



# ВЕСТНИК

Поволжского государственного  
университета сервиса

Серия

## ЭКОНОМИКА

Выпуск № 1 (9)

I SSN 2073- 9338



9 772073 933004

Тольятти 2010

## Учредитель

Федеральное агентство по образованию  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Поволжский государственный университет сервиса (ПВГУС)»

## Научный журнал

Издается с 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.)

### *Председатель редакционной коллегии (главный редактор)*

*Ерохина Лидия Ивановна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и управление», ректор ПВГУС

### *Заместитель председателя редакционной коллегии (зам. главного редактора)*

*Баимачникова Елена Валентиновна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика, организация и коммерческая деятельность» ПВГУС

### *Члены редакционной коллегии:*

*Андреев Станислав Анатольевич*, д.э.н., профессор, заместитель зав. кафедрой «Менеджмент» СГУ по научной работе и аспирантуре;

*Васильчук Ольга Ивановна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ПВГУС;

*Блинов Андрей Олегович*, д.э.н., профессор Всероссийского заочного финансово-экономического института;

*Валиев Шамиль Зуфарович*, д.э.н., профессор, проректор по образовательной политике учебной работы, зав. кафедрой регионального и муниципального управления Уфимской государственной академии экономики и сервиса;

*Горелик Ольга Михайловна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Прикладная информатика в экономике» ПВГУС;

*Горина Алла Петровна*, д.э.н., профессор Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева;

*Кулатина Галина Михайловна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Менеджмент» ПВГУС;

*Макарова Валентина Ивановна*, д.э.н., доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Волжского университета им. В. Н. Татищева;

*Нечитайло Александр Анатольевич*, д.э.н., доцент, директор института печати Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С. П. Королева;

*Рябов Валентин Михайлович*, д.э.н., профессор, директор Тольяттинского химико-технологического колледжа;

*Эркенов Ахмат Чокаевич*, д.т.н., доцент, член комитета Государственной Думы по образованию;

*Янов Виталий Валерьевич*, д.э.н., доцент, зав. кафедрой «Финансы и кредит» ПВГУС

### *Ответственный секретарь редакционной коллегии*

*С. В. Майорова*, директор Издательско-полиграфического центра

ООО «Агентство «Книга-Сервис»

Подписной индекс **84641**

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](mailto:rio@tolgas.ru), тел. (8482) 222-650.

© Поволжский государственный университет сервиса, 2010

## СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово ректора ПВГУС <b>Л. И. Ерохиной</b> _____	7
<b>Ерохина Л. И.</b> (e-mail: rector@tolgas.ru ), <b>Башмачникова Е. В.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru)	
Приоритеты в развитии регионального сегмента отрасли профессиональных услуг в условиях конкуренции _____	9
<b>Наумова О. Н.</b> (e-mail: naumovaon@tolgas.ru)	
Применение самооценки в деятельности вуза на основе методики EFQM _____	14
<b>Якунин В. Н.</b> (e-mail: yakunin@tolgas.ru)	
Экономическое положение Русской православной церкви в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. _____	20
<b>Филатов Ю. Н.</b> (e-mail: kaf_evd@tolgas.ru)	
Возможности и проблемы инновационного развития российской экономики _____	27
<b>Горина А. П., Заварцева Е. В.</b> (e-mail: alla1060@mail.ru)	
Проектно-ориентированный подход в системе менеджмента предприятия: организационное развитие _____	31
<b>Шнякина Ю. Р.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru)	
Элементы методологии в теории управления функционированием и развитием региональной сферы услуг _____	40
<b>Рудакова О. С.</b> (e-mail: olrud@yandex.ru)	
Новые подходы к проведению реинжиниринга бизнес-процессов современных организаций _____	46
<b>Спирина М. С.</b> (e-mail: msspirina@list.ru)	
Использование элементов нечеткой логики для решения экономических задач _____	53
<b>Кузнецова Л. В.</b> (e-mail: vbkfs5000@rambler.ru)	
Методическое обеспечение оценки уровня удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг _____	61
<b>Коновалова А. Н.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru)	
Методика оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг _____	70
<b>Гутюк Е. Н.</b> (e-mail: E.N.Gutyuk@mail.ru)	
Прогнозирование траектории развития моногородов на основе формирования регионального рынка услуг _____	76
<b>Радюхина Г. В.</b> (e-mail: rady-galina@yandex.ru)	
Метод расчета объема незавершенного производства в условиях функционирования гибких производственных систем пошива изделий мелкими партиями _____	83
<b>Гнутова А. А.</b> (e-mail: annagnutova@mail.ru)	
Тенденции развития рынка образовательных услуг в Самарском регионе _____	87
<b>Ковтуненко А. В.</b> (e-mail: eu_kovtunenko@tolgas.ru)	
Проблемы обеспечения стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг _____	91
<b>Корчагин П. В.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru)	
Концептуальные подходы к трансформации организационно-экономического механизма управления в условиях формирования стратегического поведения предприятий региона _____	99
<b>Пыркин Н. Н.</b> (e-mail: office@tolgas.ru)	
Экономический ущерб от несанкционированного доступа к информационной системе предприятия сферы услуг _____	105

<b>Сафарова И. М.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru) Концептуальные решения в обеспечении качества услуг на основе системного подхода_____	111
<b>Глухова Л. В.</b> (e-mail: prof.glv@ya.ru) Определение приоритетов государственной поддержки управления и развития функционирования национальной инновационной системы_____	118
<b>Маркова О. В.</b> (e-mail: markovaolga@yandex.ru) Основные факторы конкурентоспособности региона_____	123
<b>Машина С. В.</b> (e-mail: mashina_sv@mail.ru) Современное состояние и особенности функционирования региональной сферы услуг_____	129
<b>Раченко Т. А.</b> (e-mail: Rta-tit@yandex.ru) Прогнозирование объемов продаж телекоммуникационных услуг альтернативного оператора: методический аспект_____	134
<b>Баканкова Е. М.</b> (e-mail: bakankova_elena@mail.ru) Эволюционное развитие предприятий сферы услуг: проблемы теории и практики__	139
<b>Колташева Л. А.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru) Эволюция концептуальных подходов в теории и практике развития интеллектуальных ресурсов региональной сферы услуг_____	146
<b>Дуброва М. В.</b> (e-mail: mvdubrova@yandex.ru), <b>Козлова И. В.</b> (e-mail: i-v-kozlova@yandex.ru) Современные тенденции развития межбанковских платежей в условиях финансовой глобализации_____	153
<b>Марченко Т. И.</b> (e-mail: kaf_eio@tolgas.ru) Проблемы измерения и оценки интеллектуальных ресурсов_____	159

## CONTENTS

<b>Erokhina L. I., Bashmachnikova E. V.</b> Priorities in development of the regional segment of professional services branch in conditions of the competition_____	9
<b>Naumova O. N.</b> Application of a self-estimation in activity of high school on the basis of EFQM technique_____	14
<b>Yakunin V. N.</b> Economic situation of Russian orthodox church during the great patriotic war of 1941-1945_____	20
<b>Filatov J. N.</b> Possibilities and problems of Russian economy innovative development_____	27
<b>Gorina A. P., Zavartseva E. V.</b> The project-oriented approach in enterprise management: organizing development_____	31
<b>Shnyakina J. R.</b> Methodology elements in the theory management of functioning and development of regional service sphere_____	40
<b>Rudakova O. S.</b> New approaches for the business process reengineering in contemporary organizations__	46
<b>Spirina M. S.</b> Using fuzzy logic elements for solving economic problems_____	53
<b>Kuznetsova L. V.</b> Methodical provision of the estimation of customers satisfaction level by service process at the service enterprises_____	61
<b>Konovalova A. N.</b> Method of estimation of management efficiency by intellectual potential of the enterprises of sphere of services_____	70
<b>Gutyuk E. N.</b> Forecasting of the trajectory of development of monocities on the basis of formation of the regional market of services_____	76
<b>Radukhina G. V.</b> Method of calculating the volume of the work in progress in conditions of flexible industrial systems of products tailoring in small lots_____	83
<b>Gnutova A. A.</b> Market trends of educational services development in Samara region_____	87
<b>Kovtunencko A. V.</b> Problems of maintenance of strategic competitiveness of consulting services_____	91
<b>Korchagin P. V.</b> Conceptual approaches to transformation organizational – the economic mechanism of management in the conditions of formation of strategic behaviour of the enterprises's region_____	99
<b>Pyrkin N. N.</b> Economic damage caused by unauthorized access to information systems of service sphere enterprises_____	105
<b>Safarova I. M.</b> Conceptual decisions in maintenance of quality of services on the basis of the system approach_____	111

<b>Gluhova L. V.</b> Defining priorities of the state support of management and development of national innovative system _____	118
<b>Markova O. V.</b> Main factors of region competitiveness _____	123
<b>Mashina S. V.</b> Modern condition and features of functioning of regional service sphere _____	129
<b>Rachenko T. A.</b> Forecasting sales volume of telecommunication services of an alternative provider _____	134
<b>Bakankova E. M.</b> Evolutionary development of the enterprises of sphere of services: theory and practice problems _____	139
<b>Koltasheva L. A.</b> Evolution of conceptual approaches in the theory and practice of development of intellectual resources of regional sphere services _____	146
<b>Dubrova M. V., Kozlova I. V.</b> Banking payments – current trends in financial globalization _____	153
<b>Marchenko T. I.</b> Problems of measurement and estimation of intellectual resources _____	159



*Уважаемые коллеги,*

*вышел в свет первый за 2010 год номер журнала «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Он представляет собой образец того интеллектуального и издательского продукта, который мы будем поставлять читателю в ближайшее время. Журнал стал более объемным, публицистичным, его содержание – более разнообразным и актуальным. В нем публикуются оригинальные статьи, обзоры и краткие сообщения в области экономики и управления народным хозяйством, развития региональной сферы услуг, а также других направлений фундаментальных и прикладных исследований.*

*«Вестник...» издается в целях улучшения научно-экономической и инновационной деятельности*

*университета и служит целям информирования о достижениях в области фундаментальных и прикладных исследованиях в вузах России, научных учреждениях РАН и отраслевых институтах. Журнал сформирован в соответствии с требованиями Высшей аттестационной комиссии и предназначен в том числе и для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученых степеней докторов и кандидатов наук. «Вестник...» отражает результаты теоретических и экспериментальных разработок профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников, студентов, аспирантов и соискателей. Издание рецензируемого научного журнала «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика» и его формирование регламентируется основными нормативно-правовыми документами в сфере научной деятельности и должно способствовать эффективному выполнению Постановления Правительства Российской Федерации от 30 января 2002 г. «Об утверждении Единого реестра ученых степеней и ученых званий и Положения о порядке присуждения ученых степеней» (в ред. Постановлений Правительства от 12.08.2003 г. № 490; от 20.04.2006 г. № 227; от 04.05.2008 г. № 330; от 02.06.2008 г. № 424).*

*Основной целью рецензируемого научного журнала «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика» является содействие повышению качества подготовки специалистов в соответствии со стратегическими направлениями по обеспечению единой государственной политики в области государственной аттестации научных и научно-педагогических кадров. Университетская подготовка специалистов по столь широкому спектру дисциплин не может быть реализована без интенсивной научно-исследовательской деятельности. Очевидно, что внедрение передовых достижений науки в учебный процесс университета возможно только усилиями ученых, которые сами активно*

участвуют в выработке современных научных моделей.

Научный журнал как часть российской и университетской научно-информационной системы участвует в решении следующих задач:

– отражение результатов научно-исследовательской, научно-практической и экспериментальной деятельности профессорско-преподавательского состава и научных сотрудников, студентов, аспирантов и соискателей;

– формирование научной составляющей университетской среды и пропаганда основных достижений науки в области фундаментальных исследований;

– выявление научного потенциала для внедрения передовых достижений науки в учебный процесс;

– формирование открытой научной полемики, способствующей повышению качества диссертационных исследований, эффективности экспертизы научных работ;

– обеспечение гласности и открытости в отражении научной проблематики исследовательских коллективов кафедр, научно-образовательных центров и других структурных подразделений университета.

В заключение, уважаемый читатель, хочется констатировать, что издание, очевидно, становится все интереснее и совершеннее как научный и издательский продукт, а также заверить вас в том, что он и в дальнейшем будет развиваться и совершенствоваться. Нам бы хотелось расширить авторский коллектив журнала, в связи с чем призываем всех, кому есть что сказать в научном журнале, присылать статьи и материалы в адрес редакции.

С уважением,  
ректор университета,  
д-р экон. наук, профессор,  
заслуженный работник высшей школы РФ



Ерохина Лидия Ивановна



УДК 338.465.2

**Л. И. Ерохина\***

*\*Ерохина Лидия Ивановна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и управление», ректор Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*  
e-mail: rector@tolgas.ru

**Е. В. Башмачникова\***

*\*Башмачникова Елена Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, организация и коммерческая деятельность Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

### **ПРИОРИТЕТЫ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО СЕГМЕНТА ОТРАСЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

*Ключевые слова: профессиональные услуги, отрасль профессиональных услуг, региональный сегмент, приоритеты развития.*

*В статье рассматриваются проблемы выявления приоритетов в развитии отрасли профессиональных услуг в современных условиях, обозначаются предпосылки к формированию динамических способностей поставщиков профессиональных услуг к достижению поставленной цели.*

Рассматривая проблему выявления приоритетов в развитии отрасли профессиональных услуг в условиях конкуренции, необходимо выяснить условия и обозначить предпосылки к формированию динамических способностей поставщиков профессиональных услуг для достижения указанной цели.

Во-первых, динамические способности появляются, опираясь на уже накопленные знания (обычно приобретенные на стационарных рынках с низкой интенсивностью перемен) или на имеющиеся знания, указанные с быстро создаваемыми, отражающими ситуативную специфику новыми знаниями (на сугубо динамичных рынках с трудно предсказуемыми изменениями).

В качестве второго фактора выделяем повторяющиеся действия и акции, которые совершаются с определенным постоянством и частотой. В таких условиях отрасль профессиональных услуг имеет возможность накапливать имплицитные и эксплицитные знания, иницируя тем самым коллективные процессы обучения. Знания пополняют также прошлые ошибки, если они осознаны и не привели тех или иных поставщиков профессиональных услуг к бан-

кротству. Следовательно, динамические способности тесно связаны с обучением услугодателей и с факторами, которые этому способствуют.

Третьим релевантным фактором формирования динамических способностей является кодификация накопленного опыта в виде формальных процедур или технологий и его закрепление в определенных и разграниченных областях и функциях управления региональной отраслью профессиональных услуг. Это также может быть увязано с организационным обучением и его стимулированием (путем превращения имплицитного знания в эксплицитное и однозначного распределения знаний по функциям).

Очевидно, что динамические способности, по сути, приобретаются отраслью профессиональных услуг в ходе обучения. Они базируются на имплицитном и эксплицитном знании (как коллективном знании), которое было приобретено при разрешении определенных проблем и ситуаций в прошлом. Это знание может быть использовано услугодателями в будущем для более или менее сходных (но не идентичных) проблем и ситуаций, чтобы быстро отреа-

гировать и адаптироваться к проблеме, отдельные элементы решения которой уже хорошо известны (гибкость). Гибкая организационная адаптация возможна, таким образом, лишь к проблемам и внешним ситуациям, для которых характерно сбалансированное соотношение между новизной события и прошлым опытом. Динамические способности открывают перед региональной отраслью профессиональных услуг возможность развития. При адаптации к быстро меняющейся конкурентной среде благодаря динамическим способностям необходима некая траектория для создания адаптационному процессу соответствующего направления и постановки перед ним определенной цели. Эта руководящая траектория обуславливается видением перспективы, сформированной хозяйствующим субъектом, на основе приращения теоретико-методических аспектов развития отрасли профессиональных услуг с учетом их специфики.

Отмечая специфику профессиональных услуг по сравнению с материальным производством имеем: во-первых, в отличие от материального продукта профессиональные услуги производятся и потребляются в основном одновременно, не подлежат хранению. Это порождает проблему регулирования спроса и предложения профессиональных услуг, обособляет их реализацию от реализации материального продукта, в которой многие операции основываются на сбытовом посредничестве и возможности хранения материальных продуктов. Во многих случаях для реализации профессиональных услуг на других рынках, в различных регионах необходимо создание там филиалов поставщиков этих услуг, так как большинство профессиональных услуг базируется на прямых контактах между производителем и потребителями

Во-вторых, региональная отрасль профессиональных услуг защищается государством в большей степени от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства.

В-третьих, профессиональные услуги имеют высокую степень кастомизации. Практически каждый проект реализуется с учетом потребности конкретного потреби-

теля. Даже стандартные проекты индивидуальны и зависят от запросов потребителя.

Эти особенности профессиональных услуг, а также специфика самих услуг – их неосвязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и неразрывность производства и потребления – определяют приоритеты развития в обозначенной отрасли. Неуверенность потребителей и их участие в процессе приобретения профессиональной услуги как факторы усложнения конкурентной позиции поставщика данной услуги должны стать объектами пристального внимания со стороны управления с определением того, что фактически предлагается под видом профессиональных услуг.

Решение ключевой проблемы – возможного разрыва между ожиданием потребителя и фактическим восприятием полученной профессиональной услуги – является на сегодняшний день весьма затруднительным делом для многих работодателей.

Поскольку всегда будут существовать элементы осознанного покупательского риска в потреблении профессиональных услуг, субъект управления работодателем в своей деятельности должен ориентироваться на минимизацию этого риска.

Решение обозначенной проблемы видится в большей степени в усилении позиции креативного управления поставщиками профессиональных услуг, активном развитии коммуникационных процессов и мониторинге среды или постоянном анализе альтернативных, социальных перемен и правительственных постановлений, представляющих собой угрозы или благоприятные возможности для поставщиков услуг.

Содержание понятия креативного управления региональной отраслью профессиональных услуг раскрывают следующие аспекты:

- развитие интеллектуального потенциала;
- активизация инновационных процессов;
- обеспечение активной ответственности посредством всеобщего обучения.

Раскрывая проблему развития интеллектуального потенциала в отрасли профессиональных услуг, необходимо соблюдать следующие принципы:

- Построение такой организационной структуры, которая формирует благоприятные условия для интеллектуального труда.

- Выделение общих направлений функционирования и развития сегментов хозяйственной деятельности, входящих в состав отрасли профессиональных услуг региона, через управление контролируемыми факторами изменчивой конкурентной среды в целях обеспечения необходимого вектора их развития.

- Создание благоприятных условий для генерации альтернативных взглядов и идей.

- Внесение в систему эмоциональной составляющей.

- Поощрение готовности брать на себя ответственность и самостоятельность в организации труда в отрасли профессиональных услуг.

Оценить уровень использования интеллектуального потенциала в отрасли профессиональных услуг позволит матричный метод, основанный на субъективной оценке деловых качеств административно-управленческого персонала, характерных для руководителей, предприятий-услугодателей, ставящих в качестве приоритетных задач развитие интеллектуальных процессов.

Для активизации инновационных процессов в отрасли профессиональных услуг, по нашему мнению, необходимо соблюсти следующие моменты:

- обеспечение непрерывного мониторинга текущей ситуации;

- отношение к результатам творчества как к наиболее значимым задачам развития отрасли профессиональных услуг в регионе;

- соответствие потребностям и запросам потребителей профессиональных услуг;

- приобретение навыков работы на стыке различных сфер деятельности;

- создание условий для свободного движения инновационной информации;

- формирование условий для достижения симбиоза исследовательских разработок, научных учреждений и деловой деятельности;

- управление технологическими и маркетинговыми ресурсами.

Важным фактором обеспечения конкурентоустойчивого развития отрасли профессиональных услуг в регионе является ее стремление к формированию стабильной синергии, связанной с объединением самых разных навыков и позиций. Создание основы для всплеска коллективной творческой энергии означает получение стабильных

результатов использования потенциала каждого работника, занятого в данной отрасли. Это подразумевает также, что каждый работник, занятый оказанием профессиональной услуги, должен четко представлять себе разделяемые ценности хозяйствующего субъекта и нести ответственность не только за решение узкого круга собственных задач, но и за общие результаты. Следовательно, приверженность в отличие от простого участия, подразумевающего добровольное решение поддержать определенную концепцию, описывает состояние, при котором участие в определенном проекте дополнено ощущением полной ответственности за реализацию концепции.

Далее, для раскрытия приоритетов развития отрасли профессиональных услуг в регионе рассмотрим вопросы значимости коммуникационных процессов в данной отрасли. В российской и зарубежной литературе существует множество определений термина «коммуникация», в большинстве своем определяющих данное понятие как «процесс взаимодействия». Коммуникации в управлении классифицируют в соответствии с распределением ролей участников: содержательной стороной коммуникации, коммуникативной средой, целевыми аудиториями, характерами коммуникативного взаимодействия.

В содержании понятия «управленческие коммуникации», по нашему мнению, объединяются три важнейших аспекта:

- социально-психологическая характеристика коммуникации и особенности их персональной направленности, то есть взаимодействие личностей на основе учета и согласования их интересов, ценностей поведения, устремлений;

- движение информации, рассматриваемое как средство и внешнее проявление коммуникаций;

- коммуникационный механизм управления как интегрированная система методов (анализа, мотивации, планирования, контроля), обеспечивающих реализуемость и эффективность коммуникационных сообщений.

В условиях конкуренции объемы информации непрерывно растут, что усложняет принятие управленческих решений. Результаты исследований агентства Reuters

показали, что более 50% руководителей собирают информацию, которую не способны переработать.

Характерной особенностью функционирования и развития отрасли профессиональных услуг в регионе является усложнение процессов, протекающих в данной отрасли, и, как следствие, усложнение механизма управления взаимоотношениями с потребителями. Это вызвано, в частности, увеличением объема знаний и нововведений на всех стадиях производства и реализации профессиональной услуги, ростом интенсивности информационных потоков, формированием альтернативной коммуникационной среды и фрагментацией каналов коммуникации.

В числе приоритетов развития отрасли профессиональных услуг выделяется мониторинг среды, цель которого состоит в получении и обработке утверждающей информации о состоянии отрасли профессиональных услуг. Эта цель достигается посредством использования некоторых групп явлений, параметров, факторов, входящих в понятийную форму мониторинговых индикаторов, и формируется по критериям комплексности, интегративности отражения результирующего состояния основных причин взаимодействия в их количественных и качественных взаимосвязях. Мониторинг среды прямого и косвенного воздействия на поставщиков профессиональных услуг предполагает осуществление анализа конкурентной ситуации: оценки уровня удовлетворения спроса потребителей на услуги, определения степени рациональности организационных отношений между услугодателями и потребителями, а также прогнозирование этих составляющих на долго- и краткосрочную перспективы. В отличие от традиционных методов сбора информации об объекте мониторинг заключается не только в сканировании (поиске уже сформированной информации, той, которая существует в перспективе) различных знаний о поставщиках профессиональных услуг, но и в отслеживании текущей, вновь появляющейся информации. При этом в условиях конкуренции явно недостаточно будет отслеживание информации в рамках иррегулярной (распространена в ис-

следованиях особых ситуаций, фокусируется с целью поиска событий, подобных данным) или регулярной (периодической с преобладанием ретроспективного момента, хотя с некоторым вниманием к будущему) систем. Должна быть сформирована система непрерывного обзора, позволяющая вести постоянные исследования наиболее значимых элементов конкурентной среды услугодателей. Другими словами, необходимо создание устойчивого компонента в системе развития отрасли профессиональных услуг, в большей степени ориентированного на будущее. Заключительным действием становится обобщение полученных знаний и систематизация для выяснения состояния и дееспособности поставщиков профессиональных услуг.

Предметное поле мониторингового наблюдения за средой представлено нами как динамично функционирующая совокупность взаимоотношений субъектов и объектов профессиональных услуг, в чем проявляется диалогичность данного наблюдения. При этом пространство мониторинга среды охватывает различные уровни конкурентоспособности поставщиков профессиональных услуг и позволяет проследить его влияние на складывающиеся взаимоотношения с потребителями, отношения между участниками процесса производства и реализации профессиональных услуг. Данное предметное поле описывается информативной и универсальной для обеспечения эффективной динамики (диагностика, контроль и прогноз) процесса поддержания конкурентоспособности поставщиков услуг подсистемой социально-экономических показателей развития отрасли профессиональных услуг в регионе, обеспечивает целостное отражение совокупности факторов и конкретных ситуаций, воздействующих на развитие данной отрасли.

В содержательном плане подсистема социально-экономических показателей развития поставщиков профессиональных услуг в регионе ориентирована на изучение признаков, характеризующих зависимость осуществляемых конкурентных воздействий в обозначенной отрасли, среды прямого и косвенного воздействия, а также оценку их качества и прогнозирование. Указанная под-

система представлена внешними для данного объекта параметрами (своеобразие экономического, экологического развития региона и т. д.), а также показателями удовлетворения спроса, повышения эффективности управления хозяйствующими субъектами и их инвестиционной привлекательности.

Итак, необходимость реализации данного признака обусловлена его ориентированностью на сбор информации, анализ и сравнение результатов функционирования и развития отрасли профессиональных услуг в регионе за определенный период.

Синтез диагностики, генезиса и прогностики определяет направления функциональной ответственности мониторинга конкурентной среды:

- оперативное и постоянное информирование о привлекательности регионального отраслевого рынка профессиональных услуг;
- определение экономического потенциала поставщиков профессиональных услуг;

- сравнительная оценка уровня развития отраслевых поставщиков профессиональных услуг;

- прогнозирование, выявление тенденций и перспектив развития отраслевого регионального рынка профессиональных услуг;

- накопление информации о сложившихся тенденциях развития регионального отраслевого рынка профессиональных услуг в прошлом и характере взаимоотношений услугодателей.

Данный набор направлений функциональной ответственности мониторинга обусловлен накоплением необходимой и достаточной информации для дальнейшей разработки целей функционирования и развития отрасли профессиональных услуг в регионе.

Таким образом, разработанные теоретические положения относительно актуальности исследования проблем и приоритетов функционирования и развития отрасли профессиональных услуг на уровне региона требуют практического подтверждения.

---

**L. I. Erokhina\***

*\*Yerokhina Lidia Ivanovna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Rector of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: rector@tolgas.ru

**E. V. Bashmachnikova\***

*\*Bashmachnikova Elena Valentinovna, PhD in Economics, Professor, Head of «Economy, Management and Commerce» faculty of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

**PRIORITIES IN DEVELOPMENT OF THE REGIONAL SEGMENT  
OF PROFESSIONAL SERVICES BRANCH IN CONDITIONS OF THE COMPETITION**

*Key words: professional services, professional services branch, a regional segment, priorities of development.*

*Problems of revealing of priorities in development of professional services branch in modern conditions are considered in the article, preconditions are identified for formation of dynamic abilities of suppliers of professional services to achievement of formulated purpose.*

**О. Н. Наумова\***

*\*Наумова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», проректор по учебной работе и качеству образования Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: naumovaon@tolgas.ru

## **ПРИМЕНЕНИЕ САМООЦЕНКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА НА ОСНОВЕ МЕТОДИКИ EFQM**

*Ключевые слова: система менеджмента качества, эффективность СМК, метод массового анкетирования.*

*Метод самооценки является важнейшим инструментом постоянного совершенствования деятельности любой организации. Самооценка на основе модели EFQM представляет собой реализацию метода массового анкетирования персонала по оценке системы менеджмента качества. Адаптируя рекомендуемую EFQM анкету применительно к высшему учебному заведению, нами практически была разработана анкета, позволяющая определить эффективность действующей системы менеджмента качества в вузе и зоны резервного развития в целях дальнейшего его совершенствования.*

Эффективная работа любой организации невозможна без совершенствования направлений ее деятельности. Главной целью при этом является удовлетворение потребителей. ГОСТ Р ИСО 9004-2001 определяет самооценку как всестороннее оценивание, итогом которого является мнение или суждение о результативности и эффективности организации и уровне зрелости системы менеджмента качества<sup>1</sup>. Ввиду того, что инструменты, цели, задачи самооценки деятельности организации и ее последствия всегда разные, следует определиться, что мы будем понимать под самооценкой деятельности вуза в системе менеджмента качества.

Авторами Н. Гуськовой, В. Митрохиным, Т. Салимовой, Ю. Еналеевой<sup>2</sup> приведены различные подходы к определению самооценки:

- сопоставительный анализ по сравнению с лучшими организациями, моделями или эталоном. При этом определенные трудности возникают с выбором объекта

для сравнения. Применительно к вузам при выборе эталона используют, как правило, критерии государственной аккредитации, в качестве лучших организаций широко используются данные различных рейтингов учебных заведений, в том числе по профилю деятельности, типу и виду учебного заведения, субъекту и федеральному округу Российской Федерации, международным рейтингам;

- необходимый инструмент деятельности организации при участии в различных конкурсах в области качества (национальных, региональных, международных, отраслевых), применение которого обусловлено требованиями к участникам. При этом требования к конкурсной документации являются четко определенными, кроме того, любой участник конкурса желает продемонстрировать лучшие свои достижения, что, на наш взгляд, не позволяет в полной мере реализовать метод самооценки для выявления актуальных и объективных для вуза направлений своего развития;

- метод диагностики состояния организации и перспектив ее дальнейшего развития. Не умаляя значения реализации метода диагностики при проведении самооценки, по нашему мнению, такой подход позволит лишь определить фактическое состояние системы, выявить произошедшие изменения по сравнению с предыдущим периодом,

<sup>1</sup> ГОСТ Р ИСО 9004-2001. Система менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности. М. : ИПК Издательство стандартов, 2001. 46 с.

<sup>2</sup> Гуськова Н., Митрохин В., Салимова Т., Еналеева Ю. Применение самооценки в деятельности вуза // Стандарты и качество. 2006. № 4. С. 62-66.

сделать выводы о тенденциях развития. При этом упускаются из виду принципы опережающего развития, ориентации на развитие приоритетных направлений в деятельности вуза с точки зрения управления качеством;

- один из этапов совершенствования деятельности организации, что является, несомненно, обобщающим подходом ранее изложенных определений.

С точки зрения того, что главными целями самооценки является получение объективных данных, основанных на фактах, вовлечение персонала в управление качеством, ориентация на передовой опыт, использование полученных результатов для совершенствования деятельности организации, следует перечень определений самооценки расширить:

- самооценка – результат самообследования, то есть процедуры внутреннего оценивания, анализа и обобщения результатов образовательной деятельности с целью совершенствования и развития<sup>3</sup>. Данное определение затрагивает все стадии самооценки, и, самое главное, указывает на цель самооценки – дальнейшее совершенствование. Тем не менее, на наш взгляд, определение не является полным, так как отражает только образовательную деятельность, не включая воспитательную, научную и другие виды деятельности вуза;

- самооценка – всесторонний, систематический и регулярный анализ деятельности организации и ее результатов по отношению к модели совершенства EFQM. Зная принципы модели EFQM, можно сделать заключение, что в данном определении заложена целевая установка проведения самооценки, а именно самооценка ради выявления путей совершенствования каких-либо сторон деятельности организации, касающихся удовлетворения потребителей, персонала, общества.

Следовательно, на наш взгляд, самооценка представляет собой всесторонний, систематический и регулярный анализ деятельности организации и ее результатов с целью выявления и реализации резервов совершенствования, влияющих на повыше-

ние удовлетворенности потребителей, персонала, общества качеством предоставляемых услуг, производимой продукции.

Таким образом, метод самооценки является важнейшим инструментом постоянно совершенствования деятельности любой организации. При реализации самооценки могут быть использованы различные методы, среди которых наибольшее распространение получили методы экспертных оценок, а именно метод анкетирования.

В методике самооценки, предлагаемой EFQM, применяемой для получения исходной информации при установлении областей возможных улучшений системы управления качеством как части интегрированной системы управления организацией, используется метод массового анкетирования. Результаты анкетирования входят в состав исходной информации, позволяющей провести анализ фактического состояния и определить перспективы развития объекта исследования, сформировать аналитические и отчетные документы в рамках системы менеджмента качества и ее совершенствования. Результаты самооценки используются, с одной стороны, для совершенствования текущей деятельности организации, с другой стороны, представляются при проведении различных процедур, связанных с внешними аудитам, в том числе при проведении сертификационных и надзорных аудитов, с целью определения эффективности действующей системы менеджмента качества в соответствии с требованиями национальных и международных нормативных документов. Кроме того, систематическое проведение самооценки способствует формированию в организации мониторинга управления качеством, что позволит проводить сравнение результатов за ряд периодов, выявлять динамику в развитии по направлениям и критериям оценки, тем самым постоянно актуализировать проблему совершенствования системы управления качеством.

Метод массового анкетирования, рекомендуемый моделью EFQM, включает в себя вопросы для опроса персонала в соответствии с критериями модели: для модели «Стремление к совершенству» – по 9 критериям, по модели «Признанное совершенство» – по 32 критериям. Рекомендуемая форма анкеты предполагает ответы на во-

<sup>3</sup> Мотова Г. И., Наводнов В. Г. Модели оценивания деятельности образовательных организаций : препринт № 1/97. Йошкар-Ола : Научно-информационный центр государственной аккредитации, 1997. 48 с.

просы по критериям и элементам модели по шкале от 0 до 5 баллов, где 0 баллов соответствует оценке того, что деятельность в этом направлении в данной организации еще не начиналась, 1 балл – респондент что-то об этом слышал, 2 балла – по мнению респондента, есть кое-какие результаты, 3 балла – есть достижения, 4 балла – наблюдается большой прогресс, 5 баллов – деятельность полностью осуществляется. Анализируя шкалу оценки, нами сделан вывод, что данная система позволяет определить среднюю арифметическую величину показателя, выявить по ее величине разброс мнений респондентов и, отбросив случайные мнения, выявить устойчивую тенденцию, которая позволит оценить уровень состояния системы в целом, в том числе в разрезе критерия и отдельного элемента. Не умаляя достоинств предложенной EFQM шкалы оценки, нами предложена некоторая модификация интерпретации полученных результатов: 5 баллов – «отлично», 4 балла – «хорошо», 3 балла – «удовлетворительно», 2 балла – «ниже удовлетворительно», 1 и 0 баллов – «неудовлетворительно» и укрупненной шкалой оценок, где баллы 0, 1, 2 характеризуют отрицательную оценку, а баллы 3, 4, 5 – положительную оценку. Подведение оценки не только по опросу в целом, но и в рамках каждого критерия позволит получить дополнительную информацию для сравнения и сопоставления результатов в целях формирования выводов анализа.

Предложенная нами модификация качественной интерпретации количественной оценки, полученной в период анкетирования, позволит углубить анализ и дополнительно выявить зоны резервного развития в разрезе критериев и их элементов.

