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKET OF SAUSAGES AND MEAT PRODUCTS
The article considers system-cognitive approach to building assessment methodology of creative potential management in the functioning and development of regional market of sausages and meat products. The relevance of creative potential management at the regional level is determined by the trend of prevalence of strategic functions of staff management over the traditional tools of organization management.

Investments and Innovations

Nikulina Marina 118

INNOVATIVE DEVELOPMENT AS ECONOMIC CATEGORY

The article considers approaches to understanding the content of development, innovations and innovative development. The author presents a systematic review of basic terminology and conceptual structure used in domestic and foreign literature in the study of phenomena and processes in the field of innovation.

Chuvashov Nikolai 123

INVESTMENT AS A PROCESS OF RAISING THE COMPANY'S INTELLECTUAL CAPITAL

Investing is an integral part of the development of any society and the country as a whole. By using investment, the process of intellectual development can be realized in a shorter time and with maximum efficiency for the society. As a rule, raising intellectual capital is impossible without investment, as it contributes to scientific and technical progress and creation of modern technologies which help to improve the living standard of the country.

Enterprises

Appanova Yulia 126

ANALYTICAL REVIEW OF SCIENTIFIC CONCEPTS OF «RESOURCES» CATEGORY: EVOLUTIONARY ASPECT

The article studies the evolution of theoretical concepts about the content characteristics of «resources» category. The author confirms that the nowadays understanding of the nature of economic resources is the result of a long development of scientific thought. The research systematized scientific approaches to the resource concept in economy, and revealed the importance of the historical role of economic resources in the development of social economy.

Kozlovsky Vladimir 131

Panyukov Dmitri

Polyakova Ekaterina

ORGANIZATIONAL AND ANALYTICAL SYSTEM OF DEALING WITH COMPLEX CLAIMS IN AUTOMOTIVE INDUSTRY

The article deals with the problem of the organization of individual return of cars in case of finding shortcomings in their construction, affecting reliability. The work features the results of analysis of returns for 2011.

Moryakova Anastasia 136

INFLUENCE OF MANAGEMENT FUNCTIONS OF LANDSCAPING SERVICE DELIVERY ON THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION: ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING

The article considers the procedure, conditions and results of economic-mathematical modeling of the influence of management functions of landscaping service delivery on the level of customer satisfaction.

Rodionova Tatyana 141

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF ADMINISTRATIVE REFORM INFLUENCE ON ACTIVITIES OF MUNICIPALITIES

The article considers and analyzes methodological approaches to assessing the impact of administrative reform on the activities of municipalities. The author proved the need to consider the prospects of using methodological approaches to evaluating the effectiveness of local authorities during the administrative reform, and offered her own methodology of this assessment.

Smolkin Valery 144

CALCULATION OF THE LEVEL OF ECOLOGICAL DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article features calculation of the level of ecological development of industrial enterprise, as well as the main structural elements of the ecological passport. The author suggested a method for determining the level of ecological development of the organizations and made the necessary calculations.

Radyuhina Galina 147

FEATURES OF TECHNOLOGICAL PROCESSES AT CLOTHING FACTORIES

The article analyzes the organizational and technical features of clothing factories, most of which belong to the category of small-scale. The author suggests new approaches to mechanization and automation of garment production, as well as organization of processes that would enhance the effectiveness.

Gordeeva Olga **150**

WAYS OF IMPROVING COMPANY IMAGE

The article considers the image of the company and ways of improving it. Image improvement depends largely not only on promotions and special events, but also on the quality of goods produced and services provided by the company, as well as on the attitude of staff to their employer, clients and their own activities.

Savenkov Dmitry **154**

Savenkov Leonid

ENSURING COMPETITIVENESS OF ECONOMIC SUBJECT BASED ON INTERNAL CONTROL SYSTEM

The article focuses on the necessity of building the internal control system for economic entity to ensure its competitiveness. The author describes the main directions of improving the internal control system and minimizing the risks while introducing quality management systems at industrial enterprises.

Novikova Natalya **162**

SYSTEM OF INNOVATIVE ACTIVITY MANAGEMENT IN CHEMICAL INDUSTRY

The article considers innovative activity management in chemical industry, using system approach. The author describes management subsystems, such as organization, information support, financial security, analysis, planning and control of innovations.

Information Technology

Marchenko Victoria **171**

MODEL OF PROTECTION OF ECONOMIC INFORMATION OF COMMERCIAL BANK

Ensuring the protection of economic information in a commercial bank is a complex and time-consuming process, which requires specific steps and the sequence of actions in the course of which the security system will become more efficient.

Management Technologies

Marchenko Tatyana **177**

MANAGEMENT TRANSFORMATION OF ECONOMIC ENTITY CLIENTELE

The article proves the investment logic of developing non-financial indicators for assessment of long-term effects from the use of client assets, being the source of cash flows of all participants of value chain.

Kukina Svetlana **181**

THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACH TO EVALUATION OF PERSONNEL MANAGEMENT EFFECTIVENESS CONSIDERING QUALIFICATION

The article considers theoretical aspects of personnel management in service companies. The author analyzes the use of staff skills in Togliatti and Samara region in modern conditions.

Fedotov Gennady **190**

Vasilchuk Olga

Vasilchuk Ksenia

BUSINESS COST MANAGEMENT FOR MAKING SOUND MANAGEMENT DECISIONS

The article features basic approaches to estimating the cost of business in order to make sound management decisions. The authors described peculiarities of using the Gordon model while assessing the value of economic subjects.

Marketing Management

Bashmachnikova Elena **201**

Bakankova Elena

MARKETING ASPECTS OF IMAGE MANAGEMENT OF SERVICE COMPANIES

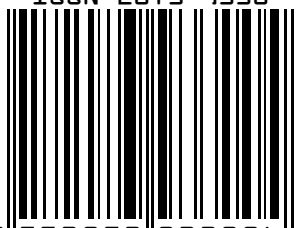
The article features the concept of image management of service companies, which helps to specify and deepen the existing theoretical concepts by defining the steps of image management process. The authors characterize this process as priority function for rational solving of image management problems in service industries.

Требования к материалам, представляемым для публикации в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика»

1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).
2. В журнале публикуются статьи, представляющие научный и практический интерес.
3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (РУНЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе РУНЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.
4. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.
5. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителях в формате MS Word по адресу г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, каб. Г-307 (e-mail: dissovet@tolgas.ru)
6. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.
7. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
8. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5–6 строк), ключевые слова (не более 5–7), список литературы (не более 15 источников).
10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов)).
11. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
12. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисуночными подписями.
13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке пристатейных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
14. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
15. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
16. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
18. В анкете, указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.
19. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора(ов) и датой.
20. Статьи, соответствующие пп. 1–19 регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел.(8482) 22-26-50.
21. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.
22. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.
23. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

С аспирантов за публикацию рукописей плата не взимается

ISSN 2073-9338



9 772073 933004

Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>