Адаптируя рекомендуемую EFQM анкету применительно к высшему учебному заведению, нами практически была разработана анкета, позволяющая провести опрос персонала вуза по актуальным для системы менеджмента качества аспектам. В анкету внесены следующие изменения и уточнения:

- высшее руководство вуза представляет собой ректор, и оценка активности личного участия ректора в установлении целей вуза и разработке его перспективных и текущих планов адекватна оценке ответственности руководства в области качества в соответствии с требованиями стандартов серии ИСО 9000;

- руководителями вуза (администрацией) являются проректоры, директора институтов, деканы факультетов, заведующие кафедрами, начальники структурных подразделений, основную часть персонала вуза составляет профессорско-преподавательский состав. В связи с данными уточнениями типовой анкеты применительно к вузу появляется возможность оценить мнение всего персонала, а не его части, по вопросу личной поддержки улучшений, проводимых в вузе;

- уточнение, кто является заказчиками и партнерами, на наш взгляд, имеет немаловажное значение для адекватности воспринимаемых вопросов анкеты. К заказчикам и партнерам вуза нами отнесены работодатели, заказчики научно-исследовательских работ, учебные заведения, предприятия и организации, являющиеся базами практической подготовки студентов и другие;

- наложение требований, предъявляемых к периодичности повышения квалификации для преподавательского состава вуза, на рекомендуемый вопрос об оценке повышения квалификации в целом, по нашему мнению, позволило не только уточнить сам вопрос анкеты с учетом вузовской специфики, но и задать критерий оценки достаточности уровня повышения квалификации – не реже 1 раза в 5 лет;

- откорректировано понятие «доступность руководителей организации персоналу» и предложено оценить уровень организации администрацией вуза приема сотрудников и профессорско-преподавательского состава по служебным вопросам;

- дополнительно в перечень вопросов анкеты по критерию «Лидерство» нами предложено включить оценку работы администрации вуза по разработке и реализации системы менеджмента качества в соответствии с целями и задачами развития вуза, принимаемую персоналом, а также вопрос по оценке формирования администрацией вуза корпоративной этики поведения персонала, соответствующей ключевым ценностям вуза (миссии). На наш взгляд, ответы на предложенные вопросы позволят дополнительно оценить уровень восприятия персоналом действий администрации в области разработки и внедрения системы менеджмента качества, в том числе при формировании корпоративных норм поведения;



- в рекомендуемой типовой анкете предлагается оценить, насколько в стратегии и политике организации отражены социальные, экологические и правовые аспекты. На наш взгляд, не стоит ограничиваться вышеуказанными аспектами и для вуза более важным является оценка соответствия его стратегии и политики разработанной в вузе нормативно-правовой документации по всем направлениям деятельности;

- при оценке мер по охране здоровья, технике безопасности, защите окружающей среды и других социальных и культурных мероприятий, по нашему мнению, стоит сделать акцент дополнительно на оценку мероприятий по профилактике здоровья, созданию комфортных условий труда, морального и материального поощрения, формированию корпоративных традиций как одного из аспектов формирования мотивации персонала к более ответственной и качественной работе;

- при оценке мер по укреплению трудового коллектива нами был введен дополнительно вопрос по оценке эффективности формирования стабильности кадрового состава, что позволит при более глубоком анализе оценить уровень и причины текучести кадров;

- при формировании анкеты по критерию «Партнерство и ресурсы» нами дополнительно были включены вопросы по оценке эффективности разработки и использования современных образовательных, информационных технологий, интеллектуальной собственности и знаний для повышения качества предоставляемых услуг. По нашему мнению, ресурсное обеспечение учебного заведения составляют не только здания, оборудование, материалы, денежные средства, но и реализуемые технологии по видам деятельности. И именно в разработке и внедрении технологий чаще всего кроются основные резервы повышения качества;

- существенно изменен перечень вопросов по критерию «Процессы». Основанием тому послужили рекомендации Министерства образования и науки Российской Федерации по внедрению в высших учебных заведениях типовой модели системы менеджмента качества, которая построена на процессном подходе, и опыт разработки и внедрения в Поволжском государственном университете сервиса системы менеджмента качества в соответствии с требованиями

стандартов серии ИСО 9000. В связи с этим нами введены вопросы по оценке разработанных в вузе основных и обеспечивающих процессов с указанием их названия, а именно предложено оценить оптимальность реализуемых в вузе таких основных процессов, как маркетинговые исследования образовательных, научных услуг и социального заказа на подготовку выпускника; проектирование, разработка и реализация основных образовательных программ; проектирование, разработка и реализация программ дополнительного образования; довузовская подготовка; прием студентов; воспитательная и внеучебная работа с обучающимися; подготовка кадров высшей квалификации; научно-исследовательская и инновационная деятельность. Среди обеспечивающих процессов предложено оценить оптимальность разработки и эффективность реализации следующих процессов: управление персоналом; управление инфраструктурой; учебно-методическое обеспечение; внутренний и внешний обмен информацией; управление закупками; редакционно-издательская деятельность; библиотечное обслуживание; программно-информационное обслуживание; управление производственной средой; обеспечение безопасности жизнедеятельности. На наш взгляд, детальная оценка в разрезе указанных процессов позволит получить более полезную и адекватную информацию по сравнению с оценкой в целом учета требований заказчиков при разработке планов по улучшениям;

- считаем немаловажным уточнение вопроса анкеты по оценке документального описания процессов и их увязке с требованиями заказчиков. При этом самое главное, чтобы описанные процессы были всегда актуализированы, находились в рабочем состоянии и соответствовали действующему законодательству и локальным нормативным актам вуза;

- оценить уровень организации, идентификации ключевых процессов и их воздействия на деловой успех, не имея критериев оценки, очень сложно. Поэтому нами предложено оценить, насколько эффективно в вузе разработаны и реализуются методики количественной оценки качества подготовки выпускников, результативности и эффективности процессов, изучения потребности рынка труда и рынка образовательных услуг региона, что является, с од-

ной стороны, критерием оценки, с другой стороны, оценкой воздействия различных процессов на достижения вуза в целом;

- вопросы анкеты по критерию «Результаты для потребителей» уточнены с учетом вузовской специфики, а именно вместо обобщенной оценки удовлетворенности заказчиков посредством опросов нами предложено оценить эффективность реализуемой системы изучения и анализа удовлетворенности потребителей (студента, слушателя, аспиранта, работодателя, заказчика НИР и других) качеством предоставляемых услуг. На наш взгляд, в такой постановке вопрос позволит, во-первых, оценить, имеется ли в вузе вообще система изучения и анализа удовлетворенности потребителя, во-вторых, метод опроса является не единственным методом, который может быть использован при изучении удовлетворенности потребителей. Кроме того, нами разделены вопросы по оценке системы удовлетворенности потребителей и оценке системы реагирования на их претензии, так как ответ на обобщенный вопрос, как предложено типовой анкетой, может привести к осложнениям выявления конкретных резервов улучшения работы с потребителями;

- считаем, что вопрос об оценке подтверждения организацией, что заказчики оценивают ее деятельность не хуже или выше, чем у аналогичных компаний, применительно к вузу требует корректировки. В связи с этим нами предложено оценить, как вуз изучает и учитывает мнения работодателей при формировании учебных планов специальностей (направлений), удовлетворяет потребности работодателей в выпускниках. Конечно, заказчиками вуза являются не только работодатели, но и партнеры в области научных исследований, хозяйственной деятельности и другие, и в случае необходимости можно детализировать вопросы об их оценке вуза. Но так как образовательная деятельность является основной в работе вуза, то выявление степени удовлетворения потребности работодателей в выпускниках является мерой оценки вуза с их стороны как наибольшей части заказчиков вуза. Кроме того, ответ на данный вопрос позволит оценить степень взаимодействия вуза с заказчиками;

- последующий дополнительный вопрос о том, насколько вуз может подтвердить, по

каким критериям потребитель отдает предпочтение данному вузу по сравнению с другими учебными заведениями, позволит выявить конкурентные преимущества и недостатки, или сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для проведения SWOT-анализа вуза;

- вопросы анкеты по критерию «Результаты для общества» уточнены также с учетом вузовской специфики, а именно оценка «предотвращения или снижения вредного влияния продукции отрасли на потребителей» заменена на «участие в программах с целью предупреждения девиантного поведения студентов и выпускников в обществе», оценка «интеграции интересов общества и удовлетворенности потребителей и персонала» дополнена оценкой участия вуза в программах по улучшению занятости, научно-исследовательских разработках заказчиков, удовлетворению потребителей в образовательных услугах, что будет способствовать конкретизации вопроса;

- введение в анкету по критерию «Ключевые результаты» вопроса об оценке персоналом эффективности разработки новых актуальных направлений деятельности вуза позволит проанализировать в очередной раз степень удовлетворенности персонала перспективами развития вуза, своей приверженности политике и стратегии развития учебного заведения.

Таким образом, при организации самооценки системы менеджмента качества в высшем учебном заведении и формировании анкеты с учетом принципов EFQM нами были достигнуты следующие результаты:

- во-первых, вопросы рекомендуемой EFQM анкеты адаптированы применительно к вузовской специфике, что позволит получить более адекватные ответы при минимальных разъяснениях персоналу степени важности объективных оценок;

- во-вторых, повторяемость сущности ряда вопросов в разных критериях позволит сравнить результаты ответов, проанализировать их сходимость, оценить их объективность и приоритеты для улучшения. Так, например, в оценке партнерских отношений нами предлагается оценить позицию администрации вуза в организации встреч с партнерами и установлении с ними деловых отношений (критерий «Лидерство»), рациональность формирования сети

партнеров по видам деятельности (критерий «Партнерство и ресурсы»), уровень удовлетворения потребности работодателей в выпускниках (критерий «Результаты для потребителей»), уровень отношений вуза с местными и региональными властями (критерий «Результаты для общества»). В Поволжском государственном университете сервиса получены следующие соответствующие вопросам результаты анкетирования – 88,8%, 87,7%, 75,0%, 92,8% положительных ответов. Это означает, что персонал высоко оценивает роль администрации вуза в установлении деловых отношений с местными и региональными властями, партнерами из числа работодателей, заказчиков научно-исследовательских работ, других учебных заведений, однако не по всем видам деятельности вуза, в том числе в области трудоустройства выпускников. Сознательное введение повторяемости сущности вопросов, касающихся выработки программы развития вуза, позволяет оценить: по критерию «Лидерство» – личную роль ректора в установлении целей развития вуза и разработке его перспективных и текущих планов (получено 100% положительных ответов); по критерию «Политика и стратегия» – уровень разработки, реализации, анализа и корректировки Стратегии и Политики в области качества (98,4% положительных ответов); по критерию «Персонал» – уровень учета предложений персонала при разработке программ

по направлениям деятельности вуза (85,6% положительных ответов); по критерию «Ключевые результаты» – разработку новых актуальных направлений деятельности вуза (95,6% положительных ответов). Анализируя полученные результаты, можно сделать выводы о стиле управления в вузе, степени личной ответственности руководителя за достигнутые результаты и перспективы развития учебного заведения, а также о наличии определенных резервов по привлечению персонала к формированию и реализации программ развития вуза по направлениям его деятельности;

- в-третьих, с целью оптимизации подходов к формированию проектов улучшения качества в вузе нами в структуру анкеты после ответов на вопросы по каждому критерию введен вопрос «Ваши предложения и рекомендации по улучшению». Такой подход позволяет при обработке анкет параллельно формировать перечень предложений и рекомендации в разрезе критериев, оценить повторяемость, а следовательно, и степень важности для персонала тех или иных направлений совершенствования качества;

- в-четвертых, с целью дальнейшего совершенствования содержания анкеты нами предложено ввести в форму анкеты раздел «Предложения по корректировке вопросов анкеты с целью дальнейшего ее совершенствования при использовании в определении резервов улучшения системы менеджмента качества вуза».

**O. N. Naumova\***

*\*Naumova Olga Nikolayevna, Vice-rector of Academic Affairs of Volga Region State University of Service, Togliatti*

e-mail: naumovaon@tolgas.ru

#### **APPLICATION OF A SELF-ESTIMATION IN ACTIVITY OF HIGH SCHOOL ON THE BASIS OF EFQM TECHNIQUE**

*Key words: quality management system, efficiency of quality management system, method of mass questioning.*

*The method of a self-estimation is the major tool of continuing perfection of activity of any organization. The self-estimation on the basis of model EFQM represents realization of a method of the personnel mass questioning of according to system of a quality management. Adapting recommended EFQM questionnaire with reference to a higher educational institution, we had practically been developed the questionnaire, allowing to define efficiency of operating system of a quality management in high school and zones of reserve development with a view of its further perfection.*

**В. Н. Якунин\***

*\*Якунин Вадим Николаевич, доктор исторических наук, проректор по инновационной и научно-исследовательской деятельности, профессор кафедры «Туризм и домоведение» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: yakunin@tolgas.ru*

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ 1941-1945 гг.**

*Ключевые слова: Русская православная церковь, духовенство, приходы, монастыри, налоги.*

*В статье анализируется экономическое положение Русской православной церкви в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: повышение доходов духовенства и приходов и особенности их налогообложения, упорядочение финансово-хозяйственной деятельности Церкви в связи с принятием Положения об управлении Русской православной церковью в январе 1945 г.*

В годы Великой Отечественной войны советское правительство изменило налоговую политику в отношении Православной церкви. Большая работа по подготовке принятых решений была проделана юристом Советом по делам РПЦ при СНК СССР И. В. Покровским. При его активном участии Наркомфин в течение 1944 года принял ряд поправок в существующий порядок налогообложения. В частности, Наркомфин запретил взимать налоги и страховки с недействующих церквей [4. С. 68], было принято решение об освобождении священнослужителей, проживающих в сельской местности, от поставок мяса и яиц, если у них не было скота и птицы [3. С. 38].

Еще на встрече в сентябре 1943 г. с И. В. Сталиным руководство Московской Патриархии в лице митрополитов Сергия (Страгородского), Алексия (Симанского) и Николая (Ярушевича) заявили, что иногда на местах бывает переобложение духовенства подоходным налогом. Глава правительства предложил назначенному председателем Совета по делам РПЦ при СНК СССР Г. Г. Карпову в каждом отдельном случае принимать соответствующие меры проверки и исправления [2. С. 1-10].

Накануне войны подоходный налог с духовенства составлял 75%. После «разъяснения» Наркомфина в циркулярном письме от 17 апреля 1944 г. духовенство было приравнено при обложении налогами к некоо-

перированным кустарям по статье 19 Указа Президиума Верховного Совета СССР от 30 апреля 1943 г. Согласно этому документу, для него была установлена ставка подоходного налога от 3 до 65% размера годового дохода. В циркулярном письме устанавливалось, что общая сумма налога с духовенства, как подоходного, так и военного, не может превышать 75% годового дохода [5. С. 67]. При исчислении налога с духовенства должен был учитываться весь доход, получаемый священнослужителем за совершение различных обрядов и треб, независимо от того, из какого источника они получили этот доход: от епархии и прихода или непосредственно от верующих. В облагаемый доход включались также пособия, выдаваемые им из касс религиозных обществ и епархий. В тех случаях, когда духовенство за выполнение обрядов и треб получало от населения натуральную оплату, облагаемый доход определялся исходя из общего количества совершенных ими обрядов и треб и средней денежной платы за выполнение этих треб. Случайные приношения продуктами со стороны верующих при определении налога не учитывались и налогом не облагались [5. С. 67].

В конце 1944 года по заданию Совета по делам РПЦ на местах было произведено обследование 66 православных приходов в целях установления существующего порядка законности обложения духовенства

подоходным и военным налогами. Вскрылись многочисленные факты переобложения духовенства местными финансовыми органами: облагались церкви, которые не функционировали в течение ряда лет, облагались случайные приношения продуктами, включавшиеся в доход прихода в денежном эквиваленте. Обнаружились факты, когда средства, собранные общиной для уплаты налога, включались в доход священника и вновь облагались налогом [4. С. 68].

Налогообложение духовенства зависело от определения доходности их приходов. Никакой определенной системы для этого не существовало, и доходность устанавливалась финорганами довольно произвольно, что вело к значительным завышениям ставки налога. Рассмотрев этот острый вопрос, Совет по делам РПЦ принял решение о необходимости распределить приходы по категориям доходности, от которых зависела бы ставка налога со священнослужителей. Для определения категорий была обследована доходность приходов за 1943–1944 гг. Для проведения обследования были избраны приходы Свердловской, Кировской, Сталинградской, Ярославской, Горьковской, Московской, Ивановской, Калининской, Курской, Воронежской, Сумской, Харьковской областей и Чувашской АССР. По результатам обследования все они были поделены на пять категорий.

В приходах первой категории (до 200 прихожан) годовая доходность составляла 40 тыс. рублей, колеблясь от 3600 до 148200 рублей. В приходах второй категории (от 200 до 500 прихожан) средняя доходность составляла 50000 рублей, колеблясь от 9720 рублей до 171530 рублей. В приходах третьей категории (от 500 до 1000 прихожан) средняя годовая доходность была 62000 рублей. При этом нижний уровень составлял 5600 рублей, а верхний – 267000 рублей. В приходах четвертой категории (от 1000 до 3000 прихожан) средняя доходность равнялась 112000 рублей, колеблясь от 4600 рублей до 514650 рублей. В приходах пятой категории (свыше 3000 прихожан) средняя доходность составляла 300000 рублей, с нижней границей в 10000 рублей и верхней 550000 рублей [14. С. 37].

Подобная система не могла сыграть большой положительной роли, т. к. внутри каждой категории разница в доходности между отдельными церквями была очень высока. Средняя доходность превышала нижний уровень в 10-30 раз, что, естественно, вело к завышению ставки налога.

В некоторых местах органы финотделов, совершая обходы церквей с целью установления их доходности, вели себя недостаточно деликатно: подглядывали, подслушивали, тайно опрашивали прихожан, считали записки о здравии и упокоении. Все это унижало священнослужителей и дискредитировало духовенство в глазах верующих [16. С. 185].

Различная доходность приходов иногда приводила к ссорам в среде духовенства. С целью получения более доходного места некоторые священнослужители, чтобы устранить конкурента, обвиняли его в финансовых злоупотреблениях, выступали с «разоблачением интимных сторон в личной жизни»: особенно эффективно использовался в глазах верующих факт пребывания «противника» в обновленчестве [12. С. 88].

Налоги исчислялись в таких размерах, что часто священники были просто не в состоянии их оплатить. Так, например, священник вновь открытой сельской церкви в Чувашской АССР сбежал из храма из-за невозможности уплатить подоходный налог (размер обложения составил 200000 рублей в год) [7. С. 138]. В Тульской области вернувшийся с фронта инвалид, священник Г. И. Алферьев заявил уполномоченному, что в официально открытую церковь идти невыгодно, так как задавят налоги, «ибо, несмотря на указания правительства... практика расходится с законодательством, а борьба с извращениями на местах проводится слабо» [8. С. 58]. И это были не единичные случаи.

С мест шли постоянные жалобы на неправильное обложение налогом. Переобложение достигало часто весьма значительных сумм, и финорганы их утверждали. Так, сельского священника А. Н. Веселовского обложили налогом в 44582 рубля, тогда как его доход за 1944 г. составлял только 22425 рублей [9. С. 81]. Совет по делам РПЦ, в который и направлялись жалобы на

неправильное налогообложение, разбирались со всеми случаями, и если жалоба была обоснована, то ставка налога снижалась.

Часть священнослужителей стремилась утаить свои доходы либо понизить их. В Ижевске архиепископ Иоанн (Братолюбов) указал доход за 1943 г. в сумме 211200 рублей. Когда на него наложили налог 123258 рублей, архиерей распорядился, чтобы каждый священник высылал ему ежемесячно определенную сумму [9. С. 81]. Тогда его официально учтенный доход составил 585000 рублей, из них взяли налога 273793 рубля [7. С. 71, 163]. Епископ Ульяновский Иларий (Ильин) продекларировал свой годовой доход в сумме 21600 рублей, тогда как в действительности он составлял 360000 рублей, не считая подношений деньгами [11. С. 76]. А вот заработная плата архиепископа Тамбовского Луки составляла лишь 3000 рублей в месяц, причем налог с этой суммы брали 75% [15. С. 7].

Некоторые священники указывали, что пользуются определенной ставкой от церковного ящика, тогда как фактически в церковный ящик от их треб поступало только за крестины и похороны, другие же совершенные ими обряды не учитывались. Пользуясь доходом за совершение других треб, такие священники пытались переложить иногда налоговые исчисления только на те суммы, которые от них имела община. Некоторые из них, пользуясь доходами самостоятельно, все налоги старались переложить на общину. В некоторых случаях община помогала в погашении налога либо скрытно, т. е. не указывая в декларации и при проверках финорганами, либо открыто. Финансовые органы также допускали определенные нарушения: суммы, данные в счет погашения налога, считали как доход, засчитывая и те поступления, которые вносила община за священников, работавших на ставке.

При естественном стремлении большинства священнослужителей показать в декларации как можно меньшую сумму дохода, а в отдельных случаях его скрыть, финорганам было очень трудно предопределить действительные доходы священников [10. С. 4]. А они к середине войны были весьма велики.

Так, доход церковной «двадцатки» в Сарапуле, если сумму 1940 г. взять за 100%, в 1941 г. составлял 145%, в 1942 г. – 265%, в 1943 г. – 719%. Доходы сарапульского священника М. Шеретенникова возрастали, если за 100% брать сумму 1937 г., в следующей прогрессии: в 1938 г. – 232%, в 1939 г. – 581%, в 1940 г. – 945%, в 1941 г. – 1772%, в 1942 г. – 1773%, в 1943 г. – 2449%. Данные сведения получены из поданной самим священником декларации [21. С. 70].

Религиозный подъем в Ленинградской епархии на заключительном этапе войны подтверждает увеличение количества треб и обрядов. В результате значительно выросли доходы ленинградских храмов: в Никольском соборе в январе-сентябре 1945 г. по сравнению с тем же периодом 1944 г. их рост составил 112,9%, в Князь-Владимирском соборе – 162,6%, в Спасо-Преображенском – 195,6%. Количество отпеваний покойников составляло в I квартале 1944 г. 42,8% всех захоронений на кладбищах Ленинграда, во II квартале – 48,2%. В результате значительно выросли доходы городских священнослужителей – в 1945 г. в среднем, по разным оценкам, на 130-180% и превысили аналогичные показатели в Москве более чем в 3 раза, выйдя на третье место среди всех крупных городов СССР [22. С. 131].

Свыше 10000 рублей в месяц получало в 1944 г. большинство священнослужителей Ленинграда и Москвы [7. С. 71, 163]. Чуть меньше получали ульяновские священники, в сельской местности их доходы не превышали 5000 рублей в месяц [11. С. 76]. В Красноярске средний ежемесячный доход благочинного протоиерея Ушакова составлял 20000 рублей [9. С. 59]. Среднемесячная зарплата рабочего составляла в то время 700 рублей [20. С. 49], а председателя Совета по делам РПЦ – 3900 рублей [13. С. 1-6].

Пенсии священнослужителей доходили до 2000 рублей в месяц [7. С. 173]. Священнослужители снабжались хлебом как служащие [17. С. 14], но в некоторых областях их ставили на литерное питание [6. С. 19].

Монастыри, находящиеся на территории СССР, также были введены в систему налогообложения. Они облагались подоходным и поземельным налогами, платили кварт-

плату. Монашествующие платили по-доходный (в своекоштных монастырях), военный налог и налог на холостяков и малосемейных граждан [18. С. 5, 23].

Признание права на существование монастырей, появление у Церкви свечных заводов и мастерских по изготовлению церковной утвари, а также необходимость учета при обложении налогами монашеского сана побудили Совет по делам РПЦ выступить инициатором пересмотра и уточнения ряда положений о налогообложении.

По предложению Совета 29 августа 1945 г. СНК принял Постановление № 2215 «О порядке обложения доходов монастырей и предприятий при епархиальных управлениях». В постановлении Наркомфину СССР давалось указание облагать подоходным налогом в порядке ст. 19 Указа Президиума Верховного Совета СССР от 30 апреля 1943 г. «О подоходном налоге с населения» доходы монастырей от имеющихся у них сельскохозяйственных и других источников, а также доходы свечных заводов и других предприятий при епархиальных управлениях, а СНК союзных республик предлагалось освободить монастыри от уплаты налога со строений и земельной ренты. Постановление освобождало от уплаты военного налога монахов и монахинь, проживающих на территории монастырей и не имеющих личных доходов. От обложения налогом на холостяков, одиноких и малосемейных граждан освобождалось черное православное духовенство и духовенство других вероисповеданий, обязанных безбрачием [19. С. 38].

Официальное признание государством иерархической структуры Церкви по Положению об управлении Русской православной церковью 1945 г., принятом на Поместном Соборе в январе 1945 г., сопровождалось некоторыми изменениями в ее экономической деятельности. Основные начала имущественного положения Церкви: лишение ее права собственности и прав юридического лица, предоставление ей богослужебных зданий со всеми их принадлежностями лишь в «пользование», с уплатой, однако, за это значительных налогов – остались неизменными. Но несколько изменился круг источников доходов Церкви.

Признавая по-прежнему, что «церковные суммы составляются из добровольных взносов верующих при тарелочном сборе за богослужениями» и «пожертвований вообще на нужды храма», Положение относилось к числу добровольных взносов также «взносы на просфоры, свечи и пр.» (ст. 43) [19. С. 7-10]. Продажа свечей по цене выше себестоимости давно была одним из видных источников доходов Церкви. Запретив церквям совершение каких-либо сделок коммерческого характера, советское законодательство должно было бы не допускать и продажи свечей в церквях, но явная трудность провести последовательно это запрещение привела к формальному обходу закона. И это несмотря на то, что специальным инспекторам по наблюдению и негласным осведомителям НКВД строжайше предписывалось выслеживать и регулярно доносить «откуда религиозные общества приобретают просвирни и свечи, месячный их расход и куда распределяются полученные деньги за проданные просвирни и свечи» [1. С. 164].

Если заранее не устанавливалась определенная цена свечей, просфор и т. п., то взносы за них теперь рассматривались не как плата за купленные вещи, а как добровольное приношение, размер которого устанавливается самим покупателем. Готовность верующих пойти навстречу нуждам храма обеспечивала церковные интересы при приобретении свечей и просфор. Ограничением жертвенности прихожан могло явиться лишь общее обеднение.

Организационная деятельность Церкви в особенности затруднялась запрещением образования каких-либо центральных касс для сбора добровольных пожертвований, хотя исполнительным органам религиозных съездов дозволялось получать добровольные пожертвования. Положение 1945 года внесло облегчение в содержание центральных и местных учреждений Церкви. Статья 41 возлагала на исполнительный орган приходской общины обязанность «вносить потребные суммы на содержание Епархиального Архиерея и его управления», а «также на общецерковные нужды: на Патриаршее управление» и «на содержание духовных учебных заведений при Патриархии», а

равно вносить в Патриархию необходимые суммы для приобретения вещей для святого мира [19. С. 7-10].

Как при Патриаршем управлении, так и при Епархиальном могли в связи с этим открыться специальные кассы, ранее не допускавшиеся. При этом взносы в пользу епархиальных и патриарших учреждений теряли уже по существу характер добровольности, так как отчисления этого рода из приходских средств относились статьей 41 Положения к кругу общих обязанностей исполнительного органа приходской общины наряду с заботами о сохранности здания и имущества храма, с выплатой жалования причту и с общим наблюдением за правильным учетом и расходованием приходских средств. Если даже и не устанавливался определенный размер этих взносов из центра, обязательность их не подлежала сомнению. И именно обязательность этих взносов практически вызвала потребность некоторых указаний из епархии или Патриархии в интересах более равномерного и справедливого распределения сборов с приходов.

Можно было говорить о лишении религиозных организаций имущественной правоспособности, когда имелось в виду вообще свести на нет самое существование Церкви. Но как только пришлось допустить ее деятельность, возникла необходимость в том или другом оформлении ее имущественных прав и прежде всего в отношении накопления и хранения «добровольных взносов и пожертвований». Вопрос этот особенно обострился во время Великой Отечественной войны, когда Церковь начала собирать большие суммы на военные нужды, например на танковую колонну имени Димитрия Донского, в фонд обороны и пр. В условиях того времени правительство не могло отказываться от этих сумм, поступавших от имени отдельных церквей, от исполнительных органов приходской общины или от настоятеля какой-либо церкви, хотя сбор их производился в явное нарушение закона, ограничивавшего роль Церкви только религиозными задачами. В результате этой практики Положение 1945 г. узаконило отчисление приходских средств вместе с церковными нуждами также и на нужды «патриотические» (ст.

41) и разрешило помещать церковные средства «на хранение в банк или сберкасса на имя данного храма» (ст. 44) [19. С. 7-10].

Из статьи 44-й явствовало признание храма в качестве особого субъекта имущественных прав. Соответственно добровольные приношения верующих считались пожертвованиями на «нужды храма» (ст. 43), а отчисления из приходских средств на содержание причта назывались «жалованием от храма» (ст. 41). Совершенно последовательно ст. 44 устанавливала обязанность вести приходно-расходные книги приходских средств и создавала особые распорядителей банковского счета храма. Суммы эти могли быть сняты со счета только за подписью настоятеля прихода и казначея. Этим восстанавливалось до некоторой степени признание отдельного храма в качестве субъекта прав, имевшее место в дореволюционной России. Конечно, имущественные права Церкви тогда были гораздо шире. Характерно, что хотя договор о предоставлении храма заключался государственными органами с приходской общиной, церковные суммы вносились не на ее имя, а на имя храма. Этим не только отстранялось признание приходской общины в качестве юридического лица, но вместе с тем поднималось значение настоятеля храма в распоряжении приходскими суммами, так как без его подписи казначей приходской общины не мог снять деньги с банковского счета. В этом проявилась общая тенденция Положения 1945 г. – поднять значение настоятеля храма не только в вопросах морального руководства, но и в хозяйственной области.

Одной из трудных проблем церковной жизни было снабжение церквей свечами, иконами, нательными крестами и другими предметами церковного обихода. Постановление от 8 апреля 1929 г. прямо запрещало церковным организациям всякие сделки промышленного характера, хотя бы связанные с культом, в частности аренду свечных заводов (ст. 11). Положение 1945 г. несколько облегчило дело, допустив изготовление свечей, нательных крестиков, разрешительных молитв и т. п. «с разрешения местной гражданской власти» (ст. 33) [19. С. 34]. Только спустя несколько лет эта возможность была использована.



В период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы советское правительство удовлетворяло нужду религиозных организаций, вводя предметы церковного обихода в рамки государственного производства.

Несмотря на выявившуюся в годы войны общую тенденцию к снижению ставок и уменьшению количества налогов с духовенства, налоговое бремя для них оставалось крайне тяжелым. При налогообложении священнослужителей учитывались все возможные источники их доходов, облагаемые к тому же по наиболее высокой ставке, как приравненные к единоличникам и некооперированным кустарям, налоги с которых были установлены наиболее высокие в стране. Кроме того, духовенство вынуждено было часто платить по завышенным финорганами декларациям о доходности, что ставило их в очень тяжелое положение, хотя Совет по делам РПЦ и старался разбираться со всеми случаями завышенного обложения налогами.

Причиной такого положения дел являлось отсутствие единой системы налогообложения

с такой категории, как священнослужитель. Да и в перечне налогоплательщиков категории священнослужителей как отдельной категории не существовало [14. С. 72, 90]. Духовенство такое положение не устраивало. В Брестской области на совещании благочинных священники усмотрели несправедливость в приравнивании себя к кустарям и через уполномоченного ходатайствовали перед властями «о переводе в категорию умственных работников» [12. С. 96 об.]. Во время войны вопрос о приравнивании православного духовенства к служащим при взимании налогов так и не был решен, несмотря на многочисленные жалобы с мест, ходатайства Патриархии и представлений в правительство со стороны Совета.

В годы Великой Отечественной войны, несмотря на значительные улучшения в хозяйственной жизни Русской православной церкви, значительный рост доходов приходов и священнослужителей, в целом ее экономическое положение оставалось нестабильным из-за явной зависимости от государства, стремящегося контролировать все сферы ее деятельности.

#### *Библиографический список*

1. Васильева О. Ю. Русская православная церковь в политике Советского государства в 1943-1948 гг. : дисс. ... д-ра ист. наук. – М., 1999. – 294 с. + приложения (72 с.)
2. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 1.
3. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 4.
4. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 5.
5. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 6.
6. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 27.
7. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 34.
8. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 38.
9. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 39.
10. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 40.
11. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 41.
12. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 1. Д. 52.
13. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 5.
14. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 8.
15. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 9.
16. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 12.
17. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 16.
18. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 18.
19. Государственный архив РФ. Ф. 6991. Оп. 2. Д. 29.
20. Зима В. Ф. Голод в России // Отечественная история. – 1993. – № 1.
21. Российский государственный архив социально-политической истории. Ф. 17. Оп. 125. Д. 313.

22. Шкаровский М. В. Русская православная церковь при Сталине и Хрущеве. – М. : Крутицкое патриаршее подворье, 1999. – 400 с.

---

***V. N. Yakunin\****

*\*Yakunin Vadim Nikolaevich, Doctor of Historical sciences, Pro-rector on innovative and research activity, Professor of «Tourism and Household Studies» department of Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: yakunin@tolgas.ru*

**ECONOMIC SITUATION OF RUSSIAN ORTHODOX CHURCH DURING  
THE GREAT PATRIOTIC WAR OF 1941-1945**

*Key words: Russian Orthodox Church, clergy, parish, monasteries, taxes.*

*In the article the economic situation of Russian Orthodox Church during the Great Patriotic War of 1941-1945 is analyzed: the increase in clergy and parishes' incomes and the appearance of their taxation, streamlining of financial and economic activity of the Church due to the acceptance of the Statement, regulating the Russian Orthodox Church administration in January, 1945.*

---

© Якунин В. Н., 2010

УДК 330.3

**Ю. Н. Филатов\***

*\*Филатов Юрий Николаевич, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика и внешнеэкономическая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*  
e-mail: kaf\_evd@tolgas.ru

## **ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Ключевые слова: инновационное развитие, инновационные процессы, инновационный экономический рост.*

*Рассмотрены вопросы формирования эффективно функционирующих инновационных механизмов, стимулирующих новшества в реальном секторе экономики, определены основные факторы, сдерживающие развитие инновационной деятельности в российских условиях.*

Глубокие трансформационные изменения, происшедшие в российской экономике, предполагают соответствующую корректировку инновационной деятельности на макро- и микроуровнях. В этой связи следует эффективно использовать рыночные механизмы организации инновационной деятельности на основе гибкого сочетания государственных и частных инвестиций, широкого привлечения внутренних и внешних источников финансирования, формирования соответствующих институциональных основ развития инновационных процессов. Данные проблемы, составляя важнейшие условия инновационной деятельности, имеют различную степень разработанности в экономической литературе, что предопределяет актуальность их современного исследования.

В настоящее время в российском обществе не вызывает сомнений необходимость перехода на инновационный путь развития экономики. Данный путь предполагает выбор, во-первых, механизмов активизации инновационной деятельности, во-вторых, способов стимулирования технологических новшеств в реальном секторе экономики на основе имеющихся достижений в инновационной сфере. В настоящее время в стране отмечается низкий уровень инновационной активности, что является сдерживающим фактором модернизации производственного аппарата предприятий. Вместе с тем наличие высококвалифицированных научных

кадров и существующие заделы в научно-технической сфере позволяют предполагать возможности оживления инновационных процессов.

В российской экономике, в сложившихся условиях, только ограниченный круг предприятий может быть отнесен к инновационно-активным. Они в основном сосредоточены в отраслях ВПК, а также в нефтехимии, ядерной энергетике, электроэнергетике, в производстве электроники и оптики. Анализ причин данной ситуации указывает на наличие в стране крайне несбалансированной инновационной системы. Начавшие функционировать объекты инновационной инфраструктуры остаются разрозненными, поскольку отсутствуют эффективные механизмы их взаимодействия, что негативно влияет на результативность и качество исследований, а в конечном счете – на технологический уровень производства.

Решение проблемы активизации инновационных процессов требует формирования эффективно функционирующих инновационных механизмов, обеспечивающих действенную интеграцию науки и производства, инноваций и инвестиций. В этой связи большое значение имеет учет предпосылок активизации инновационно-инвестиционной деятельности в виде наличия и доступности новейших технологий и соответствующего кадрового обеспечения. Кроме того, активизации должны способствовать финансо-

во-кредитная и налоговая политика, а также наличие адекватного финансового рынка.

В этой связи должна быть сформирована модель экономического роста на основе инноваций, создающая возможность развития реального сектора экономики на базе последних достижений НТП и формирования оптимальной структуры общественного производства. Задача состоит в том, чтобы создать такие механизмы взаимодействия научно-технического прогресса и реального сектора экономики, которые бы стимулировали технологические нововведения и обеспечивали их материализацию в производстве. Однако до настоящего времени действующий производственный потенциал остается недостаточно восприимчивым к научно-техническим новшествам, в частности на уровне основного хозяйствующего звена пока недостаточно используются стимулы инновационной деятельности в целях технического развития. С целью устранения негативных моментов следует выявить и преодолеть факторы, сдерживающие инновационные процессы, среди которых прежде всего необходимо отметить отсутствие системы регламентации технического уровня производства и его эффективности. Это приводит к ситуации технологической консервации производственного аппарата, который не обновляется десятилетиями, а его работоспособность поддерживается за счет многократных капитальных ремонтов, воссоздающих технический уровень оборудования прошлого века. В настоящее время фактические сроки службы оборудования отечественных предприятий превышают 30 лет, что является критическим уровнем с точки зрения физического и морального износа.

В качестве одной из важнейших причин сложившейся ситуации следует признать недостаточное финансирование научных исследований, составляющих основу создания инноваций. На сегодня уровень затрат на исследования и разработки в ВВП значительно ниже, чем в промышленно развитых странах. Кроме того, объем и структура финансирования науки не отвечает потребностям ее развития в сравнении с мировыми инновационными лидерами.

Ведущим источником финансирования российской науки остаются по-прежнему государственные средства, восполняя за счет федерального бюджета низкую инновационно-инвестиционную активность частного сектора экономики. Объемы вложений бизнеса в инновационные разработки меньше в 2,5 раза, чем в промышленно развитых странах и позитивной динамики, к сожалению, не прослеживается. Кроме того, механизм бюджетного финансирования российской науки допускает необоснованное распыление средств между различными исполнителями, что не способствует получению научно-технической продукции, соответствующей требованиям инновационной экономики. Отсутствие должных механизмов реализации селективной государственной поддержки научно-технологического развития и объективных методов оценки результатов научных исследований затрудняют концентрацию ресурсов на ведущих направлениях научно-технического прогресса.

Принципиальная необходимость государственной поддержки научных исследований, разработок и инноваций не вызывает сомнений. Вместе с тем, в силу бюджетных ограничений и множественности целей социально-экономического развития, возникает проблема приоритетного выбора направлений первоочередного финансирования. Приоритеты государственного финансирования определяются теми направлениями, которые не могут быть привлекательными для частного сектора из-за высокой степени неопределенности (фундаментальные исследования) или вследствие большой капиталоемкости (научно-технические проекты национального масштаба). Кроме того, государство, безусловно, осуществляет прямое финансирование НИОКР в областях, где оно является ведущим заказчиком наукоемкой продукции (ВПК), или там, где существует реальная угроза отечественному производству со стороны зарубежных конкурентов.

В остальных случаях государство предполагает стимулирование частных капиталовложений, которые к тому же нередко доказывают на практике свою более высокую эффективность. Этим можно объяснить смещение мер поддержки наукоемкого производства с прямого финансирования

на косвенные методы стимулирования, которое наблюдается в индустриально развитых странах мира.

Рассматривая положительный опыт промышленно развитых стран, следует отметить, что наибольшее распространение получили на сегодня специальные налоговые льготы, содействующие проведению НИОКР и осуществлению инновационной деятельности промышленных компаний. Если отбросить национальную специфику в подходах к данному вопросу, можно выявить, что их основой является снижение налога на прибыль промышленных компаний, тесно увязываемое с достигнутым предприятием уровнем инновационной активности. Условием получения налоговых льгот является успешная коммерциализация результатов НИОКР и получение достаточной прибыли. Таким образом, государство обозначает перед частным сектором инновационную цель и определяет финансовые ресурсы на ее достижение. Вместе с тем данные ресурсы не распределяются напрямую между конкретными компаниями, а предлагаются всем потенциальным претендентам в форме льгот по уплате налога на прибыль. Реально использовать налоговые льготы смогут только те из них, которые в кратчайшие сроки эффективно решают заданную инновационную задачу.

Таким образом, в современной экономике важнейшей движущей силой следует признать рациональное использование интеллектуальных ресурсов общества посредством активизации научно-исследовательской и внедренческой деятельности для формирования на этой базе основ инновационного экономического роста. Последний предполагает практическое внедрение достижений научно-технического прогресса в материальное производство в процессе инвестиционной деятельности и ускорения на этой основе социально-экономической динамики.

Вклад науки определяется прежде всего разработкой и применением новых технологических принципов создания материальных благ, приводящих к кардинальному повышению эффективности общественного труда. Говоря о связи науки и производства, следует рассматривать их взаимодействие, в котором последнее играет опреде-

ляющую роль. Возникновение и развитие научных познаний в конечном счете предопределяется производством. Материально-вещественным воплощением взаимодействия науки и производства выступает техника, отражающая в себе материализацию научных идей и призванная удовлетворять конкретные производственные потребности. Вместе с тем необходимость при ограниченных производственных ресурсах обеспечить поступательное развитие общественного производства ставит перед наукой новые более сложные технические задачи.

В этой связи механизмы стимулирования инновационной деятельности должны обеспечивать непрерывное воспроизводство нового научного знания как основополагающей стадии инновационного цикла. Для этого совершенно необходимо предусмотреть меры по сохранению имеющихся научных заделов как фундамента научной деятельности, сочетая их с возможностями «прорывных» направлений научно-технического прогресса. Для достижения этой цели следует сосредоточить бюджетные ресурсы в перспективных научных центрах, способных решать комплексные проблемы фундаментального и прикладного характера.

Осуществление данного подхода требует создания действенного механизма селективной поддержки ведущих научных центров на основе их целевого финансирования. Кроме того, следует шире привлекать исследовательские структуры крупных корпораций для совместной разработки наиболее перспективных направлений научного поиска. Это должно обеспечить синергетический эффект, образующийся в результате взаимодополнения и обмена результатами исследований в ходе совместной реализации перспективных проектов инновационного развития с участием представителей фундаментальной и прикладной науки. В этом случае может быть преодолена и сложившаяся изолированность научно-исследовательских центров от промышленных предприятий, обеспечив востребованность имеющегося научного потенциала при решении ключевых проблем инновационного развития. Таким образом, фундаментальная наука становится неотъемлемым элементом национальной иннова-

ционной системы и преодолевается образовавшийся разрыв между последовательными этапами НИОКР.

Кроме того, необходимо организовать совместную деятельность государственных структур, представителей бизнеса и научных организаций с целью выявления приоритетных инновационных направлений на основе долгосрочных прогнозов развития научно-технической сферы и рынков технологий. В результате должны быть созданы такие важные элементы инновационной инфраструктуры, как технопарки, центры трансферта технологий, технико-внедренческие фирмы, венчурные компании, обеспечивающие рыночную мотивацию всех участников инновационного процесса. Представляется целесообразным разработать систему мер стимулирования инновационной модернизации производственного аппарата, вклю-

чающую существенные налоговые льготы для предприятий, инвестирующих средства в технологические преобразования. Следует шире использовать различные формы государственно-частного партнерства в сфере инновационного производства и его научно-технического обеспечения.

В случае последовательного осуществления инновационной модернизации производственного аппарата в качестве ближайших положительных моментов следует рассматривать массовое восстановление нормального хода индивидуального воспроизводства и оздоровление производственно-хозяйственной деятельности предприятий. Это, безусловно, послужит основой перехода к устойчивому инновационному экономическому росту с реальной возможностью решения многих социально-экономических проблем российской экономики.

#### *Библиографический список*

1. Бодриков М. Производительность труда в российской промышленности // ЭКО. – 2005. – № 7. – С. 15-30.
2. Клоцвог Ф., Голубева Г. Тенденции и факторы роста // Экономист. – 2008. – № 10. – С. 20-31.
3. Набиуллина Э. Приоритеты деятельности на 2008 г. и среднесрочную перспективу // Экономист. – 2008. – № 4. – С. 3-18.
4. Петрикова Е. Институты развития как факторы экономического роста // Финансы и кредит. – 2008. – № 36. – С. 18-28.
5. Холодков В. О внутренних источниках инновационного развития // Экономист. – 2005. – № 11. – С. 23-34.

---

***J. N. Filatov\****

*\*Filatov Jury Nikolaevich, PhD in Economics, Head of «Economy and Foreign Trade Activities» department of Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: kaf\_evd@tolgas.ru*

### **POSSIBILITIES AND PROBLEMS OF RUSSIAN ECONOMY INNOVATIVE DEVELOPMENT**

*Key words: innovative development, innovative processes, innovative economic growth.*

*Questions of forming effectively functioning innovative mechanisms, stimulating innovations in real sector of economy are considered, major factors, constraining development of innovative activity in Russian conditions are defined.*

---

© Филатов Ю. Н., 2010

УДК 005.22

**А. П. Горина\***

*\*Горина Алла Петровна, доктор экономических наук, профессор ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева», г. Саранск*  
e-mail: alla1060@mail.ru

**Е. В. Заварцева\***

*Заварцева Екатерина Владимировна, аспирант ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева», преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии, г. Саранск*  
e-mail: alla1060@mail.ru

### **ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ: ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ**

*Ключевые слова: проект, портфель проектов, управление проектами, организационная модель, уровень зрелости.*

*В статье рассматриваются организационные аспекты перехода российских предприятий к технологиям проектного менеджмента. Выделены основные категории проектно-ориентированного управления, показано, что существует корреляция между прогрессом проектной деятельности и уровнем организационной зрелости системы управления проектами на предприятии. На основе анализа профессиональных стандартов в области управления проектами и наработок ведущих отечественных школ выделены и систематизированы уровни организационной зрелости управления проектами предприятия.*

Новые условия функционирования отечественных предприятий, в результате которых использование научно-технических достижений приобрело стратегически важное значение, одновременно выдвигают качественно иные проблемы с точки зрения управления разработками и усовершенствованиями. Рыночные реалии заставляют руководителей иначе, чем прежде, интегрировать свою проектно-изыскательную деятельность в систему управления изменениями организации, используя при этом новейшие технологии менеджмента.

Одна из наиболее заметных тенденций последних лет в области менеджмента – развитие методологии управления проектами или проект-менеджмента (project management).

Наиболее сложной областью, находящейся в центре внимания современного профессионального сообщества, занимающегося управлением проектами, является решение организационно-управленческих задач в рамках реализации проектного подхода в организации. Актуальность формирования ор-

ганизационных моделей управления проектами и оценка их уровня зрелости обусловлена возрастанием практической значимости проектного менеджмента на предприятиях наряду с недостаточной разработанностью методик по практическому внедрению проектно-ориентированного подхода в управление, учитывающих российскую специфику хозяйствования. В связи с этим в рамках данной статьи уделим подробное внимание проблемам теории и практики организационного управления проектами.

Эффективная система проектного менеджмента требует четкой и однозначной формулировки его целей, управленческих задач, понимания особенностей и содержания объекта и предмета. Необходимо констатировать, что, получив бурное развитие за рубежом, терминологический аппарат проектно-ориентированного подхода в отечественной науке слабо систематизирован и требует уточнения. Более того, сама методология управления проектами практически не учитывает специфику российских

условий хозяйствования, что заметно осложняет процесс внедрения проектных технологий в менеджмент отечественных предприятий. Определим основные концептуальные понятия и категории, составляющие суть проектного менеджмента.

Современная концепция управления проектами базируется на понятии «проект», который выступает как уникальный объект управления, требующий специальных профессиональных подходов и методик. Термин «проект» заимствован из английского языка, где «project» обозначает нечто задуманное или планируемое. Латинские корни данного термина дают нам его дословный перевод «projectus» – «брошенный вперед».

На сегодняшний день в научной среде существует множество определений данного понятия, всю совокупность которых можно разделить на три группы:

- обобщенные, основные на системном подходе;
- процессные, основные на стандартах зарубежных профессиональных ассоциаций в области управления проектами;
- узкие, специфичные для отдельных областей проектирования.

На основе терминологического анализа приведем следующее определение: *проект – это уникальный объект управления, который представляет собой ограниченное во времени, целенаправленное изменение параметров и/или структуры какой-либо системы общественного производства с установленными требованиями к качеству результатов, бюджетными и ресурсными ограничениями.*

Обобщение отечественных и зарубежных взглядов на сущность категории «проект» позволяет в качестве его свойств выделить пять основных характеристик: целенаправленность на изменение параметров технической или социально-экономической системы; уникальность решаемых задач и результатов; ограниченная длительность жизненного цикла проекта; комплексный и межфункциональный характер решаемых задач; организационная разобщенность с основными видами деятельности организации.

Помимо проектов в современном менеджменте предприятия рассматриваются такие категории, как программы и портфели

проектов. *Программа – это совокупность проектов, объединенных общей целью и условиями выполнения. Портфель проектов – совокупность проектов, объединенных исходя из некоторых внешних по отношению к ним критериев* [1]. Процессы управления проектом и программой определяются пересечением групп процессов (инициация, планирование, исполнение, контроль, завершение) и предметных областей (управление интеграцией, управление составом работ, управление стоимостью, управление качеством, управление по временным параметрам, управление человеческими ресурсами, управление коммуникациями, управление рисками, управление контрактами и поставками). Процессы управления портфелем проектов и программ можно подразделить на две подгруппы. Первую подгруппу составляют процессы формирования портфеля (идентификация, категоризация, оценка, отбор, определение приоритетов, балансировка, авторизация), вторую – мониторинг и контроль (обзор и отчетность, стратегические изменения). Заметим, что процессы управления портфелем, программой и проектом не обособлены, они частично перекрываются и переплетаются в рамках системы управления проектами [2].

При определении содержания категории «управление проектом» авторы в основном основываются на одном из универсальных общенаучных методов: процессном или системном. В первом случае проект и управление им рассматриваются как процесс преобразования «входов» – ресурсов в «выходы» – результаты проекта, при этом управление осуществляется в координатах: фазы жизненного цикла проекта, предметные области, группы процессов [3].

Во втором – управление проектами рассматривается как система, включающая субъекты управления, объекты управления и процессы управления проектами. В качестве объектов управления рассматриваются проекты, программы, организации и системы. Каждый из объектов управления имеет свои цели, стратегии, структуру, фазы жизненного цикла, окружение. Под субъектами управления проектами понимаются участники про-



екта, взаимодействующие при выработке и принятии управленческих решений.

На основании обобщения имеющихся научных взглядов введем следующее определение: *управление проектами как важнейшая составная часть процесса управления изменениями на предприятии представляет собой методологию организации, планирования и координации трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов для выполнения уникальной задачи в условиях ресурсных, бюджетных и временных ограничений.*

Современное профессиональное управление проектами базируется на следующих основных концептуальных принципах:

- четкое определение целей, результатов и работ проекта с учетом возможных приемлемых рисков;
- определение центров ответственности за проект в целом и отдельные его части;
- создание системы комплексного и прогнозирующего планирования работ и параметров проекта;

– создание системы контроля и регулирования хода выполнения проекта;

– создание команды проекта и управление ею с целью объединения и координации усилий всех исполнителей, вовлеченных в проект [4].

Проектный менеджмент позволяет достичь две группы целей:

– обеспечить планомерное повышение потенциала системы, для которой выполняется проект;

– добиться эффективности использования ресурсов в процессе реализации проекта.

Исходя из такой целевой направленности все задачи управления проектами можно разделить на базовые и интегрирующие (рис. 1). Данный подход отражает большинство отечественных взглядов на сущность методологии проектного менеджмента и не противоречит общемировым стандартам и регламентирующим документам в данной области.

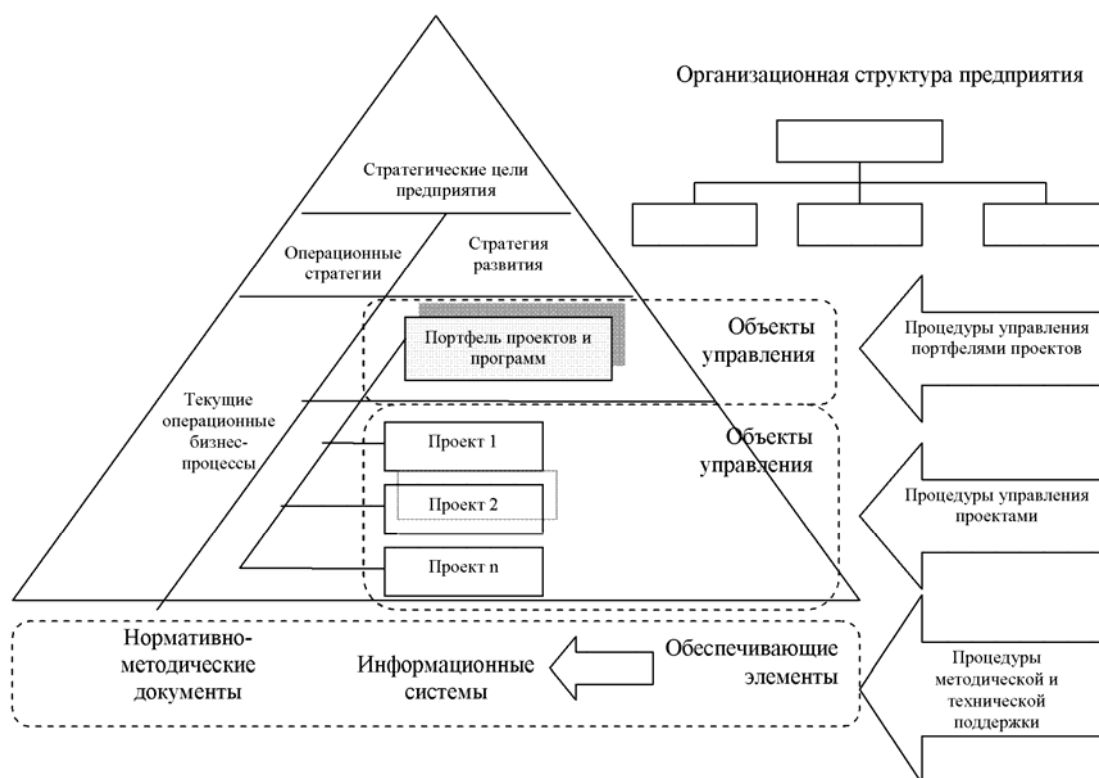


Рис. 1. Задачи управления проектом

Ключевым моментом реализации проектно-ориентированного подхода является грамотная *организация системы управления проектами предприятия*, представляющая собой *целенаправленную деятельность менеджеров предприятия по созданию организационных условий для реализации проектов, регулированию процессов управления ими, внедрению необходимых инструментов и методов управления проектами, установлению необходимых связей между участниками управления.*

Практически все отечественные и зарубежные источники сходятся в том, что проектная деятельность требует иных организационных подходов, нежели реализация основных бизнес-процессов компании.

Организация системы управления проектами включает такие аспекты, как создание системы, а также обеспечение ее функционирования на предприятии. Данные аспекты – основные составляющие системы управления проектами предприятия и их взаимодействие можно представить в форме логико-структурной схемы на рис. 2.



**Рис. 2.** Логико-структурная схема системы управления проектами в организации

Организационная структура управления с четко определенной системой участников управления и их ролей является важнейшей составляющей зрелой методологии проектно-ориентированной деятельности. Трансформация организационной структуры предприятия приводит к появлению новых элементов, таких как проектный офис, проектный комитет, менеджеры портфелей и программ и др.

Многие зарубежные источники склоняются к тому, чтобы рассматривать организационное развитие управления проектами в терминах последовательности нескольких уровней, аналогичным уровням развития организации, называемыми моделями зрелости.

*Под зрелостью организационного управления проектами понимается способность организации применять проектный подход для достижения своих стратегических целей.* Она позволяет оценить степень проникновения проектного подхода в практику работы организации [5].

Модели организационной зрелости управления проектами предоставляют ор-

ганизациям, преследующим цель создания эффективного управления проектами, возможность оценки текущего состояния системы управления проектами и определения стратегии и тактики ее развития. В то же время исследования последних лет доказывают, что существует корреляция между успехом реализации проектов предприятия и уровнем развития («зрелости») системы управления проектами. Взаимосвязь между моделью зрелости процессов управления проекта и результатами проекта исследована консультационной компанией IAG Consulting. Результаты исследований показывают, что с повышением уровня зрелости процессов шансы на успех растут нелинейно.

В настоящее время в научной среде сформирован ряд моделей оценки зрелости организационного управления проектами. Систематизировав имеющиеся наработки, представляется целесообразным классифицировать все подходы к оценке моделей организационной зрелости управления проектами предприятия на три группы в соответствии с рис. 3.



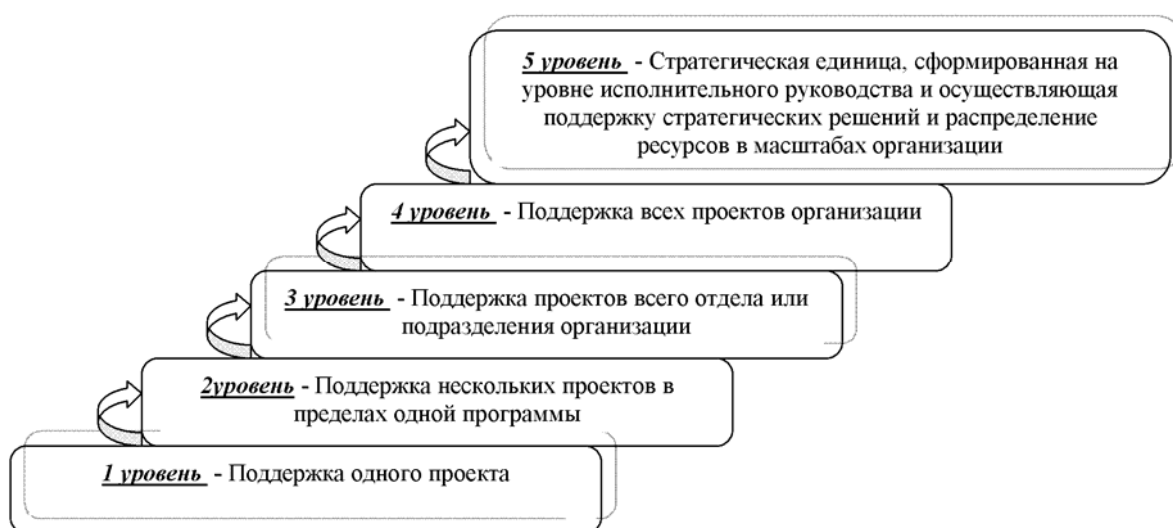
**Рис. 3.** Классификация моделей организационной зрелости управления проектами организации

«Ступенчатые» модели (модель Г. Керцнера, модель РМММ или РЗМ (PM Solutions), Project Framework, модель Беркли) описывают отдельные параметры развития системы управления проектами в организации в разрезе поступательного, ступенчатого движения от состояния «хаоса» (первая ступень) до состояния «совершенствования» (пятая ступень).

Наиболее известной в данной группе является модель немецкого ученого Гарольда Керцнера. Модель Керцнера состоит из пяти уровней, каждый из которых представляет различную степень зрелости (разви-

тия) практик управления проектами в компании (уровень 1 – общая терминология, уровень 2 – общие процессы, уровень 3 – единая методология, уровень 4 – бенчмаркинг и уровень 5 – непрерывное улучшение). В модели Керцнера зрелость управления проектами компании оценивается в качественных терминах. Это обуславливает наличие рисков, связанных с субъективной оценкой качественных параметров [6].

Модель РМММ или РЗМ (PM Solutions, США) рассматривает развитие управления проектами в разрезе пяти уровней зрелости (рис. 4).



**Рис. 4.** Уровни зрелости организации управления проектами (по модели РЗМ (PM Solutions))

В соответствии с моделью РЗМ на первом уровне организационной зрелости управления проектами компания в каждый момент времени может поддерживать только один проект. Управление проектами выполняется бессистемно и алогично в мас-

штабах организации, а успех является следствием усилий компетентных людей и может сопровождаться неожиданными потерями. Создание проектного офиса первого уровня – это скорее вынужденная мера, чем спланированное организационное измене-

ние. Проектный офис выполняет краткосрочные и направленные на скорейшее устранение замеченных проблем действия, а также функции наставничества и консультирования. Проектный офис первого уровня используется в роли «временного агентства», предоставляющего персонал, обладающий теми или иными навыками, требуемыми в данный момент проекту. Решение, предлагаемое офисом проекта, как правило, может быть выполнено быстро и приносит почти мгновенные результаты.

На втором уровне организационной зрелости управления проектами акцент делается на использование средств и методик управления проектами. Методология проектного менеджмента понимается не до конца или применяется бессистемно. Успех проекта в значительной степени непредсказуем, а проблемы со стоимостью и расписанием – скорее правило, чем исключение. Однако уже начинаются определение ролей и обязанностей персонала по управлению проектами и самые первые шаги по созданию методологии управления проектами, а проектный офис продолжает выполнять функции наставничества, однако основные его усилия смещаются в область консультирования по вопросам управления проектами и проведения обучения. Офис управления проектами создает и предлагает шаблоны и формы для облегчения планирования, а также разрабатывает и устанавливает процедуры управления проектами.

На третьем уровне организационной зрелости управления проектами методологии управления проектами интегрируются с процедурами, выполняемыми в организации. Офис управления проектами выполняет функции централизованного управления совокупностью проектов. В задачи проектного офиса входит облегчение понимания основных принципов управления проектами для функциональных единиц, установление политик управления эффективностью работы, а также указание пути для улучшения этих политик и процедур. Офис управления проектом разрабатывает, выполняет и поддерживает стандартную информационную систему, которая используется для планирования, мониторинга и управления всеми проектами организации. Офис управления

проектами также на регулярной основе проводит совещания и обзоры состояния проекта, на которых рассматриваются вопросы содержания, стоимости, расписания, качества, человеческих ресурсов, коммуникации, управления рисками и снабжения.

К моменту достижения четвертого уровня организационной зрелости управления проектами акцент работы проектного офиса смещается в сторону поддержки бизнес-целей всей организации, поскольку к этому моменту в ней уже приняты и используются принципы управления проектами. Проектный офис несет более широкую ответственность, поскольку он координирует управление проектами во всей организации и оценивает эффективность их управления. Проектный офис играет ведущую роль в определении количественных целей проектов и в надзоре за ходом выполнения этих целей, облегчает согласование фактически выполняемого управления проектами со стандартами, принятыми в организации. Офис управления проектом также координирует использование ресурсов путем осуществления комплексного управления проектами и формулирует цели в части улучшения возможностей организации по управлению проектами. Также возрастает внимание проектного офиса к такой области, как управление знаниями.

Когда организация достигла пятого уровня организационной зрелости управления проектами, акцент деятельности офиса управления проектами смещается в сторону непрерывного улучшения практики управления проектами, распространения наилучших методик и техник управления, накопления и структурирования опыта управления прошлыми проектами с целью создания прогностических моделей, обучения персонала самым последним достижениям в данной области. Офис осуществляет планирование ресурсов и принятие решений на уровне всего предприятия. Проектный офис служит катализатором улучшений в масштабах всех проектов в организации. Он принимает участие во встречах по вопросам бенчмаркинга (процесс непрерывного сравнения эффективности управления проектами в конкретной организации с эффективностью работы лидеров по всему миру), которые по-

могут генерировать новые идеи улучшений и совершенствовать инструменты управления. Успешное выполнение проектов становится нормой, а сами проекты – неотъемлемой частью бизнеса [7].

Обобщая данную категорию моделей, стоит отметить, что в этих моделях, за исключением модели Г. Керцнера, описание зрелости построено на традиционных для управления проектами девяти функциях управления (управление интеграцией, предметной областью, сроками, стоимостью, коммуникациями, рисками, персоналом, качеством, контрактами и поставками).

Модели «лучших практик» базируются на сравнении совокупности международно-признанных практик управления проектами. Наибольшее распространение получила модель ОРМЗ (Organizational Project Management Maturity Model), разработанная Институтом управления проектами США. Основное назначение этой модели – быть стандартом для корпоративного управления проектами и организационной зрелости по управлению проектами. ОРМЗ включает базу данных по 640 лучшим практикам управления, структурирована по объектам управления (проект, программа, портфель проектов). Модель не содержит разделения на ступени зрелости, но предлагает определение уровня зрелости организационного управления проектами в части управления проектами, программами и портфелями проектов. Предполагается, что на базе ОРМЗ как стандарта управления проектами организация может успешно перейти к такому состоянию, когда проекты будут достигать поставленных целей в рамках бюджета, сроков и, что более важно, станут учитывать корпоративные стратегические цели.

Модель ОРМЗ содержит три взаимосвязанных элемента:

– элемент «Знание» представляет собой сотни лучших практик по управлению проектами, характеризующие те или иные уровни организационной зрелости управления проектами;

– элемент «Оценка» является инструментом, помогающим организациям оценить текущую зрелость по управлению проектами и определить области улучшения;

– элемент «Улучшение», который помогает компаниям построить схему развития управления проектами таким образом, чтобы обеспечить максимально эффективное достижение своих стратегических целей, вступает в дело, если организация принимает решение развивать практики управления проектами и переходить на новые, более высокие уровни зрелости по управлению проектами [5].

Опираясь на структуру и логику модели ОРМЗ, представляется возможным обозначить концепцию совершенствования организационного построения управления проектами в организации в соответствии с рис. 5.

«Лепестковые» модели предлагают в дополнение к управлению проектами, программами и портфелями использовать еще несколько параметров зрелости организационного управления проектами – управление персоналом организации, обеспечение качества управления проектами и программами, организационное проектирование, санкционирование реализации проектов и программ. Ярким примером лепестковых моделей может служить модель Р. Гариса.

Каждая из приведенных моделей имеет свои преимущества и недостатки, но ни одна из них не дает системного структурированного представления о зрелости организационного управления проектами.

В этой связи отечественной школой управления проектами была предложена модель, объединяющая в себе различные срезы зрелости организационного управления проектами: по объектам, функциям, процессам управления проектами и др. Предлагаемая иерархическая модель зрелости организационного управления проектами, в частности, представлена О. Ильиной в [9]. В данной модели зрелость организационного управления проектами определяется уровнем зрелости проектно-ориентированных процессов организации, уровнем зрелости в применении его технологий и уровнем зрелости кадрового обеспечения. Интегральная оценка уровня зрелости базируется на триаде «методология – технологии – персонал». Она предполагает изучение материалов по управлению проектами, получаемых от сотрудников организации и в практике других предприятий, а также про-

ведение анкетирования и бесед с представителями различных подразделений компании о практике организации проектной деятельности. В указанном процессе можно выделить следующие этапы:

- выявление существующих проблем в проектно-ориентированной деятельности организации;
- выбор «лучших практик» управления проектами;
- расчет количественных оценок уровня зрелости по соответствующим группам показателей иерархической модели в разрезе

организационных подразделений и направлений деятельности;

- определение областей управления проектами, требующих первоочередного совершенствования и развития;
- разработка рекомендаций на долгосрочную и среднесрочную перспективу по совершенствованию системы организационного управления проектами.



**Рис. 5.** Концепция организационного развития системы управления проектами в соответствии с логикой модели OPM3 [8]

Результатом оценки уровня зрелости управления проектами в организации является совокупность количественных оценок и качественных характеристик, позволяющих сформировать всестороннее представление об уровне готовности процессов, организационной структуре, технологий и персонала к эффективному и профессиональному управлению проектами, программами и портфелями проектов.

В заключение стоит отметить, что правильная организация и стратегическая ори-

ентированность проектного менеджмента позволяют предприятию эффективнее управлять проектами, повышают его конкурентоспособность и укрепляют рыночное положение. Эффективность организационных решений может быть определена с помощью оценки уровня организационной зрелости управления проектами на основе ряда моделей, выработанных ведущими зарубежными организациями в области проектного менеджмента и отечественными научными школами.

*Библиографический список*

1. Андерсен Э., Груде К., Хауг Т. Сфокусированное управление проектом. – М. : ФАИР-Пресс, 2006.
  2. Мазур И. М. Управление проектами / И. М. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге, А. В. Полковников. – М. : Омега-А, 2009.
  3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. Third Edition (PMBOK® Guide). An American National Standard ANSI / PMI 99-001-2004.
  4. Разу М. Л., Воропаев В. И., Якушин Ю. В. и др. Управление программами и проектами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». – М. : ИНФРА-М, 2008.
  5. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3) Knowledge Foundation. – PMI Publications, Newton Square, PA, USA, 2003.
  6. Керцнер Г. Стратегическое планирование для управления проектами с использованием модели зрелости. – М. : ДМК Пресс, 2006.
  7. Товб А. С., Ципес Г. Л. Проекты и управление проектами в современной компании. – М. : Олимп-Бизнес, 2009.
  8. Ильин В. В. Проектный офис – Центр управления... проектами. Системный подход к управлению компанией. – М. : Вершина, 2007.
  9. Ильина О. Зрелость организационного управления проектами: иерархическая модель // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 7. – С. 96-101.
- 

***A. P. Gorina\****

*\*Gorina Alla Petrovna, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Mordovian State University N. P. Ogareva, Saransk  
e-mail: alla1060@mail.ru*

***E. V. Zavartseva\****

*\*Zavartseva Ekaterina Vladimirovna, graduate student of the Mordovian State University N. P. Ogareva, lecturer in department of economics and enterprise management, Saransk  
e-mail: alla1060@mail.ru*

**THE PROJECT-ORIENTED APPROACH IN ENTERPRISE MANAGEMENT:  
ORGANIZING DEVELOPMENT**

*Key words: project, portfolio project, project management, organizing model, level of the maturity.*

*This article considers various aspects of Russian enterprises transitioning to improved organization of project management. By picking out the base categories in project-oriented management, this article shows that there is a correlation between the progress of project activity and the level of the organization in the project management. After analyzing the professional standards of project management, development and we highlighted levels of organization in the management of the enterprises projects.*

---

© Горина А. П., Заварцева Е. В., 2010

**Ю. Р. Шнякина\***

*\*Шнякина Юлия Равильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

## **ЭЛЕМЕНТЫ МЕТОДОЛОГИИ В ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕМ И РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Ключевые слова: сфера услуг, кластер, кластерный подход к управлению, сервисная кластеризация.*

*В статье рассматриваются содержание и преимущества кластерного подхода в управлении функционированием и развитием сферы услуг региона; раскрываются возможности сервисной кластеризации в направлении повышения конкурентоспособности региона.*

Ведущие комплексы промышленности в сложных современных условиях перестают быть каркасом эффективной многоукладной экономики. В структурной перестройке российской экономики важное место отводится повышению доли потребительских комплексов. В развитии регионального потребительского комплекса доминантной является сфера услуг, которая призвана сгладить межрегиональные различия, сократить уровень безработицы, повысить инвестиционную привлекательность региона, смягчить разрыв в уровне жизни между различными социальными слоями населения, так как значительная часть услуг относится к категории социально значимых. Для сферы услуг характерны более высокие прибыли, чем для промышленного и сельскохозяйственного секторов экономики. Более 50% общей численности занятых приходится на сферу услуг. Развитие данного сектора экономики региона выступает движущим фактором конкурентоспособности соответствующей территории. Развитием дорог, связи, жилищным сектором, индустрии развлечений, доступностью офисных помещений, обеспечением территории квалифицированными кадрами определяется потенциал развития постиндустриального региона. Насколько вся инфраструктура региона способна принять новые виды бизнеса, насколько быстро и эффективно может вся региональная инфраструктура приспособиться к новым условиям – все это

определяет потенциал постиндустриального развития.

Сфера услуг становится все более привлекательной для представителей малого и среднего бизнеса, так как некоторые отрасли практически не требуют значительного стартового капитала (деловые, консультационные услуги), другие – в связи с их неразвитостью – позволяют получать учредителям сверхприбыль (финансовые, трастовые).

В современных изменяющихся условиях вопрос эффективности управления региональной сферой услуг приобретает особую актуальность. Ключевой задачей является создание, внедрение и реализация комплексной системы управления функционированием и развитием сферы услуг с учетом предстоящих и текущих изменений как во внутренней среде региона, так и воздействий со стороны внешнего окружения. Важность выполняемых функций сферой услуг, ее неоднородность определяют как необходимость регионального управления, так и набор способов и инструментов данного управления.

Сфера услуг как управляемый объект всегда имеет собственное естественное функционирование, свои собственные внутренние цели и видение. В силу этого управление должно основываться на естественном изменении управляемой подсистемы, связывать и согласовывать воздействующие (искусственные) преобразования со всеми протекающими в управляемой подсистеме есте-



ственными процессами. Управление не может быть основано лишь на единственном средстве – воздействии. Исходя из вышеизложенного под управлением региональной сферой услуг следует понимать сложную многогранную деятельность по согласованию воздействующего целенаправленного преобразования субъекта управления с естественными процессами функционирования и развития объекта управления.

Проблемы обеспечения эффективного функционирования и развития сферы услуг невозможно решать без анализа управленческой роли региона. Как правило, выделяют следующие причины, обуславливающие необходимость применения управленческих методов, средств и инструментов:

- Сфера услуг является важной составной частью каждой территориальной социально-экономической системы, призвана удовлетворять постоянно растущие и изменяющиеся потребности населения. С другой стороны, основной целью развития соответствующей территории является повышение качества и уровня жизни местного населения. Поэтому в интересах обеспечения стабильности экономического роста необходимы согласованные действия региональных органов власти и хозяйствующих субъектов, функционирующих на рынке услуг. Совместные усилия нужно направить на реализацию имеющегося потенциала.

- Объективное различие в степени развития отраслей услуг региона. В отдельных отраслях услуг – рыночные отношения получили широкое развитие и создали эффективный механизм удовлетворения потребностей населения, в ряде отраслей рыночные отношения проявляются частично.

- Сфера услуг – быстроразвивающийся сектор экономики. Именно сфера услуг в развитых странах является основным фактором формирования ВВП и важнейшей составной частью формирования высокого качества жизни населения. Кроме того, сфера услуг относится к отраслям, завязанным на росте внутреннего спроса и в меньшей степени ориентированным на мировую экономику, которые наименее подвержены мировому финансовому кризису.

В целом, как показывает мировой опыт, развитие сферы услуг является одним из

приоритетных направлений национальной политики. Среди важнейших целей регионального управления социально-экономическими процессами в сфере услуг необходимо выделить:

1) обеспечение прогрессивных изменений в отраслевой структуре и темпах развития;

2) создание условий для развития и становления малого и среднего бизнеса в регионе;

3) создание условий для цивилизованной конкуренции;

4) обеспечение оптимального соотношения частного и общественного секторов производства и предоставления услуг;

5) защита интересов потребителей [1].

Сбалансированное и устойчивое развитие сферы услуг региона невозможно без управленческого воздействия региональных органов управления и общественных организаций, направленных на многочисленные рыночные процессы и операции, происходящие в данной сфере. В настоящее время сфера услуг функционирует и развивается в отсутствие единого системного управления со стороны региональных органов власти. Это приводит к негативным последствиям, связанным с нарушением воспроизводства товарных и денежных ресурсов в регионе. Управление развитием сферы услуг позволяет выбрать путь развития, оценить сложившуюся ситуацию, сконцентрировать средства и ресурсы на преодоление кризиса, возникающих трудностей и дисбалансов.

Управление функционированием и развитием сферы услуг региона должно осуществляться на основе разработки оптимальной структуры и поиска перспективных направлений развития входящих в нее отраслей на основе обобщения результатов ретроспективного анализа тенденций развития, с учетом текущего состояния их функционирования, конкурентоспособности и благоприятности условий для дальнейшего развития. Структура сферы услуг конкретного региона должна быть построена таким образом, чтобы между ее элементами существовали устойчивые связи. Кроме того, желательно установление таких связей с другими смежными и обеспечивающими отраслями экономики региона. Такого рода совокупность отраслей сферы услуг может быть достигнута при помощи кластерного под-

хода. Для региона преимущества, которые даст развитие кластеров, заключаются в увеличении количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы (центры управления малым и средним бизнесом, функционирующим в сфере услуг), появлении действенного инструмента для взаимодействия с хозяйствующими субъектами, появления возможности для диверсификации экономического развития территории. Для хозяйствующих субъектов, функционирующих в регионе, – возможность улучшить кадровую инфраструктуру; возможность заниматься исследованиями и разработками; возможность успешного выхода на межрегиональные и международные рынки.

Как правило, выделяют ряд специфических характеристик кластерного подхода:

- территориальная – создание кластера связано с определенной местностью (регионом);
- горизонтальная – несколько отраслей на равных правах объединены в кластер;
- вертикальная – существование иерархической связи отраслей, и в этом случае крупные предприятия играют роль ядра кластера, а малый и средний бизнес, который развивается вокруг них ускоренными темпами, становится важным налогоплательщиком в бюджет и основным источником развития региона;
- латеральная – способность выявления новых возможностей, снижения издержек за счет кооперации разных отраслей;
- технологическая – совокупность отраслей, связанных единой технологией.

Существует ряд факторов, которые имеют как способствующее, так и сдерживающее влияние на использование кластерного подхода в развитии сферы услуг.

К способствующим факторам можно отнести: существование технологической и научной инфраструктур, высококвалифицированных кадров; эффективное использование опыта и связей партнеров; возможность снижения издержек в результате эффекта масштаба и за счет совместного использования одних и тех же ресурсов, услуг и поставщиков; диверсификация деятельности (работ, услуг).

К сдерживающим факторам относятся: низкая психологическая готовность к кооперации; игнорирование межрегионального

и коммуникативного характера кластера; низкий уровень развития ассоциативных структур, которые не справляются с задачей выработки и продвижения приоритетов и интересов бизнеса, относительно краткосрочный горизонт планирования. Опыт показывает, что реальные выгоды от применения кластеров появляются только через 7-10 лет [2].

Перечисленные факторы носят преимущественно объективный характер. Однако следует учитывать и существенную роль субъективных факторов. В первую очередь в каждой из сфер – власть, бизнес, общественность – должны быть лидеры, которые хотят и могут воспринимать и реализовывать методологию кластера: сотрудничество ради повышения глобальной конкурентоспособности кластера в условиях роста конкуренции в внутри кластера.

При разработке программ развития региона надо учитывать ключевые точки роста. Необходимость выделения точек экономического роста вызвана прежде всего ограниченностью финансовых ресурсов, распределяемых между отдельными отраслями, организациями предпринимательской сферы региона, а также направляемых на претворение в жизнь конкретных программ. В то же время при выявлении перспективных кластеров и при планировании их развития обязательно должны быть учтены особенности стратегии развития региона. Существует достаточно эффективный способ стимулирования кластеров – целевые программы. Они могут оказать существенное влияние на развитие кластеров.

Определенной адаптацией кластерного подхода может служить создание кластеров при содействии вертикально интегрированных бизнес-групп, т. е. развитие кластеров и вертикальных групп может дополнять друг друга. Кластерный подход не вступает в конфликт с задачами развития вертикальных корпораций. Наличие развитой инфраструктуры сервиса, консультационных услуг, поставщиков комплектующих (в структуре кластера) снизит издержки и повысит конкурентоспособность как территории, так и предприятий. Индикаторами международной конкурентоспособности конечной продукции отраслей, объединенных в кластеры, как правило, служат: превыше-

ние доли продукции данной отрасли на мировом рынке над суммарной долей страны в общей мировой торговле; превышение отраслевого экспорта над импортом. В то время как потенциальная конкурентоспособность фиксировалась в случае, если темпы роста объемов продаж, прибыли и инвестиций, а также уровень производительности труда в данной отрасли выше среднеотраслевых в мире.

Исходя из такого подхода выявлена предварительная классификация кластеров:

*по отраслевой принадлежности:*

- кластеры, объединяющие добывающие и обрабатывающие отрасли;
- кластеры, объединяющие промышленные отрасли и транспорт;
- кластеры, объединяющие отрасли сферы услуг;

*по развитию структуры кластера:*

- сильный кластер с развитой структурой, активным взаимодействием между участниками, устойчивым конкурентным преимуществом;

- устойчивый кластер с динамично развивающейся структурой, нереализованным конкурентным потенциалом, активными взаимодействиями партнеров;

- потенциальный кластер с неравномерным развитием структуры, но с возможностью создания конкурентных преимуществ за счет привлечения новых участников, расширения новых взаимосвязей;

- латентный кластер, объединяющий ряд успешных компаний, но без признаков эффективной структуры; четких коммуникативных взаимосвязей;

*по типу поведения на рынке:*

- защитный кластер, характеризуемый закрытым рынком, консерватизмом, общей централизованной стратегией;

- агрессивный кластер, характеризуемый стремлением к изменениям, различными стратегиями, ориентацией на глобальные процессы.

Зарубежный опыт свидетельствует, что кластерный подход во всем мире признается как политика повышения конкурентоспособности региональных/национальных экономик. Формирование и развитие кластеров в сфере услуг даст возможность осуществить переход от количественного

развития к новому качественному развитию, позволит обеспечить конкурентоспособность в будущем, создать долгосрочную стратегию развития предприятий и территорий. Главное, на что нацелены кластеры, – это возможность для сферы услуг развиваться устойчиво, не по инерции.

Деятельность по реализации кластерного подхода к управлению сферой услуг может быть обозначена как сервисная *кластеризация*, под которой следует понимать комплекс отраслей, предприятий, инфраструктурных организаций, функционирующих в сфере услуг и локализованных на территории региона, объединенных с целью приращения собственных конкурентных преимуществ для достижения положительной динамики основных результирующих социально-экономических показателей развития и обеспечения комфортной среды обитания в регионе.

Развитие кластеров – важнейшее направление региональной государственной политики, направленной на развитие смежных секторов в экономике и сфере услуг.

На современном этапе социально-экономического развития страны сфера услуг становится одним из наиболее обширных секторов развития рыночных отношений и вовлечения потребителей в экономическую деятельность. Сфера услуг является важным источником мобилизации потенциала национального роста, повышения качества и уровня жизни. Кластеры состоят из предприятий, специализированных в определенном секторе экономики и локализованных географически. В экономической системе кластерное объединение выполняет следующую задачу: сильные предприятия подтягивают за собой мелкие.

Существует несколько подходов к пониманию того, что представляет собой кластер. Мы придерживаемся точки зрения, что кластер есть сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу.

В каждом кластере выделяются объекты следующих типов:

- «ядро» – объекты, вокруг которых группируется кластер, выполняющие основной вид деятельности, позиционирующие кластер, выпускающие конечную продукцию;

- «дополняющие» – объекты, деятельность которых напрямую обеспечивает функционирование объектов «ядра»;

- «обслуживающие» – объекты, наличие которых обязательно, но деятельность которых напрямую не связана с функционированием объектов «ядра»;

- «вспомогательные» – наличие которых желательно, но необязательно для функционирования других объектов кластера.

Кроме того, в каждом кластере существуют приоритетные объекты и направления инвестирования (проекты), которые:

1. Оказывают позитивное влияние на наибольшее число кластеров (мультипликативный эффект).

2. Закрывают разрывы в кластерах.

3. Дают максимальный экономический/бюджетный эффект.

4. Позиционируют регион на международном и общероссийском рынке.

5. Не наносят ущерба окружающей среде.

Как правило, в регионах это объекты инженерной инфраструктуры, вузы и учебные заведения по подготовке кадров, информационное обслуживание. Особенность отраслей сферы услуг региона заключается в том, что они могут выступать в качестве всех типов объектов кластера. Например, транспортная и коммуникативная составляющие могут выступать одновременно и ядром кластера, и быть дополняющим, обслуживающим и вспомогательным объектом для жилищно-коммунального и туристического кластеров.

Реализация кластерного подхода требует высокого понимания со стороны всех участников процесса. Разные формы собственности, принадлежности предприятий разным акционерам, которые имеют собственное видение на развитие предприятия, создают сложности при реализации. Однако главная цель – получение прибыли в долгосрочной перспективе – реализуется в более полной форме всеми потенциальными участниками, в частности опосредованными участниками, потенциальными наемными сотрудниками, государством, регионом.

Мировой опыт дает примеры повышения конкурентоспособности территорий и производственных комплексов путем реализации кластер-ориентированной региональной политики. Известны кластеры в сфере малого и среднего бизнеса (производство мебели, обуви, продуктов питания), в инновационной сфере (биотехнологии, телекоммуникации), в крупном промышленном производстве (автомобилестроение), в области автоспорта, туризма, образования.

Отсутствие жестких планов и распределенных между производителями секторов потребления требует формирования системы взаимовыгодных договоренностей в рамках установленных государством приоритетов и правил. При этом надо учитывать, что каждый из участников решает свои характерные задачи, определяемые его уставными, программными, нормативными документами. Но в пределах региона власть, бизнес и общество могут найти круг общих задач. Упрощая, можно сказать, что эффективные общее и профессиональное образование, научные исследования, производство, местная и региональная власть выгодны всем. Кластер как устойчивое партнерство взаимосвязанных предприятий, учреждений, организаций, отдельных лиц может иметь потенциал, который превышает простую сумму потенциалов отдельных составляющих. Это приращение возникает как результат сотрудничества и эффективного использования возможностей партнеров на длительном периоде, сочетания кооперации и конкуренции. Компании выигрывают, имея возможность делиться положительным опытом и снижать затраты, совместно используя одни и те же услуги и поставщиков.

Участниками кластеров являются производители и поставщики, инжиниринговые и консалтинговые фирмы, научно-исследовательские организации и вузы, кредитные организации и банки, инфраструктура, администрации регионов и профессиональные и общественные организации. Постоянное взаимодействие способствует формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями с взаимодополняющими активами и профессиональными навыками. Образование так на-

зываемой «критической массы» компаний в кластере служит стимулом для дальнейшего привлечения в кластер новых компаний, инвестиций, услуг и поставщиков, а также поддерживает процессы формирования собственных профессиональных кадров.

Как правило, кластеры направлены на достижение следующих целей:

- повышение конкурентоспособности участников кластера за счет внедрения новых технологий;
- снижение затрат и повышение эффективности соответствующих наукоемких услуг за счет эффекта синергии и унификации подходов в логистике, инжиниринге, информационных технологиях, менеджменте качества и т. д.;
- обеспечение занятости в условиях реформирования крупных предприятий и аутсорсинга;
- консолидированное лоббирование интересов участников кластера в различных органах власти.

Оптимизация и развитие интеграционных форм хозяйствования в сфере услуг должны осуществляться при всестороннем учете следующих обстоятельств: возможностей, условий и способов консолидации

активов; необходимости и целесообразности централизации управления (в том числе отдельных функций – организационных, экономических, маркетинговых, технологических, финансовых и др.); полезности преобразования (реорганизации, реструктуризации) отдельных подразделений (фирм, служб, производств) и связей между ними; развития партнерских отношений между участниками объединения (компаниями); активизации инновационной деятельности и роста инновационного потенциала.

Таким образом, влияние региона на развитие сферы услуг должно иметь оптимальные пределы, поскольку недостаточная мера управления не улучшит состояние отраслей сферы услуг, не будет способствовать повышению качества предоставления услуг, в первую очередь общественно значимых и жизненно важных для населения региона. Чрезмерное вмешательство порождает отсутствие заинтересованности хозяйствующих субъектов в самоуправлении и саморазвитии. И только разумное сочетание различных форм, методов и современных подходов управления обеспечит региональной сфере услуг адаптивность, доступность, возможность развиваться.

#### *Библиографический список*

1. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика : учеб. пособие / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.
2. Петросян О. Ш. Формирование благоприятной предпринимательской сферы региона : монография. – М. : ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2009. – 207 с.

***J. R. Shnyakina\****

*\*Shnyakina Lilia Ravilyevna, Senior Lecturer of Economics, Organization and Commercial Activity department, PhD in Economics Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

#### **METHODOLOGY ELEMENTS IN THE THEORY MANAGEMENT OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF REGIONAL SERVICE SPHERE**

*Key words: sphere of service, cluster, cluster approach to management, service cluster system.*

*In the article the essence and advantages of cluster approach in functioning and development of regional service sphere are considered; abilities of service cluster system to increase the competitiveness of region are revealed.*

**О. С. Рудакова\***

*\*Рудакова Ольга Степановна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой банковских технологий Всероссийского заочного финансово-экономического института, г. Москва*

e-mail: olrud@yandex.ru

## **НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

*Ключевые слова: бизнес-процесс, системный подход, управленческие инновации, бенчмаркинг, мозговой штурм, реинжиниринг.*

*В статье рассмотрены особенности перехода к инновационной модели экономического роста. Сформулированы причины, приводящие к неудачам при проведении реинжиниринга бизнес-процессов современных организаций. Сформулированы требования к команде по реинжинирингу. Показаны подходы проведения одного из самых важных этапов реинжиниринга – построение модели организации «как должно быть».*

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года в качестве основной задачи на предстоящий период определен переход от экспортно-сырьевой к инновационной модели экономического роста, способной обеспечить рост конкурентоспособности российской продукции и услуг на внутреннем и мировых рынках. Инновационная экономика характеризуется максимальной гибкостью и нелинейностью организационных форм производства, включением процессов получения и обновления знаний во все производственные процессы, многократными, зачастую непредсказуемыми изменениями технологий за короткие промежутки времени.

В настоящее время доля России на мировом рынке высокотехнологичной продукции составляет лишь 0,3%. Это в 8,5 раз ниже, чем удельный вес российского ВВП. Россия реализует инновационного продукта в 130 раз меньше по сравнению с США. Удельный вес инновационно-активных организаций в России составляет только 9,3%. Несмотря на существенные изменения в производственных и технологических процессах, широкое применение в управлении информационных технологий многие организации продолжают по инерции держаться за старые управленческие идеи. В то же время следует отметить, что без изменения

существующих подходов в управлении невозможна технологическая модернизация экономики. Необходимо внедрять инновационные управленческие решения, потому что управленческие инновации гораздо дешевле, чем технологические. Эксперты Еврокомиссии в 2008 году констатировали, что именно управленческие инновации в ближайшие годы будут одним из основных факторов повышения конкурентоспособности на мировом рынке [5].

Возникновение такой управленческой инновации, как реинжиниринг бизнес-процессов, было вызвано внедрением в практику управления информационных технологий (ИТ). Информационные технологии влияют на повышение качества управления. К конкретным результатам информатизации можно отнести следующее [2].

**Повышается эффективность труда персонала.** За счет устранения временных и географических барьеров доступ к базам данных может осуществляться откуда угодно и когда угодно. Таким образом, появляется возможность работы тогда, когда в этом есть наибольшая необходимость, и там, где можно продемонстрировать наибольшую отдачу.

**Увеличивается производительность труда.** Новые информационные технологии значительно ускоряют производственно-технологические процессы, снижают затра-

ты и увеличивают производительность труда персонала.

**Происходит перераспределение полномочий.** В результате внедрения ИТ изменяются принципы распределения информации в организации, доступ к ней получает более широкий круг сотрудников, причем работники низших уровней ставятся в условия необходимости принятия решений, которые прежде принимали их руководители. Данные изменения отвечают принципам управления знаниями, то есть решения принимают те, кому предстоит их реализовывать.

**Развивается сотрудничество.** Информационные технологии способствуют развитию сотрудничества как внутри организации, так и с внешней средой (покупателями, поставщиками и другими организациями), появляется возможность обмена информацией и идеями между сотрудниками организации, разбросанными по всему миру.

**Создается командный дух в организации.** Информационные технологии являются важной частью современных обучающихся организаций. Они способствуют более быстрой идентификации проблем и возможностей, ускоряют принятие решений, увеличивают способность организации к обучению за счет широкого обмена не только информацией, но и знаниями. Работники также получают возможность анализировать ключевую информацию и принимать качественные решения.

Таким образом, грамотное внедрение современных информационных технологий, сопровождаемое реинжинирингом бизнес-процессов, позволяет достичь совершенно новых деловых позиций организации. Реинжиниринг – это системная перестройка (перепроектирование) деловых процессов для достижения радикального, скачкообразного улучшения деятельности организации.

Реинжиниринг бизнес-процессов может использоваться в следующих ситуациях [2]:

- организация находится в критической ситуации (потеря доли рынка, снижение прибыли, высокие издержки);
- организация не находится в критическом положении, но предвидит его наступление в будущем;
- организация-лидер, находящаяся на пике своей эффективности, проводит агрес-

сивную маркетинговую политику, желая добиться большего с помощью подхода реинжиниринга;

- организация включает в контур управления современные информационные технологии.

Проведение реинжиниринга бизнес-процессов всегда сопровождается внесением изменений как в структуру организации, так и в процессы деятельности. Такие изменения не должны проводиться с потерей качества управления, поэтому предлагаемые изменения обосновываются и согласовываются с руководством организации. Основным критерием изменений является их целесообразность с точки зрения процесса в целом. Основной предпосылкой успешного введения изменений является конструктивность позиции и понимание причины изменений соответствующими руководящими лицами.

Систематические исследования попыток реинжиниринга до настоящего времени не проводились, однако экспертные оценки показывают, что около 50% проектов реинжиниринга заканчивались неудачей. Среди причин неудач проведения реинжиниринга бизнес-процессов можно выделить следующие:

- Попытка улучшить существующий процесс, а не перепроектировать его. Консерватизм объясняется тем, что частичное улучшение старых процессов – наиболее безопасный и безболезненный путь, так как не все организации могут принять радикальную перестройку.
- Несвоевременность начала проведения реинжиниринга.
- Перенос акцента на технологическую компоненту осуществления реинжиниринга в ущерб ее социальной составляющей [6]. В то же время социальная подсистема оказывается серьезным источником сопротивления организационным изменениям нового типа.
- Несистемный подход к обновлению. Перепроектирование процессов должно затрагивать изменения и в других областях – проектирование работ, организационных структур, систем управления и оценок.
- Неправильная оценка затрачиваемых ресурсов, ошибочные оценки предполагаемой эффективности проектов по реинжинирингу.
- Неправильная оценка уровня корпоративной культуры. Для успешного выполне-

ния процессов изменения организации персонал должен иметь побудительные причины, чтобы принять новые системы ценностей и убеждения.

- Неготовность организации к освоению новации. Эта причина заключается в преждевременном завершении реинжиниринга и ограниченной постановке задачи. Значительные результаты достигаются при больших амбициях руководства организации. Задача реинжиниринга – не укреплять, а разрушать существующие организационные границы.

- Личностные проблемы обновления. Попытка провести преобразования, не ущемив ничьих прав, не может дать позитивный результат. Затягивание процесса во времени опасно, так как создает атмосферу напряженности и проект воспринимается как очередная программа изменений. Поэтому путь от декларирования идей до завершения реконструированных процессов не должен растягиваться на годы.

- Недостаточное ресурсное обеспечение инновации. Важный компонент инвестиций – затраты времени и сил наиболее ответственных сотрудников. Реинжиниринг не должен проводиться на фоне других мероприятий, так как внимание руководства и персонала должно быть занято только проектом, без отвлечения на другие программы.

- Наличие патологий в организации, не позволяющих грамотно вести проект по реинжинирингу бизнес-процессов. Понятие патологии в настоящее время используется в двух значениях – как отклонение от нормы и как дисфункция [1]. По исследованиям американских аналитиков, до 60% распоряжений высшего менеджмента не выполняются не из-за «злого умысла», а именно по этой причине.

Анализ перечисленных выше причин показывает, что все они могут быть связаны с отсутствием системного подхода к управлению реинжинирингом бизнес-процессов.

В соответствии с системным подходом в управленческой деятельности необходимо учитывать влияние и взаимодействие факторов, находящихся как внутри, так и вне организации и оказывающих прямое или косвенное воздействие на ее функционирование. При этом организацию необходимо

рассматривать как открытую систему, как совокупность взаимосвязанных элементов, таких как персонал, структура, задачи и технологии, которые ориентированы на достижение различных целей в условиях меняющейся внешней среды.

В этой связи особо хотелось бы подчеркнуть, что при управлении процессом реинжиниринга бизнес-процессов нельзя делать акцент только на технологической составляющей этого процесса. Не меньшее, если не большее значение приобретает учет социальной составляющей. Отсутствие должного внимания к этому может свести на нет все усилия, предпринятые ранее, так как нередко именно социальная подсистема оказывается серьезным источником сопротивления всем организационным изменениям.

В результате реинжиниринга бизнес-процессов в социальной подсистеме организации происходят следующие изменения [6]:

1. Меняется характер работы исполнителей. Каждый член группы (команды), который участвует в выполнении конкретного бизнес-процесса, становится ответственным за весь процесс. Это требует от него понимания всего процесса и умения выполнять не один, а несколько видов работ.

2. Повышается самостоятельность принятия решений в рамках компетенций.

3. Возрастают требования к уровню и качеству подготовки исполнителей. Необходимо понимать процесс в целом и уметь выполнить любое задание. При этом образование должно быть непрерывным, так как во внешнем окружении организации происходят постоянные изменения.

4. При оплате труда и оценке эффективности сотрудников отмечается переход от оценки деятельности к оценке результатов.

5. Изменение в оргструктуре организации приводит к сокращению общего числа менеджеров.

6. Видоизменяются административные функции – от секретарских к лидирующим, обеспечивающим мотивацию членов команд и заинтересованность в результатах труда.

Для успеха в проведении реинжиниринга следует сформировать работоспособную, квалифицированную и инициативную команду, способную к восприятию и приложению на практике перспективных технологий.



Команда по реинжинирингу – коллектив сотрудников, непосредственно выполняющий проект. Эта команда должна обеспечить:

- создание образа будущей организации, моделирование воздействий на деятельность организации альтернативных архитектур процессов;
- описание жизненного цикла для каждого продукта организации;
- адаптацию выбранного архитектурного решения к существующей организации;
- реализацию конечного проекта с учетом как человеческих, так и технических ресурсов;
- описание реформированной организации, содержащее, кроме общих данных, основные задачи и способы их выполнения для каждого сотрудника в отдельности.

В команде, выполняющей проект реинжиниринга и контролирующей его проведение, необходимо участие сотрудников, наделенных соответствующими полномочиями и способных создать атмосферу сотрудничества. Сотрудники должны понимать, почему проект приведен в действие (другими словами, они должны оценивать проблемы, которые мешают бизнесу), принимать свои новые обязанности, быть способными выполнять их, посвящать реинжинирингу необходимое время и обособленно двигаться к успеху.

Многие группы по реинжинирингу создаются в качестве «ударного звена»: руководство компании реагирует на кризис в подразделениях привлечением внешних консультантов или направлением на этот участок внутренних консультантов. К сожалению, вероятность того, что сторонние специалисты смогут что-то существенно изменить в организации самостоятельно, невелика. Но нельзя рассчитывать и на внутренних консультантов. Дело в том, что, как правило, те, кто ближе к проблеме, даже не видят ее. Они вряд ли в состоянии что-либо радикально изменить. Более того, они-то и послужили причиной возникновения проблем. Внутренние консультанты не могут быть объективными, они не видят задач, лежащих вне их подразделения, не обладают техническими знаниями и средствами, необходимыми для реструктуризации. С другой стороны, они знают существ-

ствующие процессы, их недостатки, обладают опытом работы, именно с ними взаимодействуют клиенты.

Соответственно, для успешного исхода дела работники подразделения должны осознать, что им нужна помощь, признать правильность предложенного решения проблемы и необходимость его внедрения. В то же время нельзя обойтись без экспертных знаний и объективности сторонней организации.

Состав группы по реинжинирингу должен быть смешанным, например:

- те, кто совсем не знают процесса;
- те, кто очень хорошо знают процесс;
- представители клиентов компании, если есть такая возможность;
- один или два технических эксперта;
- наиболее грамотные и преданные сотрудники;
- специалисты, не работающие в компании.

Важно, чтобы в группе было не более десяти человек. Если это невозможно, лучше отказаться от некоторых фигур, включенных из чисто «представительских» соображений.

Сложность управления творческим потенциалом персонала посредством командной работы может быть обусловлена отсутствием культуры совместной деятельности, индивидуализмом, стремлением к лидерству, личным результатам, нетерпением. Это требует от каждого участника понимания общей ситуации. Поэтому здесь важную роль играет свободный обмен информацией, объем, полнота и точность которой намного превышают те, которые нужны для оперативного руководства.

По мере анализа и документирования процессов деятельности, использования инструментов моделирования, тесного общения с руководством организации и согласования необходимых изменений процесс реинжиниринга может пройти относительно безболезненно и постепенно, не вызывая катастрофического отторжения новаций у руководителей среднего звена и исполнителей. Руководство предприятия должно осознавать, что уровень квалификации и способности сотрудников, привлекаемых к внедрению, будет непосредственно влиять на окончательный результат. Чем серьезнее отноше-

ние руководства к подбору персонала, тем большую отдачу от внедрения они получают.

Необходим персонал, осуществляющий процесс реинжиниринга, необходимо готовить кадры, которые не только захотят, но и сумеют работать в новых условиях, будут обладать соответствующими компетенциями. Необходимо разрабатывать систему мотивации персонала, адекватную проводимым преобразованиям.

Одним из самых ответственных этапов при выполнении реинжиниринга бизнес-процессов является построение модели «как должно быть». Этот этап, безусловно, является самым сложным, ибо связан с творчеством, с научным предвидением. Нельзя считать этот этап чисто инженерной задачей, хотя некоторые типовые приемы реинжиниринга существуют и известны (формализованы).

Успешность выполнения этого этапа в большой степени зависит от творческого потенциала команды и всей организации в целом. При разработке модели «как должно быть» используются известные методы исследования систем управления. Выбор конкретных методов определяется знаниями, опытом и интуицией менеджеров и специалистов, проводящих исследования. Грамотное применение методов способствует получению достоверных и полных результатов исследования проблем, возникших в организации. Представляется, что на этом этапе весьма успешно можно применять бенчмаркинг [3] и метод мозгового штурма.

Бенчмаркинг – это методика изучения, сравнительного анализа и внедрения лучших методов ведения бизнеса. Бенчмаркинг помогает относительно быстро и с небольшими затратами совершенствовать деятельность организации, понять, как работают передовые конкуренты, и добиться таких же, а возможно, даже более высоких результатов. Ценность бенчмаркинга заключается не только в том, что организации не надо изобретать то, что уже изобретено. Внимательно изучая достижения и ошибки других, можно разработать собственную модель, которая будет максимально эффективна именно для конкретной организации.

В зависимости от целей и масштабов выделяют следующие виды бенчмаркинга:

1. Общий бенчмаркинг – заимствование любых успешных идей, наработок из различных сфер деятельности человека.

2. Отраслевой бенчмаркинг. Передовой опыт перенимается у организаций в других отраслях, потому что здесь проще бывает договориться об обмене опытом.

3. Конкурентный бенчмаркинг. Апробация успешного опыта организаций-конкурентов.

4. Внутренний бенчмаркинг. Это сравнение эффективности работы разных подразделений организации, распространение лучшего опыта на всю организацию.

Бенчмаркинг – это не только методика изучения и внедрения успешных решений. Это практика ведения и развития бизнеса, требующая непрерывного выполнения и взаимосвязи с другими подходами к управлению. Использование методов бенчмаркинга при реинжиниринге бизнес-процессов представляется наиболее целесообразным.

Другим эффективным средством стимулирования творческой активности всех без исключения членов команды по реинжинирингу является метод мозгового штурма [4]. Одно из основополагающих правил мозгового штурма состоит в том, что ни одна идея не должна отвергаться. Предложение, представляющееся поначалу неудачным, может быть просто нечетко сформулировано. Даже бесперспективная на первый взгляд идея может послужить катализатором для выработки других. Важно постоянно помнить о том, что ни одна идея не может быть настолько незначительной, чтобы не заслуживать рассмотрения. Мозговой штурм как раз и является поводом для рассмотрения всех без исключения идей, направленных на осуществление позитивных преобразований.

Необходим системный подход к формированию идей. Выработка предложений по реинжинирингу представляет собой наиболее творческий этап всего процесса, на котором закладывается фундамент обновленной организационной структуры и деятельности. В поисках продуктивных идей для осуществления преобразований не должно оставаться незатронутых тем. Каждый член команды по реинжинирингу организации обязан принять участие в выработке и усовершенствовании идей, а также и в после-

дующем анализе их прибыльности. Представляется очень важным создание обстановки, благоприятствующей поиску новых идей, стимулирующей творческое мышление, направленное на выработку подходов к радикальному снижению затрат и увеличению доходов. Не ограничиваясь простым исследованием эффективности выполняемых работ, необходимо пересмотреть положения, лежащие в самой основе поставленных задач. В процессе выработки предложений по реинжинирингу выделяют четыре составляющих:

- формирование банка идей;
- четкая формулировка накопленных идей;
- определение сравнительной ценности идей;
- совершенствование идей.

В целях учета сложных организационных взаимозависимостей каждая идея выносится на рассмотрение сотрудников, которых она так или иначе касается. Основываясь на полученных от них замечаниях, команда по реинжинирингу совершенствует идею в плане максимизации прибыли и других преимуществ, а также снижения риска, связанного с ее реализацией. Это процесс носит итерационный характер. Если этого не выполнить, то весьма вероятно отторжение хорошего решения непосредственным исполнителем бизнес-процесса и, как следствие, провал всего процесса реинжиниринга.

Далеко не каждое предложение найдет свое воплощение. Некоторые идеи могут быть расценены как слишком рискованные в том смысле, что могут привести к снижению рыночной активности и повредить репутации организации среди профессионалов и клиентов. Задача команды по реинжинирингу состоит в том, чтобы отобрать наиболее удачные идеи. Тем не менее целью выработки предложений по реинжинирингу является создание максимально объемного банка идей, реализация которых была бы сопряжена с невысоким риском и приводила бы к существенному увеличению прибыли.

Ответственность за формирование банка идей лежит на руководителях команд по

реинжинирингу. Однако решение принимается не единолично. Они общаются друг с другом, подчиненными и вышестоящими руководителями, привлекают для своих нужд ресурсы всего персонала организации. В своей работе они используют инициативу, исходящую как с верхних, так и с нижних уровней организационной иерархии.

Создание бизнес-модели организации в графическом, текстовом или каким-либо еще виде позволяет выявить причинно-следственные связи предметной области (отразить организационную, функциональную или информационную структуры организации). Наглядность модели организационной структуры (отвечающей на вопрос: «кто и чем занимается») повышает прозрачность границ ответственности сотрудников. Используя инструментарий моделирования бизнес-процессов, путем связывания ролей с работниками и процессами можно сгенерировать для каждого работника документ, отражающий предъявляемые к нему требования, предоставляемые ему полномочия и должностную инструкцию. При этом модели бизнес-процессов определяют, как должны выполняться те или иные бизнес-функции, и именно они составляют основу комплекса бизнес-моделей организации.

Проект по описанию бизнес-процессов несомненно поможет бизнесу в его деятельности и будет способствовать:

- повышению прозрачности деятельности организации;
- закреплению зон ответственности сотрудников организации;
- улучшению взаимодействия подразделений;
- решению проблемы «незаменимых сотрудников».

Таким образом, проводя реинжиниринг бизнес-процессов и используя возможности информационных технологий, организация может создать новую структуру, полностью изменить бизнес-процессы для кардинального повышения эффективности своей деятельности, добиться конкурентного преимущества.

*Библиографический список*

1. Ануфриева Н. Н. Патологии организации [Электронный ресурс ] // ЭКО. – 2006. – № 12. – Режим доступа [http://econom.nsc.ru/eco/Arhiv/ReadStatiy/2006\\_12/Anufrieva.htm](http://econom.nsc.ru/eco/Arhiv/ReadStatiy/2006_12/Anufrieva.htm)
  2. Дафт Р. Менеджмент : пер. с англ. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 864 с.
  3. Исаев Р. А. Бизнес-инжиниринг и управление в коммерческом банке. – М. : ГОЛОС-ПРЕСС, 2009. – 318 с.
  4. Пол Х. Аллен Реинжиниринг банка: программа выживания и успеха : пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 264 с.
  5. Управление бизнес-процессами современных организаций : монография / под общ. ред. М. М. Максимцова. – М. : МГСУ, 2009. – 311 с.
  6. Чаадаев В. К. Бизнес-процессы в компаниях связи. – М. : Эко-Трендз, 2004. – 176 с.
- 

***O. S. Rudakova\****

*\*Rudakova Olga Stepanovna, Ph.D., Associate Professor, Head of Banking Technologies department of Russian Financial and Economic Institute, Moscow*  
e-mail: olrud@yandex.ru

**NEW APPROACHES FOR THE BUSINESS PROCESS REENGINEERING  
IN CONTEMPORARY ORGANIZATIONS**

*Key words: business process, systems approach, management innovation, benchmarking, brainstorming, re-engineering.*

*The article describes the features of transition to innovative model of economic growth. The main reasons for the failure in reengineering business processes in modern organizations are formulated. The requirements for the reengineering team are stated. The approaches of one of the most important stages of re-engineering - building an organization model “as it should be” - are explained.*

---

© Рудакова О. С., 2010

УДК 330:001.92

**М. С. Спирина\***

\*Спирина Марина Савельевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Высшая математика» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: msspirina@list.ru

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

*Ключевые слова: спрос на услугу, объем выпуска, объем продаж, нечеткие множества, функция принадлежности, лингвистическая переменная, нечеткий регулятор.*

*Предлагается способ решения задачи регулирования предложения услуг в области сервиса методами нечеткой логики на примере модели: работа ателье. На основании технических приложений аппарата нечеткой логики можно построить конкретные модели аналогичных приложений в экономике. Разобранная модель допускает широкий спектр направлений для последующего обобщения.*

Математическая теория нечетких множеств (*fuzzy sets*) и нечеткая логика (*fuzzy logic*) являются обобщениями классической теории множеств и классической формальной логики. Впервые термин «нечеткая логика» был введен американским профессором Лотфи Заде в 1965 году в работе «Нечеткие множества» в журнале «Информатика и управление». Областью применения нечеткой логики являются всевозможные экспертные системы, такие как нелинейный контроль за процессами производства, исследование рискованных и критических ситуаций, финансовый анализ (рынки ценных бумаг), исследование данных (корпоративные хранилища), совершенствование стратегий управления и координации действий, например, в экономике и другие.

В последнее время области применения нечеткой логики заметно расширяются. Она применяется в сфере финансов, анализа и принятия управленческих решений, в области экспертизы изделий бытовой техники, в автомобильной, аэрокосмической и транспортной промышленности. Модели нечеткой логики наиболее реалистичны при прогнозе колебания рынка и последствий планируемых финансовых операций.

Теория нечетких множеств представляет собой обобщение и переосмысление важнейших направлений классической математической логики, когда осуществлен переход от привычных двух значений истинно-

сти  $\{0, 1\}$  к произвольному числу от 0 до 1. Так была сформулирована проблема оперирования понятиями с изменяющимся содержанием.

С другой стороны, идеи теории вероятностей и математической статистики, использующих различные способы обработки статистической информации, подсказали пути определения и интерпретации одного из главных понятий нечеткой логики – понятия *функции принадлежности*.

Благодаря использованию нечеткой логики появилась реальная возможность приближения математических рассуждений к тем принятым схемам, которые используют люди в процессе принятия решений в обстановке неполной и нечеткой информации.

Нечеткая логика – многозначная логика, позволяющая учитывать промежуточные значения для таких традиционных оценок, как да/нет, истинно/ложно, черное/белое. Нечеткая логика в отличие от булевой логики приобретает дополнительные возможности за счет включения неопределенности в логические выводы. Основное отличие нечеткой логики от классической заключается в том, что она оперирует не только значениями истинно/ложно, но и промежуточными, быть может, расплывчатыми и субъективными представлениями.

Нечеткая логика представляет собой исчисление высказываний, у которого всякая пропозициональная переменная  $A$  интер-

претируется некоторым значением  $P(A) = c$  (где  $c$  – элемент числового интервала  $[0,1]$ ), задающий степень четкости для переменной  $A$ ).

Рассмотрим применение элементов нечеткой логики для решения задачи регулирования спроса на услуги в области сервиса.

Как известно, зависимость спроса  $V(p)$  на услугу (товар) от ее цены  $p$  формализуется весьма приближенно. Если абстраги-

роваться от влияния множества несущественных факторов, то для многих товаров и услуг цена является определяющим фактором. Регулирование спроса на услугу (товар) зависит и от иных факторов, таких, например, как качество услуг, рекламная деятельность. Назовем эти факторы возмущающим воздействием, изменяющим объем спроса, и обозначим через  $o$ .



Рис. 1. Структурная схема системы регулирования с обратной связью

Тогда задача регулирования спроса на услугу может быть описана кибернетической схемой системы регулирования с обратной связью [4], где  $X$  – входная (регулирующая) переменная,  $Y_z$  – заданное значение входной переменной,  $Y$  – текущее значение выходной переменной (рис. 1).

Пусть предприятие в сфере услуг (ателье) реализует программу увеличения своих производственных мощностей по оказанию услуг, например пошиву одежды ( $V_{\text{вып}}$ ), в соответствии с увеличением объема продаж ( $V_{\text{пр}}$ ), т. е.  $V_{\text{вып}} = V_{\text{пр}}$ . Однако подобное равенство может быть выполнено лишь приблизительно. Предприятие может измерять спрос на объем услуг  $V_{\text{пр}}$  за конкретный период, например за месяц, регулируя спрос на услуги –  $V_{\text{сп}}$ . В связи с тем, что нет вполне конкретной зависимости спроса на услугу от его цены, возникает нечеткость, описываемая приближенным равенством  $V_{\text{сп}} \approx V_{\text{пр}}$ .

Пусть максимальный объем выпуска определенного вида изделий пошивочного ателье за некоторый период, например за месяц, составляет 120 единиц продукции, причем склад вмещает не более этого максимального объема выпуска. Регулирующим воздействием будет служить отпускная цена, текущее значение которой  $p = 100$  у. е.

Заемствуем идею нечеткого регулятора с использованием аппарата нечеткой логики, применяемого в технических приложениях [4]. Тогда выходной переменной будет служить  $V_{\text{пр}}$  с заданным значением  $V_{\text{вып}}$ , а регулирующей переменной – отпускная цена  $p$ . Пусть замер значений переменной производится один раз в месяц. Тогда регулятор должен работать в соответствующие дискретные моменты времени. Функция регулятора заключается в расчете таких значений приращения регулирующей переменной – отпускной цены  $p$ , при которой разница между заданным и текущим значением выходной переменной будет минимальной, т. е. справедливо приближенное равенство  $V_{\text{сп}} \approx V_{\text{пр}}$ .

Решение подобной задачи в нечетких регуляторах заключается в том, что эксперты формулируют продукционные правила работы с лингвистическими переменными для некоторых стандартных ситуаций. Для решения экономической задачи экспертные оценки будет давать менеджер предприятия сферы услуг – пошивочного ателье.

Разработаем критерии экспертных оценок – систему правил, регулирующих предложение – спрос:

$\Pi_1$ : если текущее значение объема продаж значительно меньше некоторого задан-

ного значения, то отпускная цена должна быть снижена;

П<sub>2</sub>: если текущее значение объема продаж мало отличается от некоторого заданного значения, то отпускная цена должна сохраниться неизменной;

П<sub>3</sub>: если текущее значение объема продаж значительно больше некоторого заданного значения, то отпускная цена должна быть увеличена.

Введем лингвистические переменные, соответствующие этой системе правил [3]. Чтобы ввести лингвистическую переменную, надо указать ее формальные признаки – набор  $(X, T(X), E, G, M)$ , где  $X$  – название переменной,  $T(X)$  – терм, т. е. множество значений лингвистической переменной,  $E$  – универсальное множество,  $G$  – синтаксическое правило, порождающее название для значений переменной,  $M$  – семантическое правило, которое ставит в соответствие переменной ее смысл.

Пусть первая (входная) лингвистическая переменная  $D$  – разница между текущим и заданным объемом продаж. Соответствующее терм-множество, т. е. множество значений лингвистической переменной, зададим с помощью понятий  $T(D) = \{DO - \text{заметно отрицательная}, DZ - \text{приблизительно равная нулю}, DP - \text{заметно положительная}\}$ .

Вторую (выходную) лингвистическую переменную – приращение отпускной цены –

обозначим через  $C$ . Соответствующее терм-множество  $T(C) = \{CO - \text{отрицательное}, CZ - \text{приблизительно равное нулю}, CP - \text{положительное}\}$ .

Эксперт придает значениям лингвистической переменной семантический смысл в зависимости от ситуации функционирования конкретного ателье.

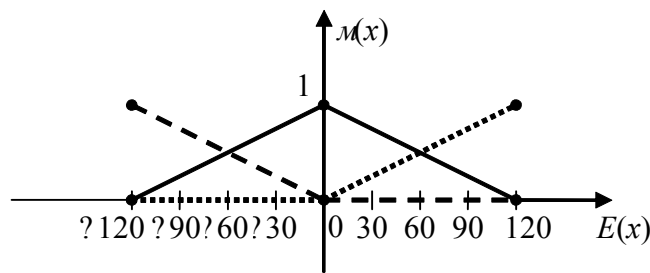
Пусть, например, максимально положительное отклонение  $DP$  не превышает вместимости склада, т. е. составляет 120 единиц продукции, а максимально отрицательное отклонение  $DO$  возникает при нулевом спросе и составляет -120 единиц продукции. Отсюда универсальное множество  $E$  для переменной  $D$  есть отрезок  $E(D) \in [-120; 120]$ . Тогда лингвистической переменной  $D$  соответствуют функции принадлежности вида:

$$\mu_{DO}(x) = \begin{cases} -x/120, & x \in [-120; 0]; \\ 0, & x \notin [-120; 0]. \end{cases} \quad (1)$$

$$\mu_{DZ}(x) = \begin{cases} 1+x/120, & x \in [-120; 0]; \\ 1-x/120, & x \in [0; 120]; \\ 0, & x \in (-\infty; -120) \cup (120; \infty) \end{cases} \quad (2)$$

$$\mu_{DP}(x) = \begin{cases} x/120, & x \in [0; 120]; \\ 0, & x \notin [0; 120]. \end{cases} \quad (3)$$

График лингвистической переменной  $D$  представлен на рис. 2.



**Рис. 2.** Функции принадлежности нечетких множеств  $DZ$  (сплошная линия),  $DO$  (пунктирная линия),  $DP$  (точечная линия).  
При  $|E(x)| > 120 \mu(x) = 0$  для всех трех множеств

Эксперт методами математической статистики определил, что месячное среднеквадратическое отклонение объемов продаж не превышает 12 единиц.

Тогда лингвистической переменной  $C$  соответствуют функции принадлежности вида:

$$\mu_{CO}(y) = \begin{cases} -y/12, & y \in [-12; 0]; \\ 0, & y \notin [-12; 0]; \end{cases} \quad (4)$$

$$\mu_{CZ}(y) = \begin{cases} 1+y/12, & y \in [-12; 0]; \\ 1-y/12, & y \in [0; 12]; \\ 0, & y \in (-\infty; -12) \cup (12; \infty); \end{cases} \quad (5)$$

График лингвистической переменной  $C$  представлен на рис. 3.

$$\mu_{CP}(y) = \begin{cases} y/12, & y \in [0;12]; \\ 0, & y \notin [0;12]. \end{cases} \quad (6)$$

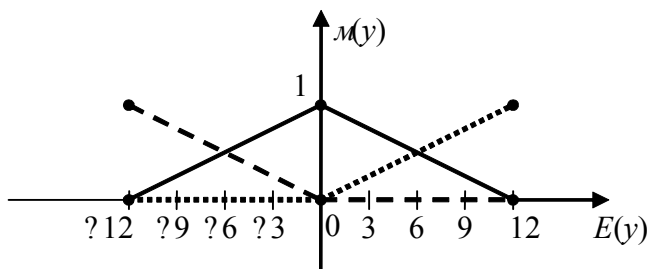


Рис. 3. Функции принадлежности нечетких множеств CZ (сплошная линия), CO (пунктирная линия), CP (точечная линия).

При  $|E(y)| > 12 \mu(y) = 0$  для всех трех множеств

Полный набор правил «набор продукционных правил нечеткого регулирования» представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Набор продукционных правил нечеткого регулирования**

Разница между текущими и заданными объемами продаж	Приращение отпускной цены
Если DO	То CO
Если DZ	То CZ
Если DP	То CP

Каждому  $i$ -му правилу с посылкой  $A_i$  и заключением  $B_i$  соответствует нечеткое отношение  $R_i = A_i \times B_i$ , где  $i=1,2,3$ , представленное через декартово произведение  $A_i$  и  $B_i$  с функцией принадлежности

$$\mu_{R_i}(x, y) = \mu_{A_i}(x) \wedge \mu_{B_i}(y) = \bigvee_D [\mu_{A_i}(x) \wedge \mu_{B_i}(y)] \quad (7)$$

Универсальное множество  $E$ , содержащее все возможные элементы, представим в дискретном виде (табл. 2 и 3), где указаны значения функций принадлежности, рассчитанные по формулам (1)–(6).

Таблица 2

**Семантическая интерпретация лингвистической переменной «разница между текущим и заданным объемом продаж»**

	$E(D)$									
	-120	-90	-60	-30	0	30	60	90	120	
DO	1	0,75	0,5	0,25	0	0	0	0	0	
DZ	0	0,25	0,5	0,75	1	0,75	0,5	0,25	0	
DP	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,75	1	

Таблица 3

**Семантическая интерпретация лингвистической переменной «приращение отпускной цены»**

	$E(C)$									
	-12	-9	-6	-3	0	3	6	9	12	
CO	1	0,75	0,5	0,25	0	0	0	0	0	
CZ	0	0,25	0,5	0,75	1	0,75	0,5	0,25	0	
CP	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,75	1	



Зададим правила  $\Pi_1$ ,  $\Pi_2$  и  $\Pi_3$  в матричном виде через отношения  $R_1$ ,  $R_2$  и  $R_3$  соответственно с функцией принадлежности, рассчитанной по формуле (7), и представим их в табл. 4–6. Так, при заполнении табл. 4 производились следующие расчеты:

$$\mu_{R_1}(-120; -12) = (1 \wedge 1) \vee (0 \wedge 0) \vee (0 \wedge 0)$$

или

$$\mu_{R_1}(-120; -12) = \max\{\min(1;1), \min(0;0), \min(0;0)\} = 1,$$

$$\mu_{R_1}(-120; -9) = (1 \wedge 0,75) \vee (0 \wedge 0,25) \vee (0 \wedge 0),$$

или

$$\mu_{R_1}(-120; -9) = \max\{\min(1; 0,75), \min(0;0,25), \min(0;0)\} = 0,75$$

и т. д.

Таблица 4

**Нечеткое отношение  $R_1$**

$E(D)$	$E(C)$								
	-12	-9	-6	-3	0	3	6	9	12
-120	1	0,75	0,5	0,25	0	0	0	0	0
-90	0,75	0,75	0,5	0,25	0	0	0	0	0
-60	0,5	0,5	0,5	0,25	0	0	0	0	0
-30	0,25	0,25	0,25	0,25	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90	0	0	0	0	0	0	0	0	0
120	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Аналогично заполнялись все таблицы, определяя нечеткие отношения  $R_1$ ,  $R_2$ ,  $R_3$ .

Таблица 5

**Нечеткое отношение  $R_2$**

$E(D)$	$E(C)$								
	-12	-9	-6	-3	0	3	6	9	12
-120	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-90	0	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0
-60	0	0,25	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25	0
-30	0	0,25	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,25	0
0	0	0,25	0,5	0,75	1	0,75	0,5	0,25	0
30	0	0,25	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,25	0
60	0	0,25	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25	0
90	0	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0
120	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Таблица 6

**Нечеткое отношение  $R_3$**

$E(D)$	$E(C)$								
	-12	-9	-6	-3	0	3	6	9	12
-120	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-90	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-60	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0	0,25	0,25	0,25	0,25
60	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,5	0,5
90	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,75	0,75
120	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,75	1

Менеджер ателье ежемесячно отслеживает текущие объемы продаж при четком значении заданной производственной программы. Поэтому текущее значение их разницы есть четкое число  $x \in [-120;120]$ .

Обобщенное отношение  $R$  [4] имеет функцию принадлежности, представленную формулой:

$$\mu_R(x, y) = \mu_{R_1}(x, y) \vee \mu_{R_2}(x, y) \vee \mu_{R_3}(x, y) \quad (8)$$

В итоге обобщенное отношение  $R$  описывает табл. 7.

Таблица 7

**Обобщенное отношение  $R$**

$E(D)$	$E(C)$								
	-12	-9	-6	-3	0	3	6	9	12
-120	1	0,75	0,5	0,25	0	0	0	0	0
-90	0,75	0,75	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0
-60	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25	0
-30	0,25	0,25	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,25	0
0	0	0,25	0,5	0,75	1	0,75	0,5	0,25	0
30	0	0,25	0,5	0,75	0,75	0,75	0,5	0,25	0,25
60	0	0,25	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
90	0	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,75	0,75
120	0	0	0	0	0	0,25	0,5	0,75	1

Этот регулятор также можно задать через операцию композиции с помощью реляционного уравнения [4]:

$$Y = X \circ R. \quad (9)$$

Для того чтобы проверить работу регулятора, подадим на его вход  $X$  четкие значения месячного объема продаж, соответствующие дискретным значениям универсального множества  $E(D)$ . Тогда на выходе получим нечеткие значения приращения стоимости.

Например, четкому отклонению от заданного значения сбыта на 120 единиц соответствует нечеткое число  $\{-120|0; -90|0; -60|0; -30|0; 0|0; 30|0; 60|0; 90|0; 120|1\}$ . Соответствующее нечеткое значение приращения цены, полученное по формуле (9), совпадает с последней строкой отношения  $R$  (табл. 7):

$$Y = \{-12|0; -9|0; -6|0; -3|0; 0|0; 3|0,25; 6|0,5; 9|0,75; 12|1\}.$$

Аналогично можно получить соответствие между значениями входа и строками

отношения  $R$  (табл. 7) для остальных значений  $E(D)$ .

Выбор четкого значения приращения цены осуществляется методами приведения к четкости для дискретного нечеткого множества с помощью формулы (10) (что аналогично вычислению оценки математического ожидания дискретной случайной величины):

$$y = \frac{\sum_i y_i \mu(y_i)}{\sum_i \mu(y_i)}. \quad (10)$$

Например, рассчитывая значения  $y$  по формуле (10), имеем  $y(x = -120) = -9$ . Аналогично вычисляются все остальные значения функции.

Результаты вычисления значений приращения цены, полученные нечетким регулятором по формуле (10), занесем в табл. 8.

Таблица 8

$x$	-120	-90	-60	-30	0	30	60	90	120
$y$	-9	-4,15	-2,2	-3	0	1,09	2,2	4,6	7,2

Подобная информация ставит перед дальновидным руководителем проблему распределения финансовых ресурсов по трем основным направлениям работы ателье:

1. Техническое и информационное обеспечение (ТИО) деятельности ателье, которое включает, например:

- поддержание технической базы предприятия в работоспособном состоянии;

– организацию каналов связи с поставщиками.

2. Работа с клиентами (РК), которая включает:

- организацию маркетинговой деятельности;
- организацию рекламной деятельности;
- оптимизацию перечня услуг;
- работу юридической службы по заключению договоров.

3. Работа с персоналом (РП), которая включает:

- подбор кадров и реализацию кадровой политики (изменение заработной платы, премирование);
- мероприятия по повышению квалификации сотрудников;
- социальную поддержку сотрудников.

Для упорядочивания альтернатив ТИО, РК и РП на числовой прямой сформулируем некую общую цель, например обеспечить наиболее эффективную деятельность ателье (Ц). Эта цель определяется вкладом каждой альтернативы в обеспечение эффективной финансовой деятельности ателье (ФД) и формирование позитивного имиджа этого предприятия сферы услуг (И). Кроме этого, необходимо учитывать территориальный охват (ТО), включающий деятельность филиалов ателье. Учет такого многообразия альтернатив затрудняет специалистов давать оценку сравнительного влияния каждой альтернативы на общую

цель и принимать управленческие решения. Однако специалист может определить сравнительное влияние альтернатив на элементы промежуточного уровня – ФД, И и ТО. В то же время возможна оценка сравнительного влияния элементов промежуточного уровня на общую цель.

Таким образом, благодаря хорошо организованной работе менеджера, дающего экспертные оценки, и владению математическими методами для решения экономических задач руководитель предприятия сферы услуг смог научно обосновать выбор приоритетов при распределении бюджетных средств.

Модельность разобранной задачи заключается в том, что на практике дальновидный руководитель предприятия в зависимости от результатов изучения спроса потребителей может принимать научно обоснованные управленческие решения: влиять не только на снижение/увеличение цены на изделия, но и сокращение/расширение производства. Подобные многомерные распределения оставляют возможность для дальнейших исследований в зависимости от поставленных перед предприятием задач, что проявляется в выборе уравнений связи. Поиск баланса зависит не только от экономического таланта руководителя, но и от его знаний, в данном случае в новом для большинства специалистов разделе математики – нечеткой логике.

#### *Библиографический список*

1. Гмурман В. Е. Теория вероятностей и математическая статистика : учеб. пособие для вузов. – 9-е изд., стер. – М. : Высшая школа, 2003. – 479 с. : ил.
2. Кремер Н. Ш. Теория вероятностей и математическая статистика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 551 с.
3. Круглов В. В., Длин М. И. Интеллектуальные информационные системы: компьютерная поддержка нечеткой логики и нечеткого вывода. – М. : Изд-во Физико-математической литературы, 2002. – 256 с.
4. Матвеев М. Г., Свиридов А. С., Алейникова Н. А. Модели и методы искусственного интеллекта. Применение в экономике : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика ; ИНФРА-М, 2008. – 448 с.
5. Общий курс высшей математики для экономистов : учебник / под общ. ред. В. И. Ермакова. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 656 с.
6. Соболева Т. С., Чечкин А. В. Дискретная математика. – М. : Академия, 2006.
7. Шикин Е. К. Математические методы и модели в управлении / Е. К. Шикин, А. Г. Чхартишвили. – М. : Дело, 2000.

***M. S. Spirina\****

*\*Spirina Marina Savelyevna, PhD on Paedagogics, senior lecturer of Higher mathematics ca-*  
*thetra, Povolzhsky State University of Service, Togliatti*

e-mail: msspirina@list.ru

### **USING FUZZY LOGIC ELEMENTS FOR SOLVING ECONOMIC PROBLEMS**

*Key words: demand on service, release volume, sales volume, fuzzy sets, accessory function, logistic variable, fuzzy regulator.*

*Some approach to solution of the offers regularization problem is proposed by means of fuzzy logic technique as partial model of the suite studio. Based on the technical applications of fuzzy logic the concrete models are to be constructed as analogous applications in economics. The model under discussion admits the wide spectrum of directions for subsequent generalization.*

---

© Спирина М. С., 2010

УДК 658.6

**Л. В. Кузнецова\***

*\*Кузнецова Людмила Владимировна, аспирант, ассистент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: vbkfz5000@rambler.ru

## **МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОЦЕССОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Ключевые слова: удовлетворенность потребителя, удовлетворенность персонала, качество процесса обслуживания, сфера услуг, методика оценки.*

*В статье рассматривается схема формирования удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг; предлагаются методики оценки удовлетворенности персонала, качества обслуживания и удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг.*

Активное развитие сферы услуг – одна из тенденций современной российской экономики. В последнее время значительно увеличилось число сервисных предприятий, расширился спектр предлагаемых услуг, возросла занятость в этой сфере, обострилась конкуренция. В данных условиях главным фактором успеха является способность предприятия к удовлетворению запросов потребителей, что обуславливает необходимость управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг.

Управление обслуживанием на предприятиях сферы услуг можно определить как целенаправленное, непрерывное воздействие (включающее в себя постановку проблемы, прогнозирование, планирование, мотивацию, организацию, координацию, контроль и анализ) на процесс обслуживания в интересах его упорядочения, оптимального функционирования и развития. Среди факторов, определяющих необходимость управления обслуживанием на предприятии сферы услуг, можно также выделить следующие: высокий уровень оттока клиентов, связанный с качеством обслуживания; недостаточный уровень мотивации сотрудников; недостаточная эффективность системы управления качеством обслуживания; рост предприятия, в том числе за счет слияний и поглощений; желание укрепить конкурентные позиции своего бизнеса и обеспечить

максимальное соответствие структуры бизнеса его амбициозным целям; изменение рыночных условий – обострение конкуренции, изменение объема спроса, изменение требований клиентов и т. д.

По мнению ряда ученых, на предприятии сферы услуг из всех взаимодействий между группами лиц, заинтересованных в обслуживании, взаимодействие между сотрудниками и их клиентами является самым важным для успеха предприятия. Состояние удовлетворенности производителей услуг важно, так как оно способствует не только большей стабильности и высокой экономической результативности, но и является важнейшим фактором в создании качественного обслуживания. Только производители услуг, удовлетворенные своей работой, смогут проявлять отзывчивость, уверенность и сопереживание при контакте с потребителями, а это основные элементы качественного обслуживания. Следовательно, на экономическую результативность деятельности предприятия сферы услуг влияет в значительной мере качество обслуживания и степень удовлетворенности потребителей, что, в свою очередь, зависит от уровня удовлетворенности производителей услуг условиями труда и организации обслуживания (рис. 1).



**Рис. 1.** *Схема формирования удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг*

Удовлетворенность персонала предприятия сферы услуг – это важный фактор обеспечения удовлетворенности потребителей. Оценка удовлетворенности персонала дает важную информацию о том, чем они довольны или недовольны и по каким направлениям следует совершенствовать систему стимулирования персонала. Именно на получение такой информации и направлены известные методики оценки удовлетворенности. Анкеты, посвященные оценке удовлетворенности, должны выявлять не только саму удовлетворенность, но и структу-

ру внутренней мотивации работников [4]. В данной статье предлагается именно такая методика.

Согласно предлагаемой методике все факторы, влияющие на удовлетворенность персонала, следует разделить на две группы: поддерживающие и мотивирующие (табл. 1). Поддерживающие (удерживающие) факторы создают необходимые (но недостаточные) условия для высокой удовлетворенности. Тогда как мотивирующие факторы способны существенно повысить уровень удовлетворенности.

*Таблица 1*

**Факторы, влияющие на удовлетворенность персонала**

Поддерживающие факторы	Мотивирующие факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Постоянная часть зарплаты (должностной оклад, надбавки).</li> <li>– Льготы, социальный пакет.</li> <li>– Психологический климат, межличностные отношения.</li> <li>– Стиль управления руководителей.</li> <li>– Физические условия труда, оснащенность рабочего места.</li> <li>– Стабильность и надежность рабочего места.</li> <li>– Режим труда и отдыха (рабочий график, выходные, отпуск).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Возможность профессионального и личностного роста.</li> <li>– Содержание самой работы, ее разнообразие, интересность, возможность самовыражения.</li> <li>– Переменная часть зарплаты, зависящая от результатов труда; возможность не получать, а зарабатывать.</li> <li>– Признание со стороны руководителей и коллег (моральные поощрения, ценные подарки, призы, почетные звания и др.).</li> <li>– Личная ответственность за результаты работы.</li> </ul>

Поддерживающие факторы	Мотивирующие факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Самостоятельность и независимость в работе, полномочия.</li> <li>– Корпоративные мероприятия, праздники, традиции, совместный отдых, спорт.</li> <li>– Полное и своевременное информирование (о ситуации на предприятии, планах руководства, перспективах развития).</li> <li>– Участие в обсуждении и принятии управленческих решений.</li> <li>– Престижность предприятия, его известность, имидж и репутация.</li> <li>– Корпоративная культура, общепринятые ценности, правила и нормы поведения в организации.</li> <li>– Политика руководства, методы и приемы управления, общая организация труда на предприятии.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Работа в команде, возможность общения и взаимодействия с людьми.</li> <li>– Занимаемая должность, статус в организации.</li> <li>– Возможность продвижения по службе, карьерный рост.</li> <li>– Атмосфера здоровой состязательности в коллективе.</li> </ul>

Персоналу предлагается вначале оценить степень важности для них каждого из указанных факторов в баллах от 0 («совсем не важно») до 10 («критически важно»). Затем полученные балльные оценки используются для вычисления корректирующих коэффициентов, отражающих относительную важность или «долю» каждого фактора в общей удовлетворенности работника. Эти коэффициенты рассчитываются путем нормирования исходных оценок важности факторов и представляют собой набор чисел от 0 до 1, дающих в сумме единицу.

Далее удовлетворенность персонала по каждому фактору в отдельности оценивается по 10-балльной шкале, где 1-2 балла соответствуют оценке «совершенно не удовлетворен», 3-4 балла – «не удовлетворен», 5-6 баллов – «скорее не удовлетворен, чем удовлетворен», 7-8 баллов – «удовлетворен», 9-10 баллов – «совершенно удовлетворен». Чтобы учесть отношение работника к каждому из этих факторов, полученные оценки удовлетворенности (от 1 до 10) умножаются на корректирующие коэффициенты и затем складываются. Конечная оценка – это индекс удовлетворенности работника.

Описанная методика позволяет получить два типа результатов: индексы удовлетворенности и факторные оценки удовлетворенности работников по категориям персонала (менеджеры, руководители отделов, специалисты, рабочие и др.) и/или подразделениям предприятия. Предложенная методика оценки удовлетворенности персона-

ла может использоваться на любых предприятиях сферы услуг как полезный инструмент диагностики человеческих ресурсов с целью выявления ключевых факторов демотивации работников и разработки комплексной программы стимулирования труда.

Степень удовлетворенности персонала влияет на качество процесса обслуживания потребителей. Согласно ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения» качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя [3]. Оценка качества является важнейшим элементом системы управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг. Она предоставляет собой ту базу, на основе которой проводится анализ и принимаются управленческие решения, а также обеспечивает необходимую обратную связь.

Большинство исследователей сферы услуг считают понятия «качество обслуживания» и «качество услуг» синонимичными [7-9]. Однако услуга – это не сама деятельность, а результат взаимодействия объектов и субъектов. Деятельность – это оказание услуг, обслуживание, самообслуживание. Действительно, оценить качество любого результата проще, чем деятельности.

Наиболее известным и наиболее часто применяемым инструментом оценки качества обслуживания является методика SERVQUAL, предложенная в 1985 году

Парасураманом, Берри и Цайтамл. Она представляет собой анкету, включающую 22 пары вопросов. Вопросы разрабатывались в соответствии с пятью основными параметрами обслуживания [5], к которым были отнесены:

1) надежность (reliability) – способность точно и в срок оказать обещанную услугу;

2) отзывчивость (responsiveness) – готовность персонала помочь потребителям и своевременно оказать услугу;

3) убедительность (assurance) – компетентность персонала и его способность внушать доверие потребителям;

4) сочувствие (empathy) – степень индивидуального внимания к потребителям;

5) осязаемость (tangibles) – все физические, осязаемые предметы, используемые в процессе обслуживания.

Первая часть вопросов нацелена на выявление ожиданий потребителя, вторая – на определение степени их соответствия фактически полученным результатам.

Методика SERVQUAL неоднократно подвергалась критике [1]. Основные замечания касались следующих моментов:

– SERVQUAL не предусматривает взвешивание переменных, которые явно имеют разную важность для потребителей.

– Отдельные измерения SERVQUAL пересекаются, в особенности это касается сочувствия и отзывчивости.

– Используются утверждения, начинающиеся с отрицания.

– С точки зрения респондентов в анкете присутствует очевидный «повтор вопросов».

– Методика применима не для всех предприятий сферы услуг, состав каждого измерения сильно зависит от специфики отрасли.

Некоторые замечания были учтены авторами методики, которые внесли ряд поправок в SERVQUAL. Другие авторы также пытались преодолеть указанные выше противоречия и создать более совершенные инструменты измерения качества обслуживания на основе этой методики. Примером такой работы является методика SERVPERF [6].

В большинстве исследовательских работ, посвященных проблеме оценки качества в сфере услуг, рассматриваются только качественные показатели и предлагаются рекомендации по созданию системы сбора

претензий потребителей и проведению всевозможных опросов. Попытку количественной оценки качества обслуживания предприняли Пономарева Т. А. и Супрягина М. С., однако предлагаемый ими метод базируется на системе показателей, характеризующих лишь объем оказанных услуг, то есть не связан непосредственно с процессом обслуживания [7].

Процесс обслуживания потребителей связан с важнейшими экономическими показателями деятельности предприятия сферы услуг. Эффективность данного процесса прямо влияет на объем реализованных услуг, сумму дохода и прибыли, развития предприятия в целом. В связи с чем особый интерес представляет рассмотрение следующих экономических показателей:

– среднее время, проведенное потребителем на предприятии – поставщике услуг [2];

– среднее эффективное время, проведенное потребителем на предприятии – поставщике услуг (показывает, какое количество времени потребитель тратит эффективно на принятие решений, выбор услуги и т. д.). Этот показатель определяется как разница между общим временем, проведенным на предприятии – поставщике услуг, и временем, проведенным в отделе сдачи или приемки, у кассы и т. д. [2];

– доля посетителей, сделавших заказ, в общей массе посетителей предприятия – поставщика услуг;

– средний размер заказа. Это один из наиболее важных показателей предприятия сферы услуг, рост которого при неизменных условиях означает рост прибыли для предприятия;

– средний размер прибыли с одного заказа;

– среднее количество наименований услуг в одном заказе (показатель, характеризующий возможности удовлетворения разнообразных потребностей);

– доля обслуживающего персонала в общей численности работников предприятия – поставщика услуг;

– средний размер добровольных вознаграждений обслуживающего персонала (так называемые чаевые).

Говоря о качестве обслуживания, нельзя не затронуть вопрос его эффективности. Как известно, эффективность представляет



собой величину эффекта, приходящуюся на единицу осуществленных затрат. Улучшение обслуживания имеет экономический и социальный эффект. Социальный эффект характеризуется увеличением свободного времени у населения в результате улучшения обслуживания. При расчете социального эффекта учитывается экономия времени населения, получаемая при внедрении прогрессивных форм и методов обслуживания, обеспечивающих сокращение времени на оформление и получение заказов; сокращении количества заказов, не выполненных в установленный срок; увеличении количества срочно исполненных заказов. Социальный эффект  $\mathcal{E}_c$  можно определить по формуле:

$$\mathcal{E}_c = \sum_{j=1}^m d_j f_j C,$$

где  $m$  – количество факторов, обуславливающих экономию времени на получение услуг;

$d_j$  – средняя экономия времени потребителя на получение единицы услуг в результате действия  $j$ -го фактора, час;

$f_j$  – количество заказов, по которым достигается экономия времени потребителей в результате действия  $j$ -го фактора, ед.;

$C$  – стоимостная оценка 1 часа свободного времени трудящихся, руб.

Экономический эффект  $\mathcal{E}_э$  определяется приростом прибыли (снижения себестоимости), который получается при внедрении мероприятий по улучшению обслуживания:

$$\mathcal{E}_э = \sum_{j=1}^m \Delta \Pi_j - E_n \Delta K,$$

где  $m$  – количество показателей, характеризующих качество обслуживания;

$\Delta \Pi_j$  – прирост прибыли в результате улучшения  $j$ -го показателя качества обслуживания, руб.;

$E_n$  – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений;

$\Delta K$  – дополнительные капитальные вложения, связанные с повышением качества обслуживания, руб.

Важно обратить внимание на следующий факт: чем больше потребителей удовлетворены обслуживанием, тем проще предприятию добиться стабильности и экономической результативности деятельности. Однако эффективное обслуживание – это не только конкурентное преимущество,

но и дополнительные затраты. Экономический эффект определяется на основе данных по приросту прибыли и дополнительных капитальных вложений. Улучшение обслуживания потребителей и достижение соответствующего имиджа предприятия сферы услуг в этой области повышают его рыночную стоимость.

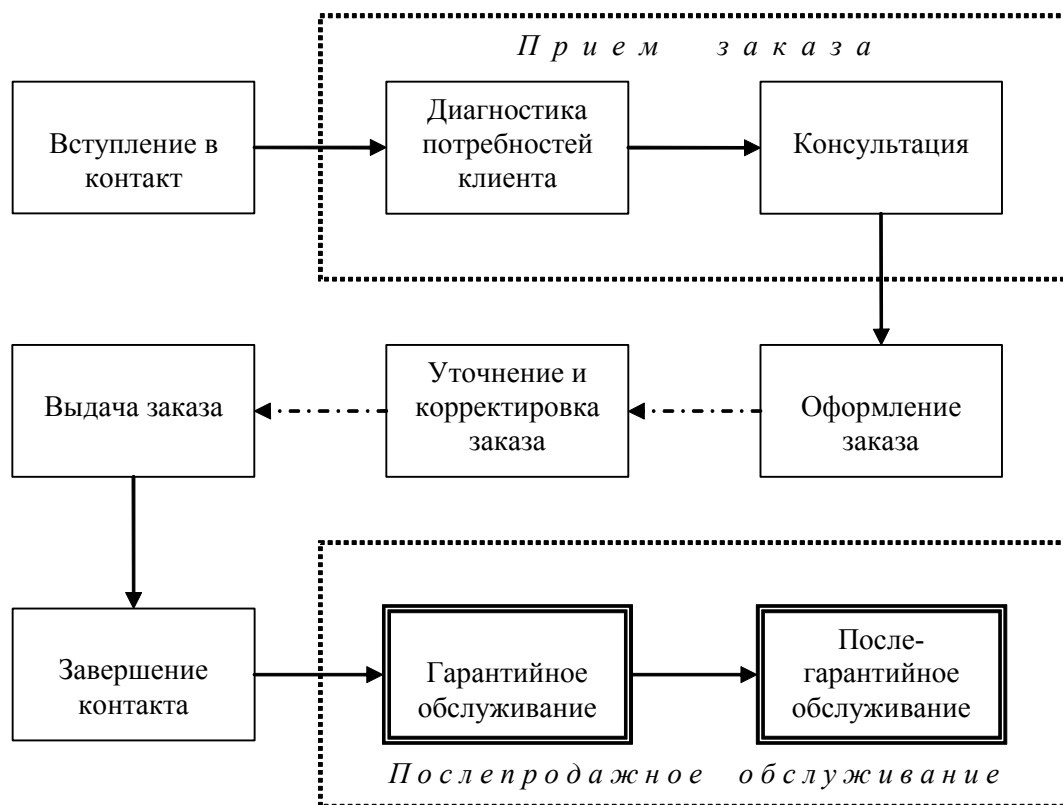
Вопросу оценки удовлетворенности потребителей посвящено достаточно большое количество научных трудов. Описание общей процедуры оценки уровня удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей предлагает Ж.-Ж. Ламбен [5]. Она основывается на концепции мультиатрибутивной модели отношения и включает в себя три этапа. На первом этапе оценивается общая удовлетворенность обслуживанием. На втором этапе оценивается удовлетворенность по каждой характеристике процесса обслуживания и ее важность. Перечень характеристик (атрибутов) индивидуален для каждого предприятия сферы услуг, что объясняется спецификой предоставляемых услуг. Напомним, что процесс обслуживания в общем виде состоит из следующих этапов (рис. 2).

Длительность процесса обслуживания зависит от вида услуг и может колебаться от нескольких минут (прием больного врачом) до нескольких лет (образовательная услуга школы). Необходимо отметить, что предложенная схема процесса обслуживания является весьма условной. На практике количество этапов может быть сокращено до минимума (например, процесс предоставления услуги парковщика автомобилей может включать в себя только один элемент процесса обслуживания – вступление в контакт) или увеличено за счет неоднократного их повторения (например, в процессе предоставления услуг ателье может потребоваться несколько примерок). Также возможно совмещение нескольких этапов. Количество атрибутов строго не регламентировано, однако оптимальным считается вариант с тремя-пятью атрибутами, приходящимися на каждый этап.

Следующим шагом оценки удовлетворенности потребителя процессом обслуживания является определение намерения повторного обращения.

Для анализа полученных результатов рассчитываются средние значения по удовлетворенности в целом и по каждому атрибуту и среднеквадратические отклонения, которые позволяют оценить разброс мнений респондентов. Кроме того, дополнительно производится оценка соотношения

удовлетворенности/важности. Она показывает, насколько высок уровень удовлетворенности по наиболее важным характеристикам, оказывающим решающее влияние на выбор потребителя, и по остальным характеристикам.



**Рис. 2.** Этапы процесса обслуживания на предприятиях сферы услуг

условные обозначения:  
 —————> процесс обслуживания  
 - - - - -> производственный процесс

С целью помощи руководителю в разработке стратегии предприятия сферы услуг и решении задач обеспечения удовлетворенности потребителей предлагается дополнить данный метод некоторыми расчетами. Инструмент, позволяющий описать, удовлетворение каких потребностей оставляет потребителя равнодушным, неудовлетворенным либо приводит его в восторг, – теория привлекательного качества. Данная теория разработана японским профессором Нориаки Кано в 1982 году [10]. Главный принцип теории Кано: для некоторых атрибутов удовлетворенность потребителя прямо пропорциональна степени присутствия атрибута, для некоторых атрибутов такой

линейной зависимости нет. Результатом применения метода Кано является разбивка атрибутов на 4 группы:

1. Необходимые (must-be): те атрибуты, при отсутствии которых потребитель даже не рассматривает данный товар или услугу как альтернативу. В то же время наличие данных атрибутов не приводит к высокой удовлетворенности покупателя, поскольку рассматривается покупателем как нечто само собой разумеющееся.

2. Линейные, или одномерные (one-dimensional): те атрибуты, для которых удовлетворенность потребителя тем выше, чем в большей степени присутствует данный атрибут.

3. Привлекательные (attractive): отсутствие данного атрибута воспринимается потребителем нейтрально и не препятствует выбору, однако его присутствие резко увеличивает удовлетворенность потребителя.

4. Безразличные (indifferent): эти атрибуты не имеют значения для потребителя и не

влияют на потребительский выбор. Вместе с тем они часто ошибочно рассматриваются как значимые производителем (продавцом).

Зависимость между степенью присутствия атрибута в товаре или услуге и степенью удовлетворенности потребителя проиллюстрирована на диаграмме (рис. 3).

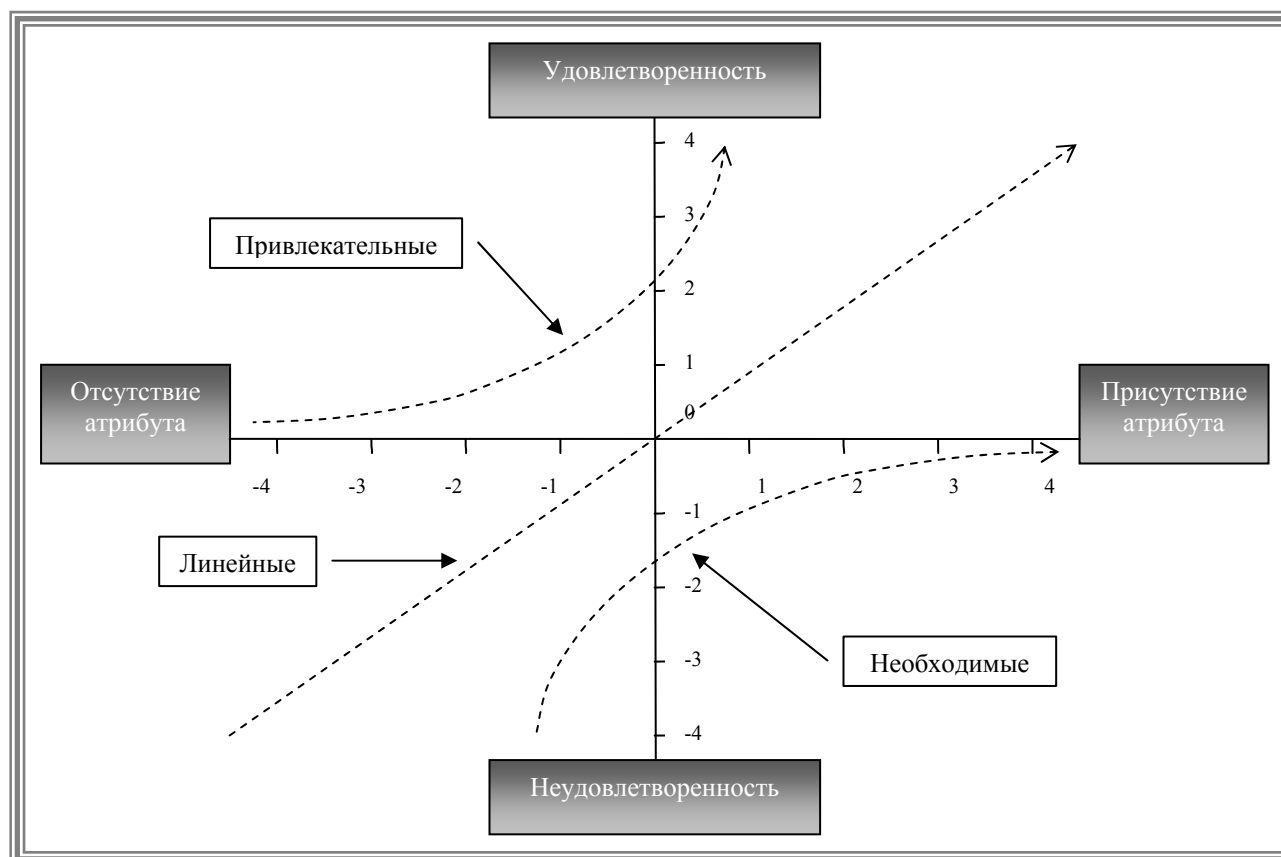


Рис. 3. Диаграмма Кано

Помимо указанных категорий, применение метода Кано также обычно приводит к выделению группы обратных (reverse) и сомнительных (questionable) атрибутов. Обратные – атрибуты процесса обслуживания, для которых удовлетворенность потребителя обратно пропорциональна степени присутствия атрибута. Сомнительные – противоречивый результат применения метода Кано.

Атрибуты процесса обслуживания относят к категориям Кано на основе опроса потребителей. По каждому атрибуту задается 2 типа вопроса:

1. Позитивный: Если атрибут N присутствует в процессе обслуживания, как вы к этому отнесетесь?

2. Негативный: Если атрибут N отсутствует в процессе обслуживания, как вы к этому отнесетесь?

По каждому вопросу предлагаются пять вариантов ответа:

- 1) мне это нравится;
- 2) это абсолютно необходимо;
- 3) для меня это не имеет значения;
- 4) я это спокойно воспринимаю;
- 5) меня это не устраивает.

В зависимости от ответов атрибут относят к определенной категории Кано. Для этого ответы респондентов сопоставляются с таблицей Кано: ответ по позитивной части (присутствие атрибута, правая колонка) сопоставляется с ответом по негативной части вопроса (отсутствие атрибута, верхняя строка таблицы):

Атрибут		Отсутствует				
		нравится	необходимо	не имеет значения	спокойно воспринимаю	не устраивает
Присутствует	нравится	Q	A	A	A	O
	необходимо	R	I	I	I	M
	не имеет значения	R	I	I	I	M
	спокойно воспринимаю	R	I	I	I	M
	не устраивает	R	R	R	R	Q

Условные обозначения:

A: привлекательный (attractive)

M: необходимый (must-be)

R: обратная зависимость, чем выше степень присутствия атрибута, тем ниже удовлетворенность (reverse)

O: линейный (one-dimensional)

Q: сомнительный результат (questionable result)

I: безразличный (indifferent)

Синтез двух вышеприведенных методик позволяет нам не только рассчитать уровень удовлетворенности потребителей процессом обслуживания, но и помогает определить взаимосвязи между изменениями этого процесса, динамикой рынков и данным уровнем, а также согласовать подходы предприятий сферы услуг к разработке и совершенствованию процесса обслуживания с интересами и взглядами потребителей.

Следует отметить, что рассмотренное в данной статье применение метода Кано к процессу обслуживания на предприятиях сферы услуг является одним из первых в мировой практике. Доступные примеры

применения метода Кано на рынке услуг ограничиваются двумя: услуги гостиниц и фитнес-центров, оба были выполнены в США. Все другие исследования на основе метода Кано, опубликованные в западной маркетинговой литературе на настоящий момент, относятся к товарам.

Таким образом, мы рассмотрели схему формирования удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг и предложили методики оценки удовлетворенности персонала, качества обслуживания и удовлетворенности потребителей процессом обслуживания на предприятиях сферы услуг.

Развитие теории и практики управления обслуживанием, очевидно, невозможно без соответствующей методической базы. Изучение, совершенствование и разработка методик исследования путей повышения качества обслуживания является дальнейшим направлением развития теории и практики управления обслуживанием на предприятиях сферы услуг.

#### *Библиографический список*

1. Asubonteng P., McCleary K. J., Swan J. E. SERVQUAL revisited: a critical review of service quality // *Journal of Services Marketing*. – 1996. – Vol. 10, 6. – P. 62-81.
2. Васильев Г. А., Сенина Н. А. Повышение качества обслуживания в розничной торговле // *Маркетинг*. – 2007. – № 2 (93). – С. 70-77.
3. ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения».
4. Кулагин О. Методика оценки удовлетворенности персонала // *HR-менеджмент*. – 2009. – № 1-2.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
6. Лопатинская И. В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2002. – № 3.
7. Пономарева Т. А., Супрягина М. С. Как на практике оценить качество через количество // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2004. – № 2 (40). – С. 51-63.

8. Пономарева Т. А., Супрягина М. С. Качество услуг: качественные параметры оценки // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1 (45). – С. 47-58.

9. Предводителяева М. Д., Балаева О. Н. Подходы к управлению качеством услуг: фокус на потребителе // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 2. – С. 90-97.

10. Цысарь А. Японский метод Кано – инструмент для разработки и модификации товаров и услуг // Новый маркетинг. – 2002. – № 7.

---

**L. V. Kuznetsova\***

*\*Kuznetsova Ludmila Vladimirovna, post-graduate student, assistant, chair «Economics, organization and commercial activity», Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: vbkfbz5000@rambler.ru*

**METHODICAL PROVISION OF THE ESTIMATION  
OF CUSTOMERS SATISFACTION LEVEL BY SERVICE PROCESS  
AT THE SERVICE ENTERPRISES**

*Key words: customer satisfaction, personnel satisfaction, service process quality, sphere of the services, estimation procedure.*

*In the article the shaping circuit of customers satisfaction by service process at the service enterprises is considered; methods of the estimation of customers satisfaction, quality of service and personnel satisfaction by service process at the service enterprises are offered.*

---

© Кузнецова Л. В., 2010

**А. Н. Коновалова\***

\*Коновалова Анастасия Николаевна, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова:* управление, интеллектуальный потенциал, предприятие сферы услуг, имидж услуги.

В статье предлагается методика оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг. Наименее разработанным и поэтому представляющий наибольшим интерес является показатель известности и имиджа, который положен в основу данной методики.

Концептуальную методику оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг представим на рис. 1. Ее внедрение в практическую деятельность поставщиков

услуг позволяет решить те проблемы развития предприятий сферы услуг, которые возникают в процессе управления интеллектуальным потенциалом.



**Рис. 1.** Концептуальная методика оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг

Рассмотрим основные направления исследования, в которых может проводиться оценка эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг:

- Оценка действий по реализации новых функций управления интеллектуальным

потенциалом предприятий сферы услуг оказывает наибольшее воздействие на конечный результат данного процесса, так как предполагает оценку эффективности аккумуляирования интеллектуальных ресурсов, выявления и распространения имеющейся

информации и опыта, создание предпосылок передачи и усвоения знаний.

- Оценка действий по формированию, освоению и передаче интеллектуальных ресурсов включает в себя оценку результативности управления творческим потенциалом, коммуникаций и социальной ответственности.

- Оценка тенденции управления нематериальными активами показывает, в какой степени выполнение новых управленческих функций помогает потребителю удовлетворить возникшую потребность в услугах. Оценка этих результатов помогает определить экономическую целесообразность вложенных средств в процесс формирования и освоения интеллектуального потенциала.

Оценивая эффективность управления интеллектуальным потенциалом предприятия по критериям затрат или прибыли, услугодатель может воспользоваться одним из трех подходов:

- Достижение определенных целей к определенным срокам.

- Соотнесение тенденций с планом или с расчетными данными.

- Выборочная проверка деятельности на предмет необходимых изменений (превращение нисходящей тенденции в восходящую).

Усилия по оценке эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг предлагается оценить по значительным изменениям поведенческого поведения потребителя, которые являются прямым следствием обозначенного процесса

В числе критериев оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг рассматриваются реакции отдельных потребителей и системы потребителей в целом на процесс реализации сервисного продукта.

Изменение этих реакций отражается в отношениях, установках и точках зрения на те или иные моменты потребителей.

Предметами оценки могут быть следующие реакции:

- Отношение потребителей к поставщику услуг.

- Оценка величины разрыва между ожидаемой и воспринятой удовлетворенностью от потребления услуги.

- Оценка потребителем качества услуг.

- Реакции потребителей на стимулирующие воздействия.

- Уровень удержания потребителей.

- Доходность новых потребителей в сравнении с постоянными клиентами и др.

Существенное влияние на эффективность управления интеллектуальным потенциалом оказывают источники данных, поэтому представленная методика предполагает их исследование.

Информационную базу формируют следующие носители:

- независимые источники информации (периодика, специализированные издания, статистические сборники и т. п.);

- потребитель;

- система потребителей;

- специалист, решающий управленческие проблемы потребителей.

Независимые источники могут оказать значительное влияние на эффективность управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг и сформировать сильную заинтересованность в начале данного процесса, его течении и успешном завершении.

Вывести проблему усиления эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг на приоритетные позиции также может так называемый спонсор, в лице которого выступает городской совет, исполнительский комитет, совет директоров и т. п.

Потребитель как носитель информации утверждает или отклоняет различные действия в рамках управления интеллектуальным потенциалом поставщика услуг через заполнение опросных листов, а также посредством потребления услуг.

Система потребителей подразумевает под собой индивидуума или группу людей, принимающих непосредственное участие в разработке программы развития интеллектуальной деятельности предприятия или являющихся ее объектом.

Специалист, решающий управленческие проблемы потребителей, – это человек, чей интеллектуальный потенциал оплачивает потребитель. Он может быть внешним или внутренним по отношению к поставщику услуг; можно также одновременно прибегать к помощи внутренних и внешних специалистов.

Определение источников данных, необходимых для осуществления оценки эф-

фektivности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг, по нашему мнению, важно дополнить набором возможных инструментов для сбора информации.

В рамках данной методики предлагаются следующие методы выявления и аккумуляции необходимых данных:

1) метод наблюдений за индивидуальным и групповым поведением с фиксацией его отношения к запланированной работе. В качестве результата подобных действий могут выступать блок-схемы; деревья принятия решений, сетевые графики;

2) анкетирование проводится с использованием специально разработанных или типовых анкет, в которых респондентов просят дать письменные ответы относительно установок, точек зрения, мнений и восприятий;

3) интервьюирование индивидуальное или групповое, личное или по телефону проводится для глубокого выявления восприятий, идей и чувств респондентов;

4) документирование предполагает использование архивных, текущих и специальных записей с целью отслеживания тенденций и изменений, вызванных процессом управления интеллектуальным потенциалом поставщиков услуг;

5) инструментальные методы включают средства, созданные специально для получения индивидуальной обратной связи о ситуации и для создания основы для оценочных дискуссий между потребителем, системой потребителя и предприятием, разрабатывающим решения обозначенной управленческой проблемы.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить тот факт, что исследования на тему оценки эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг важны как для услугодателя, проектирующего управленческие решения относительно интеллектуального потенциала, так и для самого потребителя.

Тем не менее в числе факторов, препятствующих проведению подобного рода оценок, как показал опрос и менеджеров предприятий, и потребителей, отмечаются:

- ограниченность временных ресурсов;
- отсутствие критериальной базы;

- неспособность менеджеров услугодателя и потребителя четко сформулировать ожидания потребителя;

- ограниченность финансовых ресурсов на проведение исследований;

- необходимость убеждения вышестоящего руководства;

- отсутствие эффективных методов и методик исследований;

- потребность в адекватных средствах и ресурсах;

- недостаточная кооперация между потребителем и услугодателем;

- масштабы исследования.

В развитие данной мысли нами предлагается рассмотрение в качестве эффективности одного из оценочных критериев количественной характеристики управления интеллектуальным потенциалом репутации поставщика услуг. Это обусловлено тем, что среди показателей, формирующих индикаторы эффективности управления интеллектуальным потенциалом поставщиков услуг и позволяющих контролировать уровень конкуренции на региональном рынке товаров и услуг, на наш взгляд, наиболее разработанным и поэтому представляющим наибольший интерес является показатель известности и имиджа. Потребители пользуются услугами поставщиков, которые, по их мнению, предлагают им большую ценность. Воспринимаемая потребителями ценность включает в себя ощущаемые ими выгоды от сформированного высокого имиджа поставщика услуг, цену услуги и расходы, которые несет потребитель после того, как он воспользовался услугой.

Высокая репутация услугодателя создает у потребителей чувство уверенности в правильности выбора пути удовлетворения возникающей потребности, позволяя при этом оператору рынка услуг иметь дополнительное конкурентное преимущество. Услугодатель, на наш взгляд, должен не только идти навстречу потребителям, но и опережать в этом своих конкурентов. В целом анализ конкуренции сводится к выявлению прямых и косвенных конкурентов конкретного поставщика услуг, определению их целей, проведению управленческого обследования слабостей выделенных конкурентов, формированию адекватных



стратегиям конкурентов направлений перспективного развития.

Рассмотрим четыре категории конкурентов. Прямые конкуренты предлагают аналогичные услуги тем же самым категориям потребителей, продуктовые – реализуют разным группам потребителей. Косвенные конкуренты оказывают различные услуги потребителям одной и той же отрасли. Невяные конкуренты – услугодатели различного профиля.

Для характеристики конкурентоспособности репутации поставщика услуг воспользуемся понятием эластичности, которое показывает способность одной экономической переменной реагировать на изменение другой. Чтобы избежать различий в толковании, возникающих при выборе различных единиц измерения, будем выражать все изменения в процентах. Обозначим через  $\varepsilon_{ik}$  перекрестную эластичность спроса на услугу оператора рынка товаров и услуг, имеющего имидж «i» по цене услуги «k», которая равна отношению процентного изменения величины спроса на услугу с i-м имиджем к заданному процентному изменению цены k-того услуги, тогда  $\varepsilon_{ik}$  вычисляется по формуле:

$$\varepsilon_{ik} = \frac{dQ_i}{dp_k} \cdot \frac{P_k}{Q_i}. \quad (1)$$

Формула (1) позволяет исследовать зависимость поведения на рынке услуги с i-м имиджем от k-ой, т. е. численное значение  $\varepsilon_{ik}$  может служить показателем конкурентоспособности оцениваемого продукта. Так, например, она позволяет определить изменение объема реализации оцениваемой услуги при понижении или повышении цены конкурента. Выражение (1) применяется при небольших изменениях цены и объемов реализации услуг Q. Возможность применения оценок конкурентоспособности при больших  $P_k$  и  $Q_i$  зависит от наличия статистических и прогнозных данных, позволяющих установить аналитическую зависимость  $Q_i = Q_i(P_k)$  с последующим применением формулы (1) в каждой точке изучаемого промежутка.

Коэффициент перекрестной эластичности может быть положительным, отрицательным или равным нулю. Если  $\varepsilon_{ik} > 0$  ( $\varepsilon_{ik} < 0$ ), то при повышении цены на продукт

с k-м имиджем увеличивается (уменьшается) спрос на аналогичные услуги с i-м имиджем, при понижении цены на продукт с k-м имиджем уменьшается (увеличивается) спрос на услуги с i-м имиджем. Если же  $\varepsilon_{ik} = 0$ , то повышение или понижение цены продукта с k-м имиджем не отразится на объеме реализации услуги с i-м имиджем.

Основным фактором, определяющим величину перекрестной эластичности спроса по цене, является отношение потребителей к услугам с определенным имиджем, представленным на рынке, и их способность замещать друг друга в потреблении. Если услуга с различным имиджем может с одинаковой востребованностью реализовываться для удовлетворения потребностей потребителя и риск переключения на услуги с другим имиджем невелик, то коэффициент перекрестной эластичности будет большой по абсолютной величине и положительный. Если же услуги исследуемого предприятия за счет реализации интеллектуального потенциала более эффективно удовлетворяют нужды потребителей, чем их конкуренты на постоянно меняющихся сегментах рынка, то перекрестная эластичность будет мала по абсолютной величине и даже может иметь отрицательный знак. Для получения отрицательного знака перекрестной эластичности руководителям поставщиков услуг необходимо детально разобраться в принципах удовлетворения потребителей и представить им большую полезность, чем конкуренты. Это имеет особенно большое значение, когда потребители переходят от единичного потребления услуги к комплексному решению проблем, предполагающему поставку системы услуг.

Коэффициент  $\varepsilon_{ik}$  рассчитывается периодически для разных уровней цен. Расчет может производиться раз в неделю или раз в месяц в зависимости от того, как часто меняются цены на услуги с разным имиджем, или от проведения различных маркетинговых мероприятий, эффективность которых нужно оценивать. Если абсолютное значение  $\varepsilon_{ik}$  мало либо  $\varepsilon_{ik} < 0$ , то услугодатель занимает прочные рыночные позиции. Вопрос о цене услуги в данном случае является второстепенным и услугодатель может направить свои усилия на увеличение

объема продаж. Если же  $\varepsilon_{ik} > 0$  и значение его нельзя считать малым (это определяется на конкретном сегменте рынка менеджером), то действия конкурента могут существенным образом повлиять на работу исследуемого поставщика услуг. В этом случае изменение объема реализации услуг исследуемого услугодателя влияет на ценовую политику всех операторов на рынке, для которых  $\varepsilon_{ik} > 0$  и  $\varepsilon_{ik}$  и  $|\varepsilon_{ik}|$  не мало. Дальнейшие исследования стратегий планирования объемов сбыта мы будем проводить для положительных значений перекрестной эластичности для различных категорий конкурентов. Результаты работы поставщика услуг при различных стратегиях оцениваются по знаку изменения приращения прибыли при изменении объемов реализации услуг.

Прибыль услугодателя представляет собой разность между величиной дохода и значениями переменных и постоянных издержек. Изменение прибыли поставщика услуг вычисляется по формуле (вычисления опускаем):

$$\Delta\Pi = \varepsilon_{ki} \beta P_k Q_k \left[ 1 + \frac{1}{\varepsilon_k} - \frac{J_{nep}}{Q_k P_k} + \beta \frac{\varepsilon_{ki}}{\varepsilon_k} \right], \quad (2)$$

где  $\varepsilon_{ki} = \frac{dQ_k}{dp_i} \cdot \frac{P_i}{Q_k}$ ,  $\varepsilon_k = \frac{dQ_k}{dp_k} \cdot \frac{P_k}{Q_k}$ ,  $\beta = \frac{dp_i}{p_i}$ .

Объясним выражения, стоящие в правой части формулы (2):

$\varepsilon_{ik}$  представляет собой отношение процентного изменения объемов реализации услуг, имеющих определенный имидж оцениваемой услуги, к процентному изменению цены конкурента;

$\varepsilon_k$  – эластичность спроса по цене оцениваемой услуги, т.е. отношение процентного изменения объема реализации исследуемой услуги к процентному изменению ее цены;

$\beta$  – процентное изменение цены конкурента;

$J_{nep}$  – переменные издержки исследуемого услугодателя.

Поскольку процентное изменение связано с процентным изменением объема реализации исследуемой услуги, то формула (2) может быть записана в виде:

$$\Delta\Pi = \alpha P_k Q_k \left[ 1 + \frac{1}{\varepsilon_k} - \frac{J_{nep}}{Q_k P_k} + \frac{\alpha}{\varepsilon_k} \right], \quad (3)$$

где  $\alpha$  – процентное изменение объема реализации услуг исследуемого услугодателя.

Правая часть (3) может быть представлена в виде квадратного трехчлена относительно  $\alpha$ . Легко видеть, что если эластичность услуг исследуемого оператора (поставщика услуг) при увеличении объемов реализации большая, что говорит об уровне имиджа, то процентное изменение объемов

реализации до значения  $\varepsilon_k \frac{J_{nep}}{P_k Q_k} - (1 + \varepsilon_k) > 0$

ведет к увеличению прибыли. Если же эластичность продукта исследуемого поставщика при уменьшении объемов реализации мала по абсолютной величине, что говорит о его уникальности, то процентное изменение объемов реализации до величины

$\varepsilon_k \frac{J_{nep}}{P_k Q_k} - (1 + \varepsilon_k) < 0$  также ведет к увеличению

прибыли.

Рассмотрим конкретную ситуацию на рынке банковских услуг. Значение перекрестной эластичности, по нашим расчетам,  $\varepsilon_{ik} = 1,45$  для основного конкурента на рынке. Изменение цены при расчетах эластичности составляло менее 15%. Основной конкурент увеличил цену на 5%, объем реализации услуг исследуемого поставщика увеличился на 7,25%. Объем реализации используемых услуг равен 29,5 млн руб., переменные издержки составляют 20 млн руб.

Изменение величины прибыли подсчитаем по формуле:  $\Delta\Pi = \frac{2,3}{\varepsilon_k} + 0,69$ .

Средняя ценовая эластичность услуг финансового посредничества при увеличении объема их реализации была равна 3,91, что говорит об их ценности. Приращение прибыли при этом составило 100000 рублей.

Если бы конкурент уменьшил цену на 5%, то объем реализации услуг финансового посредничества уменьшился бы на 7,25% и изменение величины прибыли составило  $\Delta\Pi = \frac{1,98}{\varepsilon_k} - 0,69$ .

Поскольку средняя эластичность исследуемой услуги при уменьшении объема реализации равна – 1,2, то  $\Delta\Pi = 960000$  руб.

Эффективность управления одной из составляющих интеллектуального потенциала

предприятий сферы услуг – имиджем ( $\mathcal{E}_{им}$ ) – определяется по формуле:

$$\mathcal{E}_{им} = \frac{\Delta\Pi}{\Delta Z} * 100, \quad (4)$$

где  $\Delta Z$  – дополнительные затраты на формирование, поддержание и повышение имиджа услугодателя.

Для рассматриваемой ситуации при  $\Delta Z = 360000$  руб. эффективность управления интеллектуальным потенциалом составляет:

$$\mathcal{E}_{им} = \frac{960000}{360000} * 100 = 266,67\%.$$

Предлагаемый метод позволяет оценить эффективность управления имиджем предприятий сферы услуг на конкретном сегменте рынка. При этом под эффективностью мы понимаем отношение увеличения поставщика услуг при увеличении или уменьшении объема реализации (цена на услугу определенного имиджа при этом меняется в соответствии с кривой спроса).

Таким образом, если  $e_k > \frac{1}{1 - \frac{J_{nep}}{P_k Q_k}}$  в слу-

чае увеличения объема реализации (услуга, имеющая определенный имидж, ценна),  $0 <$

$e_k < \frac{1}{1 - \frac{J_{nep}}{P_k Q_k}}$  в случае уменьшения объема

реализации (услуга, имеющая определенный имидж, уникальна), то прибыль от лю-

бых изменений реализации услуги, имеющей определенный имидж, увеличивается.

Если услуга на конкретном сегменте рынка удовлетворяет указанным выше условиям, то можно проводить любые мероприятия по изменению объема в указанных выше пределах. Иными словами, услуга обладает устойчивым положением на рынке, если имеет величину имиджевого капитала, дающую ей возможность успешно конкурировать на рынке.

Поэтому любые стратегии продаж и модели прогнозирования сбыта должны быть направлены на то, чтобы увеличивать ценность продукта в глазах потребителей, позиционировать ее таким образом, чтобы обеспечить воспринимаемую разницу между разноимиджевыми услугами при помощи решающих выгод, т. е. услуга воспринимается как услуга, обладающая уникальностью.

Контроль над имиджевым капиталом осуществляется с помощью изменения ценовой эластичности спроса в окрестности рыночного равновесия.

Итак, перекрестная и ценовая эластичности спроса являются теми количественными показателями, которые необходимо иметь всем заинтересованным службам услугодателя для анализа эффективности управления интеллектуальным потенциалом предприятий сферы услуг.

**A. N. Konovalova\***

\*Konovalova Anastasia Nikolaevna, postgraduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti

e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

#### METHOD OF ESTIMATION OF MANAGEMENT EFFICIENCY BY INTELLECTUAL POTENTIAL OF THE ENTERPRISES OF SPHERE OF SERVICES

*Key words: management, intellectual potential, an enterprise of sphere of services, image of service.*

*In the article the method of estimation of management efficiency by intellectual potential of the enterprises of sphere of services is offered. The least developed and consequently representing greatest interest is a parameter of popularity and image which is put in a basis of the given method.*

**Е. Н. Гутюк\***

*\*Гутюк Елена Назировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: E.N.Gutyuk@mail.ru

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТРАЕКТОРИИ РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА УСЛУГ**

*Ключевые слова: развитие, рынок услуг, моногород, безработица, виртуальная мобильность, социальный туризм.*

*В статье рассматриваются возможные направления развития современных моногородов на основе формирования рынка услуг. Основной проблемой современных индустриальных городов является недостаточный уровень диверсификации экономики, который позволял бы сделать экономику города более устойчивой. На примере анализа зарубежных городов представлены возможные варианты развития городского округа Тольятти.*

В настоящее время к моногородам относят города, в которых есть предприятия, на которых работает 25% экономически активного населения в рамках единого производственно-технологического процесса, или если на долю этих предприятий приходится свыше 50% объемов промышленного производства. Соответственно, для того чтобы лишить города данного статуса, необходимо увеличить количество предприятий и рабочих мест в рамках других направлений бизнеса.

В Большой советской энциклопедии термин «развитие» объясняется как необратимое, направленное, закономерное изменение материальных и идеальных объектов [1]. По мнению Л. Д. Гительмана, изменение подразумевает, что между двумя последовательными моментами времени имеются заметные различия [2. С. 347]. То есть мы видим, что развитие есть процесс изменений, обладающих определенными характеристиками.

А. Л. Гапоненко и В. Г. Полянский в своей работе подчеркивают, что развитие любого объекта – это особый вид изменений, отличающийся необратимостью и качественными преобразованиями, приводящими к возникновению его нового состояния [3. С. 15, 17]. В данном определении помимо уже отмеченных характеристик изменения мы находим новую характери-

стику – качественные преобразования. Более того, у некоторых авторов эта характеристика выступает ключевым понятием. Например, Л. Д. Гительман под развитием понимает процесс закономерного перехода объекта с одного качественного уровня на другой [2. С. 347]. При этом автор отмечает, что рост и развитие – не одно и то же, как, по его мнению, путают многие. Рост – это, строго говоря, увеличение размеров или числа. По мнению автора, он может происходить вместе с развитием или при его отсутствии. Развитие же, как было показано выше, Л. Д. Гительман тесно связывает с качеством. Автор также отмечает, что если рассматривать объект развития как систему, то под качественными изменениями нужно понимать возникновение новых устойчивых структурных составляющих – элементов, связей, зависимостей, т. е. процесс развития связан с преобразованием структуры системы.

Б. Л. Кучин и Е. В. Якушева говорят о том, что развитие можно рассматривать как совокупное изменение во взаимосвязи количественных, качественных и структурных категорий в системе [4. С. 6]. На наш взгляд, именно данное определение отражает суть понятия «развитие», при которой рост, характеризующийся количественными изменениями, также является развитием, но при условии его взаимосвязи с каче-

ственными и структурными категориями. Поскольку в действительности количественные изменения зачастую влекут за собой и качественные изменения, и структурные. Так, увеличение числа малых предприятий в неприоритетных отраслях, например открытие ломбардов, характеризуется как количественные изменения в сфере малого предпринимательства, и, по мнению Л. Д. Гительмана, нельзя определить как развитие. В то же время, с одной стороны, этот процесс ведет за собой и некоторые качественные изменения – увеличение числа рабочих мест в регионе, увеличение налоговых поступлений от малого бизнеса в региональный и федеральный бюджеты и пр. С другой стороны, эти количественные изменения влекут за собой и структурные преобразования – появление новых связей и зависимостей в системе государственной поддержки малого предпринимательства в регионе. Именно поэтому данный процесс, на наш взгляд, можно охарактеризовать как развитие малого предпринимательства.

В работе И. В. Блауберга и Э. Г. Юдина авторы характеризуют развитие как такую смену состояний, в основе которой лежит невозможность по тем или иным причинам сохранения существующих форм функционирования. По их мнению, здесь объект как бы вынужден выйти на иной уровень функционирования, прежде недоступный и невозможный для него, а условием такого выхода является изменение организации объекта [5. С. 1787]. Здесь мы видим, что в рамках функционирования организация системы в отличие от процесса развития остается прежней. В свою очередь, функционирование А. П. Панкрухин и А. Л. Гапоненко определяют как обычную работу, деятельность, жизнедеятельность (организма, механизма, учреждения), выполнение функций, обязательных для продолжения существования. По мнению авторов, функционирование – это выполнение стандартных операций в относительно неизменных условиях [6. С. 11]. То есть глагол функционировать означает действовать, быть в действии, исполнять обязанности. Функционирование и развитие – две стороны одного процесса. Иногда трудно провести границу между ними, в то же время из ра-

боты И. В. Блауберга и Э. Г. Юдина становится ясно, что они являются относительно самостоятельными сторонами бытия объекта.

А. Л. Гапоненко и А. П. Панкрухин говорят о том, что развитие может проявляться в осуществлении новой комбинации уже известных вещей, сил и процессов. При этом они отмечают, что новая комбинация может появиться в результате применения принципиально новых процессов и технологий, а может быть получена и посредством небольших и относительно малых усовершенствований [6. С. 12]. На основании рассуждений авторов мы пришли к выводу о том, что система переходит на новый качественный уровень под воздействием внешней среды.

А. А. Беляев и Э. М. Коротков различают прогрессивное развитие как изменение качества системы от низшего к высшему или от менее совершенного к более совершенному; и регрессивное изменение системы, которое предполагает снижение качественного уровня, падение ее качественных и количественных характеристик [7. С. 75-76].

Таким образом, на основании представленных определений и рассуждений относительно понятия «развитие», мы можем сделать вывод о том, что трактовать поддержку моногородов как создание условий для развития моногорода неверно. Термин поддержка моногорода соотносится с понятием функционирования моногорода с целью придержать его на данном уровне, не давая упасть, прекратиться и пр. Но поскольку развитие объекта отличается от его функционирования, то поддерживать моногород не значит развивать его. Поэтому, на наш взгляд, государственная поддержка моногорода заключается прежде всего в обеспечении устойчивого функционирования субъектов бизнеса моногорода.

В настоящее время встает серьезный вопрос прогнозных оценок дальнейшего развития города. На практике используют различные методы прогнозирования, одним из которых является метод исторической аналогии. Если раньше причиной регрессивного развития города являлись природные или военно-политические причины, то в настоящее время на первое место выходят причины экономического характера.

Так, французский регион Овернь начал приходить в упадок в 80-е годы XX века после 30 лет процветания, когда сельское хозяйство переживало спад, а гигантский производитель покрышек «Мишлен» (20100 рабочих) объявил о значительных сокращениях персонала. В результате 10 тыс. жителей покинули город в 80-е годы, исчезли 23 тыс. рабочих мест [8].

В 50-е годы прошлого века Детройт был автомобильной столицей Соединенных Штатов. Здесь находились заводы Ford, General Motors, Chrysler. В связи с падением спроса на автомобили в 80-е годы город стал приходить в упадок. В поисках более дешевой рабочей силы General Motors начали перемещать заводы в Мексику. В результате этого многие жители Детройта потеряли работу. В 2008 году он был признан самым неблагополучным городом Америки по всем основным показателям: уровню преступности, безработице, безграмотности населения и экологии. Если население Детройта в 1950 году составляло 1,8 миллиона человек, то в 2007-м – всего 800 тысяч. Банкротство General Motors фактически стало смертным приговором для экономики Детройта. Сегодня найти работу в городе практически невозможно. Уровень безработицы в штате Мичиган за последний год вырос вдвое, достигнув 14%, а в самом Детройте – более 20%.

Город Кастлфорд (Северный Йоркшир) ранее был угольным моногородом, но в 1980–1990-е годы шахты закрылись, официальная безработица составила 20%. В настоящее время город развивается за счет работы фабрики по производству одежды Burberry. Поблизости от Кастлфорда работает крупнейшая крытая снежная трасса,

куда приезжают сноубордисты со всей Европы, также доход жителям города приносит рядом находящаяся электростанция Феррибридж.

Бирмингем был моногородом, ориентированным на сборку автомобилей. С закрытием машиностроительных комплексов 25% населения осталась без работы, преступность и наркомания были на высоком уровне, дома заброшены, 50% населения выехали. В настоящее время в городе развивается туризм, построено современное качественное жилье, прекрасная культурная жизнь, спортивная арена. Усилиями властей и общественности промышленный центр превратился в настоящий европейский город.

Город Острава после открытия месторождений угля в середине XVIII века (1763 год) и с развитием собственной горнодобывающей промышленности в связи с закладкой металлургического завода «Витковице» долгое время характеризовался ростом населения, а также улучшением инфраструктуры и повышением культуры. Добыча угля в районе прекратилась в 1994 году, и крупный металлургический завод закрылся в 1998 году. Однако благодаря своей истории и работе, проведенной властями, Острава после закрытия завода постепенно превратилась в крупнейший туристический центр. Город даже получил премию за развитие туризма. Сейчас Оставский металлургический завод «Витковице» включили в новый список европейского культурного наследия.

Если рассматривать г. о. Тольятти, то он изначально формировался как город-завод. По мнению В. Иглина [9], город прошел в своем развитии несколько периодов развития (табл. 1).

Таблица 1

### *Периоды развития города Тольятти*

№ п/п	Годы	Наименование	Краткая характеристика	Изменение численности
1	1737–1950	Доиндустриальный	Строительство крепости, основная задачи – защита Волжского водного пути, приобщение крещеных калмыков к земледелию	Прирост за 213 лет на 12 тысяч человек
2	1950–1981	Индустриальный		

Продолжение табл. 1

№ п/п	Годы	Наименование	Краткая характеристика	Изменение численности
2.11	1950–1967		Строительство ГЭС и Северного промузла	Прирост за 31 год на 146 тысяч человек. Численность составляла 158 тысяч
2.2.	1967–1981		Строительство ВАЗа, Автозаводского района города и Тольяттиазота. Задача – формирование автомобильной столицы России и эталона социалистического города.	Прирост за 14 лет на 376 тысяч. Численность составляла 534 тысячи человек
3.	1981–2007	Функциональный (постиндустриальный)	Прекращается крупное промышленное строительство в связи с плохой экологической ситуацией, развивается городская инфраструктура. Задача – устойчивое производство продукции предприятий и улучшение жизни горожан	Прирост за 26 лет на 196 тысяч. Численность составляла 730 тысяч человек

Анализ развития европейских городов, которые столкнулись с проблемой дальнейшего существования моногорода, показывает, что одним из решений, которое позволило бы решить данный вопрос, является интенсивное развитие сферы услуг в регионе. Такой же вывод необходимо сделать на основе концепции постиндустриального общества, т. е. если все общество развивается по траектории доиндустриальное – индустриальное – постиндустриальное, то активно сосредоточивать усилия на развитии промышленного производства не имеет смысла.

Необходимо формировать новый имидж Тольятти. Например, Тольятти – город фестивалей. Ежегодно в городе проводится до десятка различных фестивалей самых разнообразных направлений. Самыми известными являются: фестиваль «Планета кино»; фестиваль «Барабаны мира»; фестиваль джаза им. О. Лундстрема; фестиваль электронной музыки и экстремального спорта «ГЭС»; фестивали восточных и этнических танцев «Анатолия» и «Музейный Пикник»; детский фестиваль гандбола и фестиваль ушу; Грушинский фестиваль авторской песни (проводится недалеко от города на Мاستрюковских озерах с 1968 года); Захаровский слет; рок-фестиваль «Движение»; рок-фестиваль «Русское поле». Так, в разное время Грушинский фестиваль собирал от 100 до 190 тыс. человек.

Недостаточный уровень информирования общественности о проходящих фестивалях в Тольятти, недостаточный уровень развития индустрии гостеприимства не позволяют в полной мере использовать туристский потенциал города. Необходимо развивать данное направление, и особую роль в данном вопросе может сыграть использование маркетинговых инструментов.

Можно сформировать имидж г. о. Тольятти – «Тольятти – здравница Самарской области» или Тольятти – российская Черногория.

В силу неразвитости индустрии гостеприимства в Тольятти достаточно перспективным является развитие социального туризма. Можно более активно привлекать средства Фонда социального страхования. Каждое предприятие перечисляет туда 5,4 процента от фонда зарплаты. 1,2 процента идет на санаторное лечение и содержание детских спортивных школ, т. к. приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного и социального туризма [10. С. 312].

В своей книге М. Б. Биржаков определяет, что «социальный туризм *social tourism* – чисто экономическая категория, разновидность любых видов туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условия для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и любым иным гражданам, которым

государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации и фонды, а также предприятия оказывают социальную поддержку при использовании их конституционного права на отдых» [11. С. 8].

В. В. Богалдин-Малых определяет социальный туризм как «отдых малообеспеченных слоев населения, который субсидируется системой социального страхования» [12].

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» социальный туризм («путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды») выделен как отдельный вид туризма наряду с внутренним, въездным и выездным [13].

Виды целей туристских предприятий:

- экономические – увеличение объема продаж, доли рынка, прибыли, конкурентоспособное лидерство;
- «эгоистические» – престиж, имидж, высокая репутация;
- социальные – социальный туризм, социальные программы, спонсорство, благотворительная деятельность [14].

Наибольшее число санаторно-курортных организаций в 2009 году находились в Южном федеральном округе – 28,8% от общего количества российских санаториев. Второе место по численности занимал Приволжский округ – 22%. Третье – Центральный федеральный округ, где сосредоточено 16% российских санаториев. Меньше всего санаторно-курортных организаций в Северо-Западном – 7,8% и Дальневосточном – 3,6% округах. Лишь 9% данных организаций расположены в УрФО. Данное распределение вполне соотносимо с природно-климатическими условиями в России.

Согласно Конституции России право на социальный туризм, то есть путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды, имеют как минимум такие категории населения, как семьи с несовершеннолетними детьми, дети, молодежь. Субъектами правовых отношений в «социальном туризме» являются само государство, с другой стороны – те, кто имеет право на социальное обеспечение со стороны государства. Таким образом, поддерживая данный вид отдыха, решается важная задача развития и самой туристской

рии, а именно привлечение в отрасль новых средств. Инвестиции помогут развить инфраструктуру – в первую очередь местных курортов – и увеличить востребованность лечебно-оздоровительных учреждений в межсезонье.

Развитие города как центра социального, молодежного и событийного туризма позволит привлечь туристов в город, создать новые рабочие места, обеспечить поступления в бюджет как регионального, так и федерального уровня. Влияние туристской сферы на экономику региона путем расчета «мгновенного мультипликатора» позволяет сделать вывод, что каждые 1000 рублей, потраченные туристом, принесли экономике региона 1240 рублей, то есть 1,24 руб. дохода на каждый рубль.

Безработица – одна из главных и самых острых проблем современного общества. Численность населения Тольятти составляет 720346 человек. Численность безработных граждан в начале 2010 года составляет 17 тысяч 547 чел., из которых 53,5% приходится на женщин, 36,3% – молодежь в возрасте до 30 лет, 12,7% – граждан предпенсионного возраста; 5,9% состоящих на учете безработных граждан имеют группу инвалидности.

Одно из решений, которые правительство предлагает в качестве возможных для снижения напряженности в моногородах, – это поддержка территориальной мобильности трудовых ресурсов, например жителям г. о. Тольятти предлагают переехать в такие города, как Калуга и Тихвин. Однако для этого необходимо обеспечить условия, способствующие росту территориальной мобильности трудовых ресурсов и капитала. Сюда относятся: развитие социальной инфраструктуры в районах с избыточными рабочими местами; дифференцированная политика в оплате труда; реализация программ, направленных на поддержку предприятий, готовых создавать новые рабочие места в районах с высоким уровнем безработицы, включая предоставление им налоговых льгот.

Поэтому в г. о. Тольятти необходимо создать и развивать систему образования, которая была бы способна быстро реагировать на изменение спроса на рабочую силу. Необходимо использовать на всех уровнях этой системы разнообразные формы повышения квалификации, переквалификации, подготовки и переподготовки по специаль-



ностям, на которые имеются свободные места. В развитых странах это делается в основном за счет государственного бюджета и средств предприятий. Город Тольятти можно превратить в крупный образовательный центр. При этом большие преимущества город может получить за счет привлечения средств федерального и областного бюджетов на создание в городе образовательной инфраструктуры: зданий для учебных учреждений, студенческого городка.

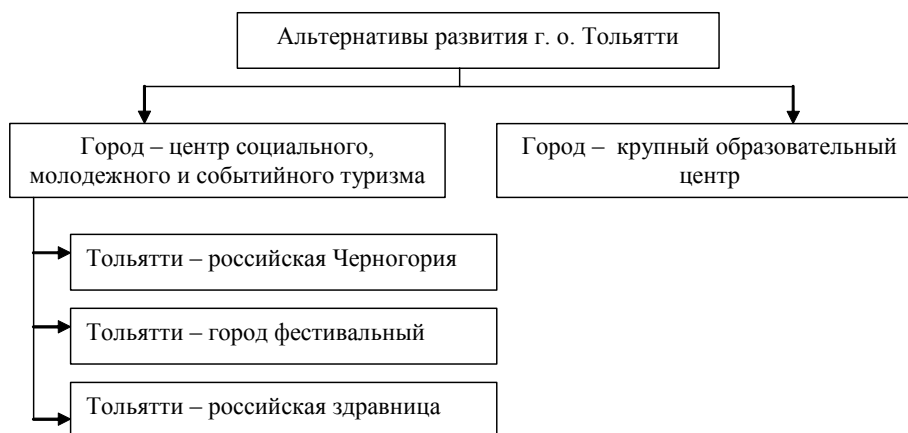
В современной литературе выделяют такие формы занятости, как стандартная и нестандартная. Под стандартной понимают занятость по найму в режиме полного рабочего дня на основе бессрочного трудового договора на предприятии или в организации, под непосредственным руководством работодателя или назначенных им менеджеров. В большинстве развитых стран такой «стандарт» закреплён законодательно. Все формы занятости (и трудовых отношений), отклоняющиеся от описанной выше, включая самозанятость, могут рассматриваться как нестандартные [15].

Массовый выход на рынок труда замужних женщин, пенсионеров и студентов расширил предложение «нестандартного» труда, создав тем самым значительный спрос на рабочие места с сокращенным рабочим временем и гибкими графиками работы. Значительная часть занятых в неформальном секторе не имеет постоянного контракта, работает не по найму, трудится неполное время и т. д.

Именно поэтому необходимо развивать возможности населения на рынке нестандартной занятости, в частности в рамках работы на виртуальных предприятиях. В данном случае речь идет о виртуальной мобильности населения. Работник может проживать на территории г. о. Тольятти, а работать в Интернете на предприятии, которое расположено в любом другом городе или даже стране. При этом нет необходимости затрачивать средства работника и государства на переезд, сохраняется та же жизненная среда (родственники, друзья, знакомые, места отдыха и т. д.), а все полученные доходы работник тратит на территории города.

Также очень важным является совершенствование информационного обслуживания работодателей и работников. Чем больший объем информации осваивается и распространяется структурами по управлению занятостью населения, тем подвижнее рынок труда.

Политика занятости как важнейшая составляющая социальной политики должна быть сфокусирована на проведении мер, способствующих созданию условий для возможно более полного использования потенциала трудовой и деловой активности трудоспособных граждан г. о. Тольятти, противодействующих обеднению населения и массовой безработице. Варианты развития моногородов на примере г. о. Тольятти представлены на рис. 1.



*Рис. 1. Альтернативы развития г. о. Тольятти*

По статистике не менее 7% экономически активного населения имеют все воз-

можности для занятия бизнесом, соответственно, может быть организовано не менее

32 тыс. малых и средних предприятий. В Тольятти в настоящее время всего 15,5 тысячи ИП и не более 1 тыс. работающих предприятий малого и среднего бизнеса. Соответственно, потенциально можно создать в два раза больше предприятий малого и среднего бизнеса.

В настоящее время 70% малых предприятий г. о. Тольятти оказывают услуги.

Именно услуги могут быть столь разнообразными, что предполагают удовлетворение разнообразных потребностей. Также разнообразие услуг позволяет расширить спектр создания возможных направлений бизнеса и тем самым диверсифицировать экономику моногорода.

*Библиографический список*

1. Большая советская энциклопедия. – 3-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1975. – Т. 21.
2. Гительман Л. Д. Преобразующий менеджмент: лидерам реорганизации и консультантам по управлению : учеб. пособие. – М. : Дело, 1999.
3. Гапоненко А. Л., Полянский В. Г. Развитие региона: цели, закономерности, методы управления : учебно-метод. пособие. – М. : Изд-во РАГС, 1999.
4. Кучин Б. Л., Якушева Е. В. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость. – М. : ЭКО, 1990.
5. Блауберг И. В., Юдин Э. Г. Становление и сущность системного подхода. – М. : Наука, 1973.
6. Гапоненко А. Л., Панкрухин А. П. Стратегическое управление : учебник. – М. : Омега-Л, 2004.
7. Беляев А. А., Коротков Э. М. Системология организации. – М. : ИНФРА-М, 2000.
8. Котлер Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стотгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
9. Шпагина Е. Вектор развития города // Городские ведомости. – 2008. – № 149 (914).
10. Дмитриев М. Н., Забаева М. Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М. : Юнити, 2006.
11. Биржаков М. Б. Введение в туризм. – М. – СПб. : Невский фонд, 2006.
12. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. – М. : МПСИ ; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2004.
13. Морозов М. А. Маркетинговое исследование российского рынка детского туризма // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2.
14. Экономическая стратегия фирмы / под ред. А. П. Градова. – СПб., 2002.
15. Нестандартная занятость в российской экономике / под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшниковой. – М. : ГУ ВШЭ, 2006.

***E. N. Gutyuk\****

*\*Gutyuk Elena Nazirovna, Cand.Econ.Sci., senior lecturer of «Economy, Organisation and Commercial Activity» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: E.N.Gutyuk@mail.ru

**FORECASTING OF THE TRAJECTORY OF DEVELOPMENT OF MONOCITIES  
ON THE BASIS OF FORMATION OF THE REGIONAL MARKET OF SERVICES**

*Key words: development, service market, mono-city, unemployment, virtual mobility, social tourism.*

*In article possible directions of development of modern monocities on the basis of formation of the market of services are considered. The basic problem of modern industrial cities is insufficient level of a diversification of economy which would allow to make economy steady. On an example of the analysis of foreign cities possible variants of development of Tolyatti are presented.*

УДК 687.053

**Г. В. Радюхина\***

*\*Радюхина Галина Викторовна, кандидат технических наук, доцент кафедры «Технология индустрии моды и управление качеством» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: rady-galina@yandex.ru

## **МЕТОД РАСЧЕТА ОБЪЕМА НЕЗАВЕРШЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГИБКИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ ПОШИВА ИЗДЕЛИЙ МЕЛКИМИ ПАРТИЯМИ**

*Ключевые слова: незавершенное производство, гибкое производство, гибкие производственные системы, группы деталей-узлов.*

*В статье описывается разработанный автором метод расчета показателей незавершенного производства при работе гибких производственных систем пошива изделий мелкими партиями при использовании метода группирования деталей и узлов с учетом различных видов запуска и длительности производственного цикла.*

В последнее время возросла необходимость более широкого развития в стране наукоемких технологий, позволивших ликвидировать отставание отечественной промышленности от зарубежной. В швейном производстве проблема заключается в поиске таких решений, когда при выпуске обычной ненаукоемкой продукции значительно повысить технический уровень и эффективность предприятий за счет задействования последних научных достижений как в области техники и технологии, так и области организации и управления производством в его основных процессах. Это сделает возможным переход на интенсивное развитие производства, когда с помощью меньшего количества машин и людей выпускается продукция больше и качественнее.

Швейное производство в последние годы характеризуется обостренной конкуренцией отечественных и зарубежных товаров, многоукладностью структур производства, устойчивой тенденцией к быстрому моральному старению одежды и, следовательно, быстрой сменяемостью моделей, изготавливаемых в производственных процессах. Таким образом, она должна достигаться не путем затратной перестройки производственных процессов, а путем рациональной организационно-технологической подготовки процессов, что особенно

важно для малых предприятий. Это требует перестройки швейного производства на основе применения так называемых гибких производственных систем (ГПС), которые нашли уже широкое применение в других отраслях народного хозяйства.

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.

Для швейных предприятий, большинст-

во которых относится к категории малых, осуществляющих пошив одежды широкого ассортимента с полным производственным циклом, важным показателем эффективности работы является объем незавершенного производства.

В общем случае при многооперационной обработке деталей-узлов и широком ассортименте швейных изделий расчет фактического объема незавершенного производства является довольно сложной задачей. Учитывая, что швейным предприятиям приходится постоянно менять размеры и другие характеристики партий изделий, целесообразно заранее, еще на этапе подготовки производства, оценивать влияние параметров запуска на уровень незавершенности производства, например, к концу рабочей смены, недели и т. д.

Особенно важно знать значение данного показателя при разработке производственных систем с гибкой организацией труда, компьютерным управлением основными технологическими процессами и предварительным планированием и корректированием производственного процесса по ходу его реализации.

Подобные системы разработаны в МГУС и ПВГУС в виде многооперационных швейных агрегатов, которые обладают свойством интеграции в гибкие производственные системы различной структуры (патенты РФ № 2073758, 2084571, 2087607, 2084571). Они позволяют применять различные формы организации производства, в частности поузловой способ обработки и сборки изделий.

Ритмичность работы таких гибких производственных систем зависит от состояния запасов деталей-узлов, а именно от их количества и готовности на момент сборки изделий. Расчет фактического объема незавершенного производства может иметь много частных решений, так как производственный процесс конкретного предприятия всегда индивидуален, но общий подход к данной проблеме, который применим не только на малых швейных фирмах, но и на крупных предприятиях легкой промышленности с существующей типовой организацией труда.

Автором данной статьи совместно с

д.т.н., профессором МГУС В. А. Сучилиным разработан метод определения показателей незавершенного производства. Динамика изменения запасов подготовленных к сборке деталей-узлов представляется как функция времени их обработки и сборки. По графику можно легко подсчитать на любой момент производственного процесса количество деталей-узлов, ожидающих сборки. Количество готовых комплектов деталей-узлов может снижаться до нуля, что потребует наличия страховочного запаса деталей-узлов для предотвращения неритмичности процесса. При увеличении размеров партий запуска, естественно, растут сроки исполнения сборочных работ, а также будет увеличиваться уровень незавершенного производства. Для подобных гибких производственных систем желательно осуществлять ежедневный запуск, однако это требует более четкой работы заготовительных участков, систем управления и планирования процессов. Данный метод позволяет, изменяя размеры партий запуска, находить рациональный уровень незавершенности производства и тем самым улучшать показатели эффективности предприятий.

В качестве примера приведем алгоритм расчета для конкретных моделей одежды, для которых заранее была разработана технология изготовления при использовании метода группирования деталей и узлов.

Дневная потребность сборочного рабочего места при поузловом методе обработки и сборки составляет 4,5 комплекта, каждый комплект состоит из трех различных узлов (деталей). Подготовительно-заключительное время  $T_{пз1}=T_{пз2}=T_{пз3}=60$  минут одинаково для всех узлов-деталей в каждой группе узлов.

При запуске партий по 90 узлов-деталей (практически месячная потребность) находим суммарную трудоемкость обработки 90 комплектов по формуле:

$$T_{пар} = T_{пз} + n \times T_{шт},$$

где  $n$  – размер партии;  $T_{шт}$  – штучное время обработки узлов-деталей.

Штучно-калькуляционное время  $T_{шт.к.}$  в расчете на один комплект равно:

$$T_{шт.к.} = \sum T_{пар} / n.$$

Эффективный фонд времени смены  $T_{э}$  принимаем равный 8 часов. Коэффициент

использования (загрузки) Кзаг определяют по формуле:

$$\text{Кзаг} = m \times \text{Тшт.к.} / \text{Тэ} \times k,$$

где  $m$  – количество комплектов в день;  $k$  – количество смен или агрегатов, необходимых для обработки узлов.

Штучное время обработки узлов-деталей, сгруппированных в первую группу узлов:

$$\begin{aligned} \text{Тшт1} &= 61,341 \text{ мин.}, \text{Тшт2} = 38,46 \text{ мин.}, \\ \text{Тшт3} &= 13,877 \text{ мин.} \end{aligned}$$

Находим суммарную трудоемкость обработки 90 комплектов первой группы узлов:

$$\text{Тпар1} = (60 + 90 \times 61,341)/60 = 93,01 \text{ час.}$$

$$\text{Тпар2} = (60 + 90 \times 38,46)/60 = 58,69 \text{ час.}$$

$$\text{Тпар3} = (60 + 90 \times 13,877)/60 = 21,82 \text{ час.}$$

$$\Sigma \text{Тпар} = 93,01 + 58,69 + 21,82 = 173,52 \text{ час.}$$

Штучно-калькуляционное время:

$$\text{Тшт.к.} = 173,52 / 90 = 1,9 \text{ час.}$$

Для обработки этих комплектов необходимо выделить один агрегат, работающий в две смены, или два агрегата – в одну смену с коэффициентом загрузки:

$$\text{Кзаг} = 4,5 \times 1,9 / 8 \times 2 = 0,53.$$

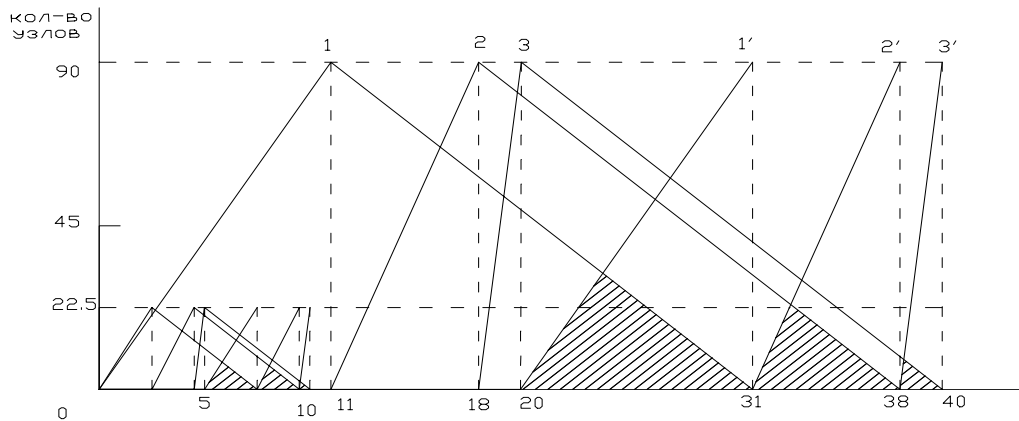
Динамика изменения запасов готовых узлов-деталей каждого комплекта в течение 20-дневного цикла показана на рис. 1. Ломаная линия, ограничивающая заштрихованную область, соответствует изменению запасов подготовленных комплектов и узлов-деталей. Видно, что одновременно в ожидании комплектовки и сборки находятся в общей сложности от 70 до 105 узлов-деталей. Из рисунка видно, что узлы-детали 1-го вида можно обработать за:

$$90 \times 61,341/60 = 92,01 \text{ час.}$$

На двух агрегатах при  $\text{Кзаг} = 0,53$  требуется:  $92,01 / 2 \times 8 \times 0,53 = 11$  дней.

То же для узла-детали 2-го вида:  $90 \times 38,46/60 = 57,69$  час., или  $57,69 / 2 \times 8 \times 0,53 = 7$  дней. Для узлов-деталей 3-го вида:  $90 \times 13,877/60 = 20,82$  час., или  $20,82 / 2 \times 8 \times 0,53 = 2$  дня.

Тут не учитывали  $\text{Тпз}$ . Вторичный запуск узлов-деталей начиная после 20-дневного цикла может быть уже не 90 узлов, а с учетом оставшихся.



**Рис. 1.** Динамика изменения запасов готовых узлов-деталей 1 группы в течение 20-дневного (месячного) и 5-дневного (недельного) цикла

- 0-1 – обработка узла-детали 1-го вида за 11 дней;
- 11-2 – обработка узла-детали 2-го вида за 7 дней;
- 11-3 – обработка узла-детали 3-го вида за 2 дня;
- 20-1' – вновь обработка узла-детали 1-го вида за 11 дней;
- 1-31 – расход узлов-деталей 1-го вида за 20 дней;
- 31-2' – вновь обработка узла-детали 2-го вида за 7 дней;
- 2-38 – расход узлов-деталей 2-го вида за 20 дней;
- 38-3' – вновь обработка узла-детали 3-го вида за 2 дня;
- 3-40 – расход узлов-деталей 3-го вида за 20 дней

На любой день начиная с 20-го по вертикали можно подсчитать сколько узлов-деталей находится в запасе. Видно, что

средства затратили на обработку этих узлов-деталей, но прибыль еще не получена. Также видно, что число отдельных узлов,

готовых к сборке, может снижаться до нуля, т. е. необходимо предусмотреть страховой фонд этих узлов-деталей. Далее предположим еженедельный запуск вместо ежемесячного, т. е. берем партию в 22,5 комплекта. Аналогично выполняем расчет.

Анализ по всем группам узлов показал, что в среднем при месячном цикле в запасе остается 79 узлов по каждой группе, при недельном запуске – 18,5, при ежедневном – 2 узла. При этом коэффициент загрузки изменяется в зависимости от величины партии и цикла обработки. При еженедельном запуске он увеличивается примерно на 3,5%, при ежедневном остается таким же, как и при ежемесячном.

Таким образом, с точки зрения сокращения объема незавершенного производства еженедельный запуск безусловно выгоднее ежемесячного, однако требует более согласованной работы в технологическом процессе.

Наиболее целесообразным является еже-

дневный запуск, так как объем незавершенного производства сокращается до оптимальной величины, обеспечивающей равномерность процесса производства, его гибкость.

Производство в условиях рынка может выжить лишь в том случае, если оно способно быстро менять ассортимент и количество выпускаемой продукции. Сейчас производство ориентируется на рынок. Становится возможным эффективный переход на мелкосерийное производство. Минимально необходимая величина запаса ведет к сокращению простоев оборудования. Это обеспечивается тем, что на рабочих местах постоянно имеются необходимые для работы материалы. В результате улучшается качество выпускаемой продукции.

В заключение надо отметить, что графическое отображение разработанного метода легко описывается линейными функциями, что важно для формализации многовариантных швейных процессов.

#### *Библиографический список*

1. Сучилин В. А., Радюхина Г. В., Архипова Т. Н. Методы повышения эффективности швейного оборудования предприятий сервиса : монография – М. : ГОУВПО «МГУС», 2007. – 227с.
2. Сучилин В. А., Радюхина Г. В. Гибкие производственные системы швейных предприятий сервиса : учеб. пособие. – М. : ГОУВПО «МГУС», 2002.

---

#### ***G. V. Radukhina***\*

*\*Radukhina Galina Viktorovna, PhD in Technique, Senior Lecturer of «Technology of Fashion Industry and Quality Management» department of Volga Region State University of Service, Togliatti e-mail: rady-galina@yandex.ru*

### **METHOD OF CALCULATING THE VOLUME OF THE WORK IN PROGRESS IN CONDITIONS OF FLEXIBLE INDUSTRIAL SYSTEMS OF PRODUCTS TAILORING IN SMALL LOTS**

*Key words: work in progress, flexible manufacture, flexible industrial systems, groups of detail-knots.*

*In the article the method of defining indicators of work in progress, developed by the author, is described. Work of flexible industrial systems of products tailoring in small lots using the method of details and knots grouping is studied, taking into account various kinds of beginning and duration of production cycle.*

УДК 37.339.1

**А. А. Гнutowa\***

*\*Гнutowa Анна Александровна, ассистент кафедры издательского дела и книготорговли Самарского государственного аэрокосмического университета имени академика С. П. Королева, г. Самара*  
e-mail: annagnutova@mail.ru

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В САМАРСКОМ РЕГИОНЕ

*Ключевые слова: образовательная услуга, регион, качество образовательных услуг.*

*В статье доказывається, что качество образовательных услуг становится гарантией привлекательности вуза и доверия к нему потребителей.*

В условиях нарастающей конкуренции на рынке образовательных услуг на успех могут рассчитывать лишь вузы, обеспечивающие образование наивысшего качества. Бурно изменяющийся мир коренным образом меняет отношение потребителей к высшему образованию, вынуждая изменяться и саму систему высшего и послевузовского образования. Качество образовательных услуг становится гарантией привлекательности вуза и доверия к нему потребителей. Причем с точки зрения потребителей образовательных услуг вузов, а это в настоящее время в основном население страны, привлекательным является тот вуз, который при наименьших затратах (умственных, физических и материальных) дает гарантию (или ее видимость на этапе поступления) безусловного получения престижного высшего образования.

В системе высшего образования как общественном институте прослеживаются все тенденции, отражающие насущные требования современности. Примером может служить то, что в 2009 г. на очную форму обучения в России зачислено 377 тыс. человек [<http://www.kreml.org/news/224296441>], и сейчас мы занимаем третье место в мире по числу студентов после Финляндии и Польши [4]. Этот пример говорит о многом, как с положительной, так и с отрицательной стороны.

Как видно, что и без того актуальная проблема оценки и управления качеством образовательных услуг усугубляется еще и тем, что за последние десятилетия высшее образование приобрело широкомасштаб-

ный характер. Повальное поступление огромного большинства выпускников школ в вузы стало вызывать растущее беспокойство государства, в том числе и за качество и эффективность вузовского образовательного процесса. Но как справедливо отмечает исследователь вопросов качества высшего образования С. И. Плаксий [1], о качестве образования все говорят, но никто точно не знает, что это такое и как его однозначно и четко определить и измерить.

Программный документ ЮНЕСКО «Реформа и развитие высшего образования» рассматривает качество образования как многостороннюю концепцию, охватывающую все основные функции и виды деятельности вуза и включающую в виде важной составляющей возможность выпускника быстро и эффективно включиться в трудовую деятельность в интересах общества, работодателя и для своей пользы.

Руководитель Исследовательского центра проблем качества подготовки специалистов Н. А. Селезнева так определяет понятие «качество высшего образования»: «Качество высшего образования (в широком смысле) – это сбалансированное соответствие высшего образования (как результата, как процесса, как образовательной системы) многообразным потребностям, целям, требованиям, нормам (стандартам); системная совокупность иерархически организованных, социально значимых существенных свойств (характеристик, параметров) высшего образования (как результата, как процесса, как образовательной системы)» [2].

В научном докладе «Теоретико-методологические основы качества высшего образования» А. И. Субетто дает следующее определение: «Качество высшего образования есть его соответствие целям высшего образования, национальной доктрине образования в Российской Федерации, требованиям социально-экономического развития Российского государства, повышения качества интеллектуальных и в целом человеческих ресурсов России, приоритетам технологического развития и в целом «экономики знаний», потребностям развития личности, требованиям обеспечения конкурентоспособности специалистов на рынке труда и в целом конкурентоспособности России».

По определению профессора Э. Короткова, «Качество образования – это комплекс характеристик профессионального сознания, определяющих способность специалиста успешно осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с требованиями экономики на современном этапе развития» [3].

Многие авторы определяют качество образования как качество функционирования системы образования. Однако некоторые специалисты трактуют его как достижение обучающимися заданного (нормативного) уровня знаний.

Зачастую при оценке качества образования в том или ином вузе используются количественные, формализованные показатели (количество профессоров, книг, научных исследований и т. д.), что приводит к субъективной оценке качества. Часто такой подход можно наблюдать при выстраивании рейтингов вузов.

На наш взгляд, качество образования должно оцениваться в соответствии с условиями, потребностями общества и личности не только в данный момент, но и с точки зрения его ориентированности на тенденции развития общества в будущем.

С. И. Плакий так трактует понятие «качество образования»: это, во-первых, качество образованности выпускников учебных заведений с точки зрения общественных потребностей самих выпускников, их подготовленности; во-вторых, система обеспечения качества образовательных услуг, включающая в себя основные структурно-

функциональные аспекты деятельности учебного заведения, влияющие на качество образования учащегося [1].

Анализируя понятие «качество образования» Л. В. Хасбутдинова [2] выделяет наиболее часто встречающиеся в настоящее время два подхода к оценке качества образования.

Первый подход – гуманистический, ориентированный на обеспечение потребности обучающегося в объективной оценке качества его образования. При данном подходе главный критерий качества образования – уровень самореализации личности в деятельности, в т. ч. и профессиональной. Здесь оценка качества предназначена для объективной фиксации результата подготовки специалиста. Сторонники гуманистического подхода выступают против отмены традиционных форм оценивания.

При гуманистическом подходе возможно и необходимо участие студентов в оценке качества преподавания, так как студенты, овладевая учебной дисциплиной, видят больше, чем кто-либо, как связаны качество преподавания и содержание обучения. Студенты больше кого-либо заинтересованы в совершенствовании качества процесса образования, так как им нужны качественные знания, опыт и способности.

Второй подход к оценке качества образования – технологический. Сторонники технологического подхода основными критериями качества образования считают внешние показатели: успеваемость, условия организации образовательного процесса, число научных исследований и др. Студент в этом подходе рассматривается прежде всего как «сырье» для образовательного учреждения и лишь затем как потребитель услуги образования, стоящий в одном ряду с равнозначными потребителями – предприятиями, организациями, государством. Основное предназначение системы образования в данном случае состоит в выявлении и обеспечении реальных потребностей потребителей образования путем отбора качественного «сырья» и доведения его до качественного «продукта».

Приверженцы технологического подхода утверждают, что традиционные экзамены и зачеты не эффективны. Как только студент прошел входной тест (т. е. был принят),



любой провал в завершении программы данной ступени образования должен рассматриваться как дефект качества обучения в вузе: либо входные испытания были негодными, либо качество образования вуза не учитывает некоторые проблемы студентов. Поэтому множественные испытания каждого студента по каждому из курсов в каждом семестре – это слишком большой объем испытаний, лучше каждый семестр выбрать случайно несколько студентов для испытаний, чтобы определить качество процесса обучения.

При технологическом подходе участие студентов в оценке качества преподавания исключено, так как студенты сами еще не овладели учебной дисциплиной, поэтому не имеют критерия для оценивания. Преподаватель и без их мнения видит качество овладения студентами этой дисциплиной или мнения студентов ему безразличны. Студентам же нравятся только нетребовательные преподаватели.

Несмотря на различия в двух подходах к оценке качества образования, есть общее в требованиях: оценка качества образования должна осуществляться по однозначным, понятным и лично значимым для студента, преподавателя, администратора, работодателя и других заинтересованных лиц критериям. Только при этих условиях можно рассчитывать на заинтересованное участие студента в овладении способами решения профессиональных задач, на высокий уровень самореализации выпускника вуза в трудовой деятельности. Студент должен быть обеспечен как общей информацией о связи обучения и основных профессиональных задач, которые ему предстоит решать в профессиональной деятельности, так и частной – о содержании и формах самоподготовки, об организации учебного процесса и др.

Измерить качество высшего образования, дать его целостную, объективную оценку в настоящее время очень сложно, т. к. все имеющиеся сегодня подходы ограничены и имеют свои недостатки. Оценивать текущие, итоговые и отдаленные результаты образования можно при наличии простых, ясных и удобных в обращении критериев оценки качества образования, которых

пока нет. Думается, что такие критерии появятся в результате дальнейшей работы вузов по сближению уж слишком разнородных гуманистического и технологического подходов к оценке качества образовательных услуг.

В настоящее время в российских вузах существует внутренняя и внешняя система оценки качества образовательных услуг.

Внутренняя система оценки качества образовательных услуг производится в вузах в формах итоговой и поэтапной аттестации обучаемых, входной оценки абитуриентов, психодиагностики, социодиагностики учебных заведений, а также самоаттестации учебных заведений и их подразделений.

Внешняя система оценки качества образования представлена международными и государственными институтами лицензирования, аттестации и аккредитации учебных заведений и сертификации определенных компонентов профессионального образования. Кроме того, происходит формирование общественных институтов аккредитации на базе различных научно-педагогических и научных ассоциаций и объединений.

В соответствии с требованиями Госстандарта и норм аккредитации для оценки качества высшего образования применяют несколько показателей:

- 1) качество педагогического персонала;
- 2) качество профессиональных образовательных программ;
- 3) качество обеспеченности информационно-образовательной среды;
- 4) качество знаний абитуриентов;
- 5) качество знаний студентов;
- 6) качество педагогической деятельности;
- 7) качество управления образовательным процессом в вузе.

Помочь дать комплексную оценку качества образования могут непосредственные потребители образовательных услуг – студенты, выпускники и работодатели. Для этого проводятся опросы студентов («Учебный процесс глазами студента», «Преподаватель глазами студента»), мониторинги трудоустройства выпускников, опросы работодателей о профессиональной подготовленности выпускников вузов.

В заключение можно еще раз отметить, что в условиях повышения требований го-

сударства и общества к качеству профессионального образования и обостряющейся конкуренции на рынке образовательных услуг, в частности высшей школы, успеш-

ная работа любого вуза невозможна без постоянного совершенствования его деятельности по улучшению качества образования.

*Библиографический список*

1. Плаксий С. И. Парадоксы высшего образования. – М., 2005. – С. 133.
  2. Хасбутдинова Л. В. Качество образования как элемент концепции качества жизни // Экономика образования. – 2005. – № 6. – С. 58-59.
  3. Коротков Э. Система комплексной оценки качества образования специалиста // Высшее образование в России. – 1995. – № 2. – С. 72-78.
  4. <http://www.kreml.org/news/224296441>.
- 

**A. A. Gnutova\***

*\*Gnutova Anna Alexandrovna, assistant lecturer of «Publishing and book distribution» department of Samara State Aerospace University named after Academician S. P. Korolev, Samara  
e-mail: annagnutova@mail.ru*

**MARKET TRENDS OF EDUCATIONAL SERVICES DEVELOPMENT  
IN SAMARA REGION**

*Key words: educational service, region, quality of educational services.*

*The article proves, that quality of educational services becomes the guarantee of university's popularity among students and consumers' credibility.*

---

© Гнудова А. А., 2010

УДК 658

**А. В. Ковтуненко\***

*\*Ковтуненко Анна Викторовна, ассистент кафедры «Экономика и управление» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: eu\_kovtunenکو@tolgas.ru

## **ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ**

*Ключевые слова: консалтинг, сфера услуг, стратегическая конкурентоспособность консалтинговых услуг, обеспечение стратегической конкурентоспособности.*

*Активное развитие рынка консалтинговых услуг и усиливающаяся конкуренция на нем требуют разработки новых подходов к обеспечению долговременных конкурентных преимуществ. В статье введено понятие стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг и рассматриваются актуальные проблемы ее обеспечения на основе векторно-адаптационного подхода.*

Тренд, характерный для современной мировой экономики, – увеличение доли услуг в ВВП развитых стран – в настоящее время актуален и для России. Социально-экономическая сфера страны в значительной степени подвержена сервисизации, что обуславливает активное развитие отрасли, появление новых услуг и форм обслуживания, сопровождение процессов производства и потребления каждого товара комплексом услуг. Сфера услуг сегодня представляет собой организационно-экономическую систему, включающую предпринимательские бизнес-структуры, деятельность которых направлена на удовлетворение персонализированных и деловых потребностей клиентов с помощью полезного результата своей деятельности.

Вместе с тем существенно изменилась структура рынка услуг: интенсивный рост в наибольшей степени свойственен сегменту деловых бизнес-услуг. Одно из центральных мест в структуре данного рынка занимают консалтинговые услуги, конкурентное предложение которых с каждым годом увеличивается. Растущая популярность консалтинговых услуг и бурное развитие отрасли привели к появлению большого количества исследований, посвященных различным аспектам функционирования рынка консалтинговых услуг. Однако до настоящего момента не сформирован стан-

дартизированный категорийный аппарат, отсутствует единое понимание дефиниции «консалтинг» и общепринятая классификация консалтинговых услуг.

Исследование существующих точек зрения на содержание консалтинга позволяет сделать вывод, что одно из наиболее развернутых определений сформулировано С. Э. Гончаровым [1. С. 48], который под консалтингом понимает «вид профессиональных услуг, представляющих собой процесс взаимодействия между клиентом и консалтинговой организацией, в ходе которого обеспечивается передача клиенту знаний и информации, составляющей суть решения идентифицированной в начале процесса взаимодействия проблемы».

Аудит, юридические и бухгалтерские услуги, IT-консалтинг, HR-консалтинг, реклама и PR, консалтинг в области управления проектами, информационный, экологический, муниципальный, социально-управленческий, логистический консалтинг, инжиниринг, коучинг и др. – классификационный перечень консалтинговых услуг достаточно широк [2; 3]. Кроме того, содержание и технологии предоставления многих консалтинговых услуг различаются в зависимости от отрасли, в которой работает предприятие-клиент.

Во многом именно благодаря большому разнообразию услуг в 2008 году развитие анализируемого рынка достигло своего пи-

ка: суммарная выручка 150 ведущих консалтинговых фирм России составила 77 млрд рублей, в то время как в 2000 году совокупный оборот крупнейших консультантов составлял всего 3,3 млрд рублей [4. С. 82]. Однако современные негативные тенденции, связанные с кризисными процессами в экономике, снижают саморегулирующую роль конкуренции на рынке консалтинга при одновременном обострении конкурентных противоречий. В данных условиях повышается уровень неопределенности результатов хозяйственной деятельности бизнес-структур и связанного с этим риска их неконкурентоспособности.

Указанное обстоятельство инициирует усиление активности консалтинговых предприятий в обеспечении устойчивого уровня конкурентоспособности. Следует отметить, что, несмотря на значительное количество публикаций по проблемам, связанным с различными аспектами конкурентоспособности, многие вопросы, касающиеся теории и методологии обеспечения конкурентоспособности консалтинговых услуг в долгосрочной перспективе, исследованы недостаточно полно: отсутствует стандартизированное определение, методика оценки и обеспечения. Значимость решения данных проблем для развития сферы услуг в целом и консалтингового бизнеса в частности и определяет актуальность исследования.

Профессор Р. А. Фатхутдинов [5. С. 12] отмечает, что в настоящее время в отечественной и мировой науке отсутствует термин «стратегическая конкурентоспособность». Ученый предлагает понимать под стратегической конкурентоспособностью объекта теорию, методологию и практику прогнозирования нормативов обеспечения конкурентоспособности управляемого объекта в будущем, формируемые на входе системы. При этом стратегическая конкурентоспособность определяет потенциальную способность данного объекта конкурировать с аналогичными объектами в будущем на запланированном рынке.

С учетом специфичности содержания и процесса оказания консалтинговых услуг нами сформулировано следующее определение рассматриваемой дефиниции: стратегическая конкурентоспособность консал-

тинговых услуг – это потенциал их эффективности, который позволяет услугодателю участвовать в конкурентной борьбе с целью максимизации дохода в долгосрочной перспективе с учетом меняющихся условий внешней и внутренней среды.

Стратегическая конкурентоспособность является системной величиной, поскольку элементы, составляющие ее сущность, при совместном функционировании проявляют новые качества, то есть демонстрируют синергетический эффект. Однако достижение подобного эффекта возможно только при условии целевого управленческого воздействия, вектор которого будет направлен на оптимальное сочетание и максимально эффективное использование всех достоинств конкурентного положения предприятия.

Учитывая обозначенное обстоятельство, можно сделать вывод, что обеспечение стратегической конкурентоспособности услуг является неотъемлемым атрибутом экономической политики успешных на консалтинговом рынке предприятий. При этом оно связано с рядом противоречий: с одной стороны, в условиях нестабильности экономики имеет место усиление флуктуационных и энтропийных экономических процессов, а следовательно, и возрастание уровня неопределенности и риска, влияние которых сложно учесть на длительный период времени. С другой стороны, увеличивается потребность в долгосрочном управлении, в рамках которого будут разработаны стратегии, направленные на повышение эффективности деятельности предприятия.

Стратегическая конкурентоспособность консалтинговых услуг зависит от множества взаимосвязанных факторов. Как сложная многокритериальная категория конкурентоспособность формируется преимущественно в плоскости «тактики», а реализуется в плоскости «стратегии». То есть стратегическая составляющая является основой конкурентоспособности консалтинговой услуги.

Обеспечение стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг – это система мер по созданию и развитию конкурентных преимуществ услугодателя с учетом прогнозной динамики развития экономической системы.

Обеспечение стратегической конкурен-

тоспособности консалтинговых услуг связано с решением ряда проблем, всю совокупность которых, несмотря на различную природу появления, можно условно объединить в три группы:

1. Проблемы обеспечения стратегической конкурентоспособности, определяемые специфическими особенностями конкуренции на рынке услуг.

2. Проблемы обеспечения стратегической конкурентоспособности, определяемые особенностями консалтинговых услуг как субъекта конкурентной борьбы.

3. Проблемы обеспечения стратегической конкурентоспособности, определяемые многовариантностью стратегических конкурентных преимуществ консалтинговых услуг в различных экономических условиях.

Рассмотрим более подробно противоречия, относящиеся к каждой из указанных групп.

В процессе определения границ конкурентного консалтингового рынка оперируют такой дефиницией, как «услуга», которая является особым видом товара, обладающим уникальными характеристиками. К таким характеристикам традиционно относят: неосвязаемость, несохраняемость, переменное качество, неотделимость от источника. Однако под воздействием современного уровня развития технологий, усилившейся глобализации и информатизации всех экономических процессов услуги претерпели ряд существенных изменений.

Во-первых, специфика современных услуг и технологий их оказания накладывает отпечаток на все процессы, протекающие в данной сфере. Традиционные характеристики могут быть присущи конкретному виду услуг в большей или меньшей степени, они приобретают вариативный характер.

Во-вторых, развитие форм предпринимательской деятельности привело к тому, что процесс оказания многих услуг теперь в меньшей степени зависит от того, кто оказывается их потребителем – юридическое или физическое лицо.

В-третьих, ассортимент услуг сегодня очень широк, некоторые услуги приобрели новую форму, появились новые способы предоставления услуг, позволяющие их не только хранить, но и почти мгновенно транспортировать (например, посредством

сети Internet).

В-четвертых, значительную долю рынка занимает малый бизнес, у которого структура потребностей в услугах существенно отличается от структуры потребностей крупного бизнеса. Кроме того, в последнее время получил широкое распространение аутсорсинг бизнес-процессов, что также способствовало изменению объема и структуры оказываемых предприятиям услуг.

В-пятых, тенденция к индивидуализации удовлетворения потребностей в процессе обслуживания клиентов приводит к углублению дифференциации услуг, появлению услуг, обладающих синтезированным комплексом характеристик, что неизбежно влечет за собой взаимопроникновение отраслей. Современные услуги все больше проникают в сферу материального производства, изменяя свои традиционные свойства и приобретая новые характеристики. Сегодня процессы производства, распределения и потребления многих товаров сопровождаются одновременным оказанием услуг, а процесс оказания услуги все чаще завершается результатом, воплощенным в конкретный материальный объект.

В-шестых, изменяются отношения собственности в сфере услуг. Усиление роли знаний в процессе производства и оказания услуг приводит к тому, что интеллектуальный капитал работников предприятия составляет существенную часть ее активов. Поскольку интеллектуальный капитал является собственностью работника, то в данной ситуации он становится совладельцем активов предприятия [6. С. 58].

Обобщая все рассмотренное выше, можно выделить ряд специфических особенностей конкуренции на рынке услуг:

- 1) динамический характер конкурентного поля;
- 2) значительное количество конкурентов, разных форм собственности и территориальной принадлежности;
- 3) синтез элементов конкурентного соперничества и сотрудничества;
- 4) зависимость уровня и интенсивности конкуренции от квалификации персонала;
- 5) высокая степень дифференциации услуг, возможность услуг максимально «подстраиваться» под индивидуальные требова-

ния каждого потребителя делают рынок услуг рынком монополистической конкуренции, где каждое предприятие обладает собственными монопольными преимуществами.

Рассмотренные особенности конкуренции на рынке услуг предопределяют тот факт, что развитие отрасли является одной из основных предпосылок формирования стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг. При этом конкуренция как экономическое и социально-психологическое явление лежит в основе проявления конкурентоспособности предпринимательских структур. То есть преимущества и недостатки субъекта экономической деятельности неизбежно определяют его поведение в процессе конкурентной борьбы, формируя уровень конкурентоспособности.

Отсюда логически следует второй блок проблем обеспечения конкурентоспособности – проблемы, определяемые особенностями консалтинговых услуг как субъекта конкурентной борьбы.

Консалтинг представляет собой особый вид бизнеса – его природе имманентны такие признаки, как специализация, дифференциация и интеллектуализация, что определяет отраслевой характер и содержание деятельности по обслуживанию потребителей. Ключевыми характеристиками консалтинговых услуг являются инновационность и сильно выраженный компетентностный компонент.

Несмотря на многообразие видов консалтинговых услуг, можно выделить ряд присущих им общих особенностей:

- 1) высокая степень неопределенности конечного результата консалтинговой услуги;
- 2) длительность временного лага между процессом оказания услуги и получением положительного результата от ее использования;
- 3) мультипликативный эффект от использования консалтинговых услуг;
- 4) преобладание в консалтинговых услугах интеллектуальной нематериальной составляющей;
- 5) широкая география потенциальных клиентов, которая, как правило, не ограничена только внутренним (муниципальным, региональным или национальным) рынком;
- 6) зависимость результатов и цен на услуги от размеров и репутации предприятия, оказывающего консалтинговые услуги;

7) эффективность консалтинговых услуг зависит от квалификации высшего менеджмента предприятия-услугополучателя;

8) неоднородность консалтинговых бизнес-услуг, которая выражается в наличии творческих (реклама, коучинг и т. п.) и стандартизированных (аудит, бухгалтерский учет и т. п.) услуг;

9) актуальность результатов консалтинговых услуг сохраняется только в определенных экономических условиях ограниченный период времени.

Перечисленные особенности определяют двойственный характер консалтинговых услуг: они одновременно могут являться как объектом экономического развития, так и его условием. Отсюда двоякое влияние конкуренции на рынок консалтинговых услуг. На данном этапе находит отражение третий блок проблем – проблемы, определяемые многовариантностью стратегических конкурентных преимуществ консалтинговых услуг в различных экономических условиях

Тенденции развития рынка консалтинговых услуг, обусловленные текущей экономической ситуацией, приводят к тому, что в процессе разработки стратегий, направленных на обеспечение конкурентоспособности услуг, консалтинговые предприятия сталкиваются с рядом проблем, среди которых наиболее существенными являются следующие:

1. Высокая степень неопределенности и риска, обусловленная неустойчивостью современной экономической ситуации.
2. Эффективное обеспечение стратегической конкурентоспособности невозможно без учета всех факторов, влияние которых в условиях усиливающейся взаимозависимости различных сторон экономики и социальной сферы становится все более неопределенным и сложно прогнозируемым.
3. Необходимость точного учета психологических особенностей реакций потребителей на экономическую ситуацию и влияния данных реакций на динамику спроса на консалтинговые услуги в долгосрочной перспективе.
4. Современные консалтинговые предприятия и оказываемые ими услуги сильно дифференцированы, что затрудняет унификацию методологии разработки стратегий.
5. Эффект «вилки решений». Обеспече-

ние конкурентоспособности представляет собой систему, на основании которой целевые установки предприятия проявляют детерминанты результата деятельности. Иными словами, одна и та же система обеспечения конкурентоспособности консалтинговых услуг при различных вводных целях должна давать различные пути развития, разную стратегию и различный результат.

Для решения всех групп вышеописанных проблем нам представляется целесообразным, при разработке конкурентных стратегий разделить все потенциальное конкурентное поле консалтингового предприятия на несколько взаимосвязанных зон, обладающих определенными характеристиками: зону комфорта, зону альтернатив и зону волатильности.

Конкурентная зона «комфорта» характеризуется для предприятия низким уровнем риска и значительным результатом. Взаимодействие между предприятием и потребителем в данной зоне прямолинейное, с устоявшимися информационными линиями связи и точками пересечения экономических интересов.

Зона «альтернатив» – это зона изменчивости и неустойчивого конкурентного положения предприятия относительно соперников на рынке. В данной конкурентной зоне возникает необходимость принимать во внимание большое количество альтернативных сценариев реакции потребителя на действия со стороны предприятия. Возрастает риск усиления конкурентной борьбы, но одновременно возрастает и экономический эффект.

Конкурентная зона «волатильности»<sup>1</sup> отличается самой высокой степенью неопределенности и максимальными значениями риска и результата.

Границы каждой из конкурентных зон нечетки, они имеют тенденцию к взаимопроникновению и приграничному слиянию. Антикризисные конкурентные стратегии могут быть реализованы в любой из представленных зон, но их содержание и состав конкретных мероприятий будет различен, в зависимости от целей, типа конкурентного поведения и стиля руководства, характерного для высшего менеджмента предприятия.

Независимо от конкретного содержания каждую стратегию конкурентоспособности консалтинговых услуг можно представить в виде совокупности функциональных стратегий: экономической, социальной, маркетинговой, политико-правовой, инфраструктурной, экологической, инвестиционной и инновационной. Обозначенные функциональные стратегии представляют собой стратегические сектора обеспечения конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе.

На наш взгляд, решению всех трех указанных групп проблем будет способствовать использование векторно-адаптационного подхода к обеспечению стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг. В известном смысле векторный и адаптационный подходы представляют собой полярные траектории развития предприятий. Так векторный подход к обеспечению конкурентоспособности заключается в определении конечной цели – вектора – и формировании активных управляющих воздействий в соответствии с определенными приоритетами. Адаптационный подход, напротив, предусматривает реактивное приспособление к изменяющимся условиям. Адаптивные управленческие воздействия формируются как ответная реакция на внешние воздействия. При реализации векторного подхода предприятие самостоятельно формирует желаемое состояние и активно добивается его достижения, а при реализации адаптивного подхода – пассивно изменяется в соответствии с изменением условий внешней среды. Таким образом, векторный подход можно отнести к активным формам управленческого воздействия, а адаптационный подход – к пассивным.

Соединение основных элементов описанных подходов способно дать синергетический эффект, усиливающий положительные свойства каждого. При этом особенно актуально применение векторно-адаптационного подхода в условиях неустойчивой динамики всех экономических показателей и высокой степени риска.

Векторно-адаптационный подход к обеспечению стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг заключается в выборе стратегического вектора

<sup>1</sup> Волатильность – непостоянство, изменчивость.

развития. Реализуя данный подход, мы исходим из предпосылки, что консалтинговые услуги сильно дифференцированы и требуют высокого уровня профессионализма, поэтому консалтинговые предприятия чаще всего специализированы на оказании небольшого набора однородных услуг. В данной сфере всесторонний охват рынка практически невозможен. При этом структура потребностей клиентов на рынке консалтинга постоянно изменяется, оказывая влияние на структуру спроса. В то же время переориентация консалтинговых предприятий, как правило, требует существенных затрат времени, поскольку основана преимущественно на интеллектуальном компоненте, который изменяется медленно. Иными словами, для того чтобы сориентироваться в новой экономической ситуации, обучить персонал или нанять новый, консалтинговому предприятию понадобится время, в течение которого могут произойти новые изменения. С другой стороны, для того чтобы предприятие в период перепрофилирования получало максимально возможную прибыль, оно будет вынуждено оперативно адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка.

Векторно-адаптационный подход направлен на оптимальное сочетание стратегического векторного развития с адаптивным тактическим функционированием в условиях, когда на активные действия по всем направлениям у предприятия не хватает денежных и/или кадровых ресурсов, развитие предприятия тем не менее возможно через выбор приоритетных направ-

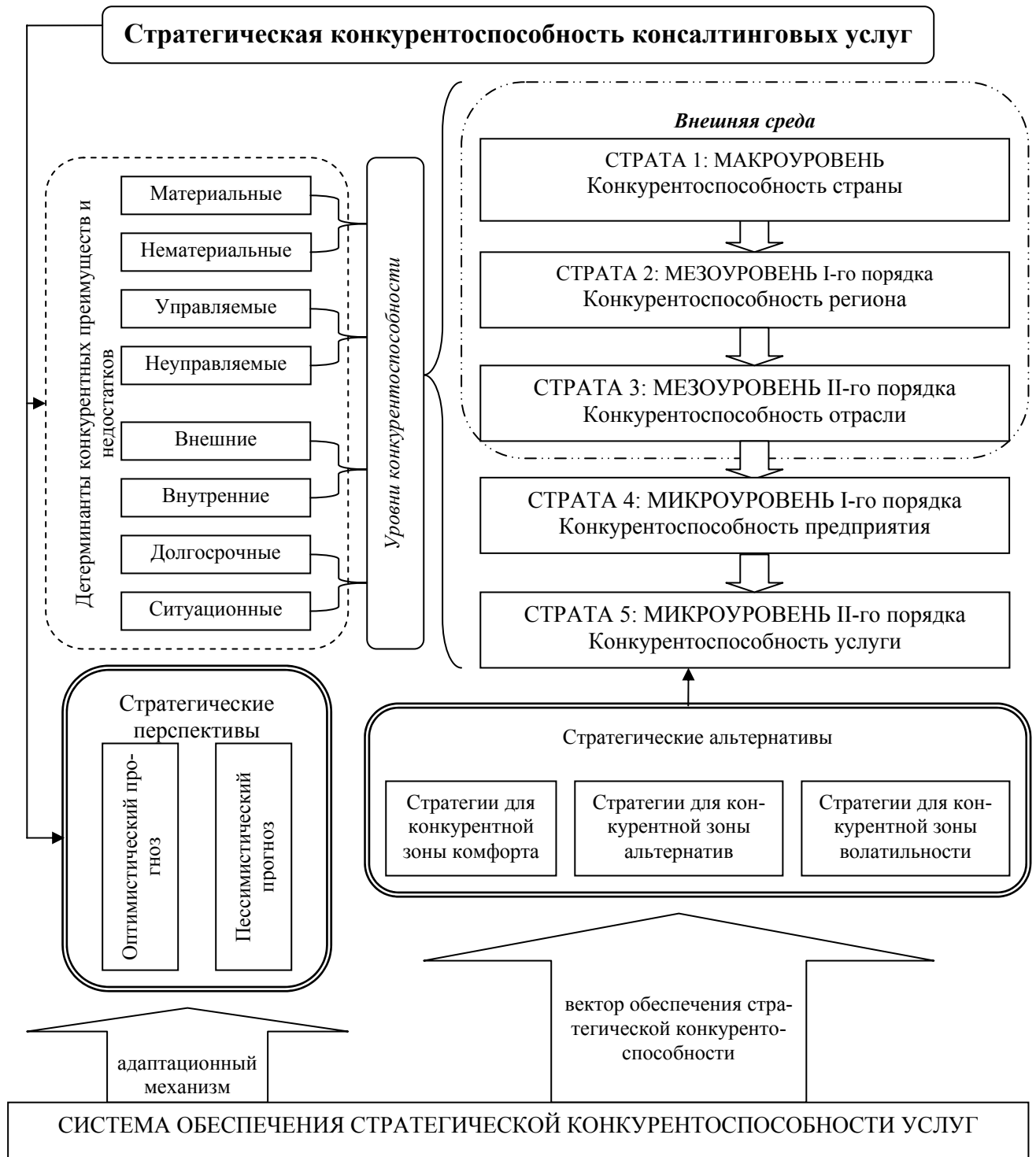
лений активизации бизнес-усилий – векторов развития. В остальных сферах предприятие делает ставку на адаптацию к внешним условиям.

Вектор развития определяется через интегральные характеристики стоимости и полезности стратегической конкурентоспособности, а уровень адаптивности оценивается показателем риска. Модель реализации векторно-адаптационного подхода в обеспечении стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг представлена на рис. 1.

Стратегическая конкурентоспособность консалтинговых услуг зависит от четырех пар детерминант, под влиянием которых она становится многомерной вариативной величиной, равно зависимой как от внешней, так и от внутренней среды. Кроме того, стратегическая конкурентоспособность одновременно условие достижения целей деятельности предприятия и, с другой стороны, результат достижения этих целей. В указанных обстоятельствах заключается дуалистический характер исследуемой категории.

Подводя итог, следует отметить, что современная экономика характеризуется усилением неопределенности и соответствующего ей риска. В связи с этим важнейшее значение приобретает оценка долгосрочных последствий принимаемых в настоящее время управленческих решений. Именно поэтому обеспечение стратегической конкурентоспособности услуг является одной из основных составляющих эффективной деятельности предприятий отрасли консалтинга в современных условиях.





**Рис. 1.** Модель обеспечения стратегической конкурентоспособности консалтинговых услуг на основе векторно-адаптационного подхода

*Библиографический список*

1. Гончаров С. Э. Особенности продуктовой концепции маркетинга в консалтинге // Маркетинг. – 2007. – № 2 (93). – С. 34-49.
2. Консалтинговые услуги в условиях реформирования экономики России / под ред. М. И. Кныша. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2003. – 192 с.
3. Боброва И. И. Консалтинг в стиле гольф: стратегический маркетинг консалтинговых бизнес-услуг / И. И. Боброва, В. А. Зимин. – М. : ООО «Вершина», 2005. – 384 с.
4. Ханферян В. В. Пик консультантов // Эксперт. – 2009. – № 13 (652). – С. 82

5. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник. – М. : Экономика, 2005. – 504 с.

6. Виханский О. С. Homo economicus должен умереть // Эксперт. – 2009. – № 17-18 (656). – С. 56-60.

---

**A. V. Kovtunenکو\***

*\*Kovtunenکو Anna Viktorovna, assistant of «Economy and Management» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: eu\_kovtunenکو@tolgas.ru

### **PROBLEMS OF MAINTENANCE OF STRATEGIC COMPETITIVENESS OF CONSULTING SERVICES**

*Key words: consulting, sphere of services, strategic competitiveness of consulting services, maintenance of strategic competitiveness.*

*Active development of the market of consulting services and amplifying competition on it demand working out of new approaches to maintenance of long-term competitive advantages. In article the concept of strategic competitiveness of consulting services is entered and actual problems of its maintenance on the basis of the vektor-adaptable approach are considered.*

---

© Ковтуненکو А. В., 2010

УДК 338.465.2

**П. В. Корчагин\***

*\*Корчагин Павел Валентинович, кандидат технических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ТРАНСФОРМАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА**

*Ключевые слова: стратегическое поведение, предприятия региона, система управления, организационно-экономический механизм.*

*В статье рассматриваются концептуальные подходы к трансформации организационно-экономического механизма управления в условиях формирования стратегического поведения предприятий региона. Предлагаются параметры стратегического поведения предприятий.*

Кардинальные изменения условий деятельности, вызванные высокими темпами НТП, предоставляют предприятиям региона новые возможности при формировании ими стратегического поведения в условиях изменчивой внешней среды. Однако они же создают и определенные сложности, поскольку современные технологические решения нередко требуют иных организационных подходов для своей реализации. Поэтому сегодня проблемы и научно-технического развития, и организационного совершенствования должны рассматриваться неразрывно. Немаловажную роль здесь играет развитие системы управления предприятием, направленное на разработку группы реакций, поддерживающих оперативное управление, позволяющих ему своевременно реагировать на меняющиеся вызовы внешней среды.

Между процессами текущего функционирования и развития предприятием имеются существенные различия, что обуславливает необходимость применения разных подходов к управлению ими. В связи с этим возникает важная задача интеграции управления обоими процессами в рамках единой системы. И чем выше динамика внешней среды, тем в большей степени достижение успеха предприятия на рынке определяется его способностью к развитию, находящей

свое отражение в совокупности реакций, поддерживающих стратегическое управление данным предприятием.

Стратегическое поведение характеризуется набором альтернативных вариантов траектории развития предприятий региона, предполагающих наличие отношений предметов, включенных в систему формирования стратегического поведения и обеспечивающих их интеграцию в реализации ее целостных свойств, заключенных в стратегии развития. Заметим, что в реализации совокупности взаимосвязанных реакций, поддерживающих стратегическое управление предприятиями, первостепенная роль, по нашему мнению, должна быть отведена организационно-экономическому механизму функционирования структурных подразделений обозначенного объекта исследования.

В научных публикациях исследователей проблем формирования стратегического поведения предприятий региона делается основной упор на рассмотрение соотношения стратегии и структуры предприятия и мало внимания уделяют организационно-экономическому механизму, хотя именно он опосредует влияние первой на вторую.

Рассматривая обозначенный организационно-экономический механизм функционирования предприятий региона как ос-

новой механизм обеспечения реализуемости их стратегических реакций, отметим ряд специфических особенностей.

Во-первых, организационно-экономический механизм представляет собой сложную систему отношений, которая может быть дезагрегирована на отдельные элементы в соответствии с неоднородностью решаемых задач. Назовем такие составляющие частными организационно-экономическими механизмами. Во-вторых термин «механизм» подразумевает определенную автономность в выполнении действий. Следовательно, организационно-экономический механизм должен включать все составляющие, обеспечивающие относительную самостоятельность в решении возникшей проблемы или поставленной вышестоящим органом задачи, в том числе и элементы регулирования и координации. В-третьих, в процессе его действия происходит потребление ресурсов для получения того или иного результата, поэтому для него весьма актуальной является проблема эффективности.

Стратегия, отражая характер отношений предприятия со средой, задает необходимую последовательность действий по преодолению внешней неопределенности. При стабильном окружении предприятие имеет возможность разрабатывать стратегические планы с высокой степенью надежности на длительные промежутки времени. При этом и набор частных организационно-экономических механизмов функционирования будет достаточно стабильным, что позволяет их закреплять на уровне организационной структуры, устанавливая формальный перечень полномочий и обязанностей для каждого структурного элемента. Следовательно, в стратегическом поведении предприятий региона формируются системы управления механистического типа, имеющие большое количество уровней и четкую регламентацию, в них структура доминирует над организационным механизмом.

Чем менее устойчива внешняя среда, тем более сложной будет реакция предприятия на ее воздействие, а соответственно, и более разнообразен и динамичен набор частных механизмов функционирования. Организационная структура при этом остается

достаточно стабильной. Такие системы управления, получившие название органических, обладают простой организационной структурой с меньшим числом иерархических уровней и развитой горизонтальной интеграцией, обеспечивающей быструю разработку и внедрение новых организационно-экономических механизмов.

Между этими полярными типами систем управления находится большое количество промежуточных вариантов, обладающих различной степенью гибкости. При этом нельзя сказать, что существуют какие-либо идеальные случаи. Системы управления видоизменяются постоянно: в ответ на внешние возмущения возникают новые организационно-экономические механизмы, которые при условии стабильности такого воздействия закрепляются в структуре.

Рассматривая организационно-экономический механизм функционирования предприятия, отмечаем его интеграционную, синтетическую сущность. Именно в процессе его действия связи и отношения, заложенные в организационной структуре, наполняются реальным содержанием в виде потоков информации, энергии и материалов.

Для изучения организационно-экономического механизма стратегическая линия предприятия и ее декомпозиция делятся на отдельные подсистемы, названные выше частными механизмами. Наиболее существенными критериями здесь являются функциональный и целевой признаки.

На наш взгляд, по функциональному признаку в первую очередь необходимо выделять частные организационно-экономические механизмы в соответствии с однородными сферами деятельности предприятия – исследования, разработки, производство и дистрибуция. Каждое из этих направлений характеризуется собственными целями, специфическими технологическими средствами, методами распределения ресурсов, принципами стимулирования и контроля, критериями оценки результатов. Однако не все из них обязательно присутствуют в полной мере в деятельности того или иного конкретного предприятия. Их наличие во многом определяется этапом жизненного цикла отрасли и характером стратегии предприятия.

По целевому признаку можно выделить организационно-экономические механизмы – текущего функционирования и развития. Первые связаны с обеспечением «внутренней эффективности» предприятия, т. е. с таким взаимодействием его элементов, которое позволяет реализовывать организационные цели на заданном уровне. Вторые же направлены на достижение «внешней эффективности» – на такое изменение первых, которое дает возможность оптимизировать организационные цели в изменчивых условиях. Механизмы развития в отличие от механизмов текущего функционирования менее стабильны, так как адаптация всегда предполагает реакцию на новые, во многом уникальные воздействия окружения.

Основным результатом действий механизма текущего функционирования является удовлетворение потребностей клиентов предприятия. Это могут быть продукты, услуги, информация, ноу-хау, НИОКР и др. В силу достаточной стабильности процессов текущего функционирования отношения между отдельными структурными подразделениями носят устойчивый долговременный характер и могут быть достаточно полно формализованы в положениях, должностных инструкциях и иных внутренних документах. Наиболее подробно динамические показатели механизма текущего функционирования раскрываются в соответствующих оперативных планах и программах, которые можно определить как дискретные. Дискретность проявляется в четком распределении ответственности между подразделениями за достижение общего результата. При возникновении нерегламентированных ситуаций корректирующее воздействие оказывает вышестоящий по иерархии орган. Поэтому управленческие воздействия в структурах текущего функционирования направлены преимущественно по вертикали.

Меры механизма развития предприятия направлены на совершенствование текущего функционирования и отдельных его составляющих. Данный механизм является связующим элементом между совокупностью взаимосвязанных реакций, обеспечивающих стратегическое управление поставщиками услуг, и совокупностью взаимосвя-

занных реакций, обеспечивающих оперативное управление обозначенным объектом. За счет его действия выбранные стратегические позиции превращаются в стратегические преимущества, обеспечивающие эффективное текущее функционирование предприятия. Стратегическими преимуществами будем называть такие исключительные характеристики, которые позволяют получать предприятию большую рыночную ренту в долгосрочном периоде за счет ограничения конкуренции на выбранном сегменте рынка.

Значительная степени неопределенности и уникальности решаемых задач развития требует более высокого уровня взаимодействия отдельных подразделений, более тщательного прогнозирования и планирования, повышенной оперативности при принятии решений, поэтому в рамках данного организационно-экономического механизма наряду с вертикальными корректирующими воздействиями представлены горизонтальные координирующие связи между подразделениями, вследствие чего отношения между ними менее формализованы и задаются не столько должностными инструкциями и положениями, сколько плановыми документами, в качестве которых, как правило, выступают целевые комплексные программы.

Так как внешняя среда предприятий региона характеризуется высоким динамизмом (турбулентностью), бесспорным является тот факт, что процесс формирования стратегического поведения данных хозяйствующих субъектов в указанных условиях опирается преимущественно на организационно-экономический механизм развития.

В качестве параметров стратегического поведения предприятий, по нашему мнению, выступают следующие: потребности, на удовлетворение которых направлена хозяйственная деятельность; технологии – с их помощью происходит удовлетворение этих потребностей; ресурсы, привлекаемые предприятиями для обеспечения своей деятельности. Перечисленные факторы имеют непосредственное отношение к ходу производственного процесса и определяют стратегическую реакцию предприятия на качественное изменение состояний внешней

среды. За счет их своевременного и оптимального комбинирования предприятие стремится достичь стратегических преимуществ на рынке.

Уровень влияния различных параметров на достижение стратегического превосходства неравнозначен (и изменялся в процессе промышленного развития в целом). В последние десятилетия наблюдается усиление фактора потребностей, порожденное усложнением предъявляемых требований и индивидуализацией запросов потребителей. Возрастание его важности вызвано развитием современных информационных технологий и средств автоматизации, позволяющих предприятиям региона своевременно реагировать на усиливающуюся динамику потребностей.

Регламентация периода стратегического позиционирования предприятия сферы услуг зависит от динамики каждого из трех перечисленных параметров. На него может влиять период окупаемости инвестиций, длительность жизненного цикла базовых технологий и изменчивость запросов потребителей. Исходя из соотношений этих параметров задается период упреждения, охватываемый сформированной совокупностью взаимосвязанных стратегических реакций. Тот фактор, который является наиболее существенным в сфере услуг, будет определять минимальный отрезок времени пересмотра стратегического поведения. Максимальный период устанавливается по динамике наименее значимого фактора.

Чем короче время стратегической реакции, тем менее будет формализован организационно-экономический механизм развития предприятия, тем более тесное взаимодействие требуется от подразделений для его воплощения. В любом случае процесс реализации стратегии развития уникален и требует индивидуального подхода. Именно в этой области планирования и управления получил широкое распространение программно-целевой подход, включающий в себя совокупность принципов и методов, которые позволяют своевременно, качественно и экономично осуществлять цели развития без нарушения сложившегося хода деятельности предприятия.

Результатом реализации стратегии предприятия является изменение характеристик

отдельных его элементов и подсистем. Чем более существенна реакция на внешние изменения, тем деятельность большего количества подсистем будет подвержена корректировке. Даже простое обновление производственного аппарата, вызванное его физическим износом, может потребовать внесения изменений во вспомогательные и обслуживающие процессы. Не говоря уже о внедрении новых услуг и технологий, когда возникает необходимость в установке оборудования, качественно отличающегося от прежнего, освоении других материалов, обучении персонала, поиске иных организационных решений. Поэтому важнейшими требованиями к целевым стратегическим программам являются комплексность и системность, которые должны обеспечивать, во-первых, непротиворечивость процессов развития, во-вторых, скоординированность действий всех участников и, в-третьих, адекватность полученных результатов новым условиям функционирования предприятия.

Таким образом, можно сказать, что организационно-экономический механизм развития предприятия по своей форме является программно-целевым (проектным), а по содержанию – инновационным процессом. Термин «нововведение (новация)» отражает, как правило, частное изменение отдельных элементов организационно-экономического механизма – продуктов, технических средств и технологических процессов, методов стимулирования и распределения ресурсов и др. Термин же «инновация» подразумевает согласованное и целенаправленное совершенствование, а в некоторых случаях и перепроектирование всего организационно-экономического механизма, приведение его в качественно новое состояние. Следовательно, инновационный процесс – это внедренческий процесс такого уровня, который одновременно затрагивает деятельность всех или большинства подсистем предприятия. Его реализация требует разработки соответствующих организационных решений, обеспечивающих эффективное взаимодействие подразделений. Причем уровень взаимодействия определяется динамикой внешнего окружения предприятия.

Заметим, что основные проблемы формирования стратегического поведения

дифференцируются по следующим группам взаимосвязанных реакций, поддерживающим управление стратегическими возможностями предприятий сферы услуг: группы взаимосвязанных реакций, характеризующих организационные изменения в системе формирования стратегического поведения (ОП); группы взаимосвязанных реакций, обеспечивающих разработку и утверждение системы планов (формализацию целей деятельности) (СП); группы взаимосвязанных реакций, обусловленных необходимостью

проведения стратегического контроллинга (СК); группы взаимосвязанных реакций, формирующих и поддерживающих необходимую мотивацию к труду (МТ). Данный набор поведенческих реакций предприятий региона, на наш взгляд, является необходимым и достаточным, так как позволяет синхронизировать их стратегические параметры в пространственно-временном аспекте:

$$\text{УСП} = \Delta (\text{ОП}; \text{СП}; \text{СК}; \text{МТ}).$$

Содержательный смысл каждой группы указанного управления предложен в табл. 1–4.

Таблица 1

**Система оценки уровня формирования стратегического поведения предприятия в части его плановой деятельности**

1. Система планов как совокупность взаимосвязанных реакций	1.1. Совокупность реакций по разработке и принятию стратегического плана
	1.2. Совокупность реакций по разработке и принятию плана развития предприятия
	1.3. Совокупность реакций по разработке и принятию планов текущей деятельности
	1.4. Совокупность реакций по разработке и принятию программ и планов-проектов
	1.5. Совокупность реакций по разработке и принятию вспомогательных планов

Таблица 2

**Система оценки уровня формирования стратегического поведения предприятия в части его организационного поведения**

1. Совокупность взаимосвязанных реакций, характеризующих организационное поведение	1.1. Совокупность реакций, описывающих организационные отношения
	1.2. Совокупность реакций, обуславливающих построение и перепроектирование организационной структуры управления
	1.3. Совокупность реакций, обуславливающих формирование организационной культуры

Таблица 3

**Система оценки уровня формирования стратегического поведения предприятия в части осуществления стратегического контроллинга**

1. Совокупность взаимосвязанных реакций, осуществляемых для обеспечения стратегического контроллинга	1.1. Совокупность реакций, поддерживающих стратегический контроль
	1.2. Совокупность реакций, поддерживающих тактический контроль

Таблица 4

**Система оценки уровня формирования стратегического поведения предприятия в части осуществления мотивации к труду**

1. Совокупность реакций, осуществляющих мотивацию к труду	1.1. Совокупность реакций, вырабатывающих мотивацию к труду
	1.2. Совокупность реакций, вырабатывающих стимулы к труду

Рассматривая уровень формирования стратегического поведения как функцию от четырех групп, имеем:

$$\text{УСП} = f(\text{ОП}; \text{СП}; \text{СК}; \text{МТ}).$$

Данная зависимость является базовой моделью, характеризующей степень развития процесса выработки совокупности взаимосвязанных реакций, поддерживающих управле-

ние стратегическими возможностями.

Таким образом, мы рассмотрели концептуальные подходы к трансформации организационно-экономического механизма, обеспечивающей жизнеспособность системы формирования стратегического поведения предприятия.

---

***P. V. Korchagin\****

*\*Korchagin Pavel Valentinovich, Cand.Tech.Sci., the senior lecturer of chair «Economy, the organisation and commercial activity» Volga Region State University of Service, Togliatti*

*e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

**CONCEPTUAL APPROACHES TO TRANSFORMATION  
ORGANIZATIONAL – THE ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT  
IN THE CONDITIONS OF FORMATION OF STRATEGIC BEHAVIOUR  
OF THE ENTERPRISES'S REGION**

*Key words: strategic behaviour, the enterprises's region, a control system, the organizational-economic mechanism.*

*In article conceptual approaches to transformation organizational – the economic mechanism of management in the conditions of formation of strategic behaviour of the enterprises of sphere of services are considered. Parametres of strategic behaviour of the enterprises.*

---

© Корчагин П. В., 2010



УДК 002.52/.54

**Н. Н. Пыркин\***

\*Пыркин Николай Николаевич, соискатель кафедры «Экономика и управление» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти

e-mail: office@tolgas.ru

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УЩЕРБ ОТ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: система контроля, оценка событий, инциденты информационной безопасности, информационная система, предприятие сферы услуг.*

*В статье представлены этапы и процедура управления инцидентами безопасностью данных информационной системы организации. Рассмотрен экономический ущерб от несанкционированного доступа внутреннего нарушителя, решения по управлению событиями, инцидентами безопасности информации. Определена методология оценки событий информационной безопасности предприятия сферы услуг с применением соответствующих способов оценки и анализа.*

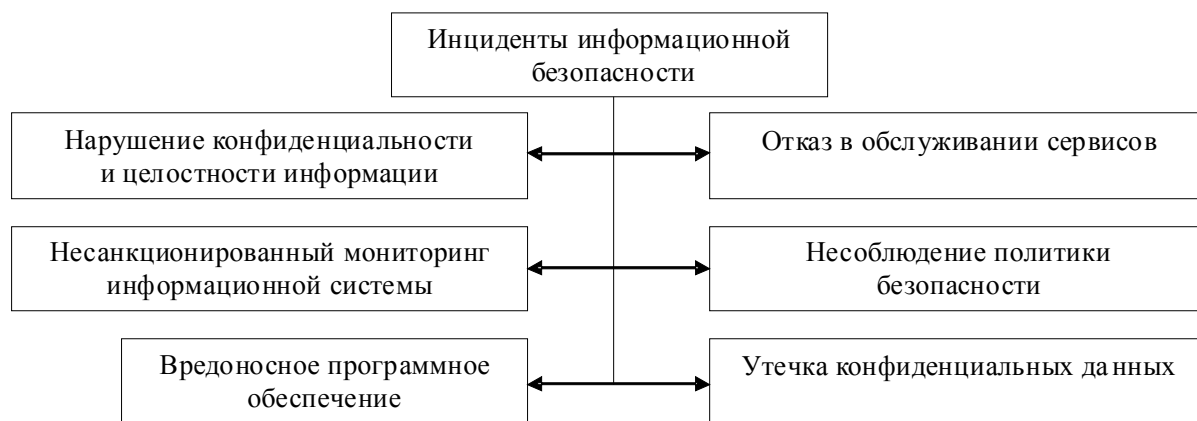
Несмотря на значительное расширение рынка информационных услуг и продуктов, информационное обеспечение хозяйствующих субъектов и граждан остается на низком уровне. Анализ эффективности деятельности предприятия, предоставляющего информационные услуги, предполагает оценку достигнутого уровня использования имеющегося потенциала (организационного, научно-технического, производственно-технологического, социального, финансово-экономического), общих результатов хозяйственной деятельности, финансовых результатов [1, 2].

Процедура управления инцидентами информационной безопасности регламентируется стандартом ISO/IEC 20000:2005, и все стандарты серий 9000, 14000, 20000, 27000, которые определяют правила создания систем управления процессами, взаимосвязаны друг с другом. Данные международные стандарты используют процессный подход, рассматривающий управление инцидентами как процесс непрерывных действий, акцентируя внимание на достижении поставленных целей [2]. Стандарты рассмотренных серий в большинстве своем используют модель управления инцидентами SIEM в качестве структуры жизненного цикла процессов системы управления.

Для устранения последствий инцидента и восстановления нормального функционирования бизнес-процессов предприятия сферы услуг, возможно, потребуется выполнить действия по предотвращению повторного возникновения инцидента. Для определения необходимости реализации таких действий следует провести анализ рисков, в рамках которого определяется целесообразность корректирующих и превентивных действий. В некоторых случаях последствия инцидента незначительны по сравнению с корректирующими и превентивными действиями, и тогда целесообразно не совершать дальнейших шагов после устранения последствий инцидента.

Важным этапом разработки процедуры управления инцидентами является определение перечня событий, являющихся инцидентами информационной безопасности (рис. 1). В данный перечень входят события, которые угрожают информационной безопасности организации, а события, которые не вошли в список, считаются штатными [1].

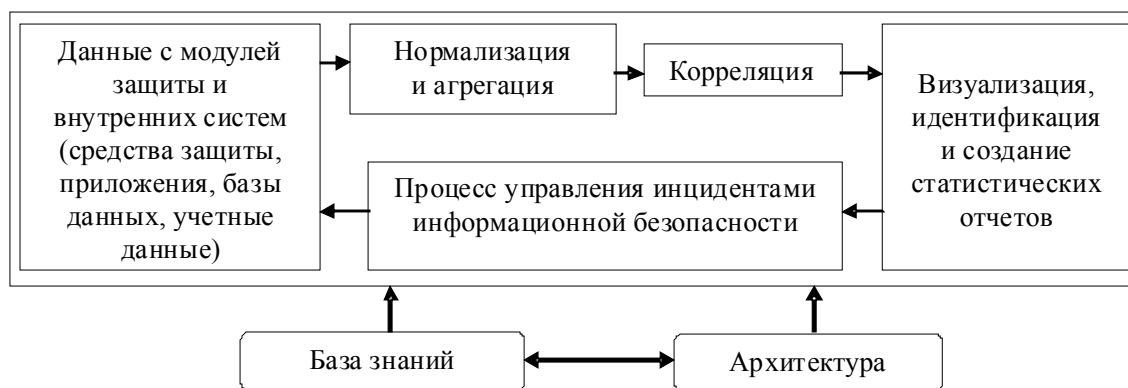
Средства защиты конфиденциальных данных в информационных системах организации, как правило, регистрируют множество событий нарушения информационной безопасности.



**Рис. 1.** Инциденты информационной безопасности при управлении событиями на организации сферы компьютерных услуг

Для автоматизации процесса управления информационной безопасностью получаемых от модулей средств защиты информации, управления инцидентами информационной безопасности могут использоваться системы SIEM (Security Incident and Event Management) управления событиями и инцидентами информационной безопасности. К функциям, выполняемым системами

SIEM, могут относиться: централизованный сбор событий безопасности с аппаратных и программных средств безопасности; фильтрация, агрегация, нормализация и корреляция событий; анализ и автоматическое выполнение определенных действий в ответ на инциденты информационной безопасности (рис. 2).



**Рис. 2.** Схема работы системы управления событиями и инцидентами информационной безопасностью на основе системы SIEM

Архитектура типичного решения по управлению событиями и инцидентами информационной безопасности в организации сферы компьютерных услуг состоит из трех уровней: ядро системы, занимающееся обработкой событий и взаимодействующее с агентами, которые собирают события со средств защиты; база данных, отвечающая за хранение обработанных событий безопасности; управляющий интерфейс.

В зависимости от того, какие параметры

используются в организации для методологии оценки событий, применяются соответствующие способы оценки и анализа. Вне зависимости от параметров оценки используется общая схема и подход к оценке событий. В большинстве своем процесс оценки событий включает в себя две фазы: первая фаза включает в себя стандарты анализа событий (analysis), где определяются основные активы компании, вероятность появления угроз и размер финансовых потерь;

вторая фаза включает в себя стандарты оценивания событий (evaluation), где основным моментом является оценка уровня риска, являющегося приемлемым для организации [3].

Средства управления инцидентами информационной безопасности выполняют функцию минимизации ущерба для организации, предотвращая повторное появление инцидента. Основным средством управления инцидентами информационной безопасности является вероятность устранения каждого  $i$ -го инцидента  $P_{i\text{усп}}^{\text{устп}}$ .

За счет функционирования средств управления инцидентами информационной безопасности происходит уменьшение ущерба  $W$ , наносимого информационной системе воздействием инцидента. Обозначим общий предотвращенный ущерб информационной безопасности через  $\bar{W}$ , а предотвращенный ущерб за счет ликвидации воздействия  $i$ -го инцидента через  $\bar{\omega}_i$  [4].

Формальная постановка задачи имеет вид:

$$T^0 = \arg \max \bar{W}(T), \quad (1)$$

где  $T$  – некоторый вектор, характеризующий набор средств управления инцидентами информационной безопасности.

Предотвращенный ущерб от повторно выявленного инцидента в общем виде выражается соотношением:

$$\bar{W} = F(P_{i\text{усп}}; \Delta q_{i\text{усп}}^{\text{устп}}; P_{i\text{усп}}^{\text{устп}}; i = 1, \bar{n}). \quad (2)$$

Предотвращенный ущерб средствами управления инцидентами информационной безопасности за счет ликвидации  $i$ -го инцидента:

$$\bar{\omega}_i = P_{i\text{усп}} \cdot \Delta q_i^{\text{устп}} \cdot P_{i\text{усп}}^{\text{устп}}; i = 1, \bar{n}. \quad (3)$$

При условии независимости инцидентов и аддитивности их последствий получаем

$$\bar{W} = \sum_{i=1}^n P_{i\text{усп}} \cdot \Delta q_i^{\text{устп}} \cdot P_{i\text{усп}}^{\text{устп}}. \quad (4)$$

Вероятность появления  $i$ -го инцидента  $P_{i\text{усп}}$  определяется статистически и соответствует относительной частоте его появления

$$P_{i\text{усп}} = \frac{\lambda_i}{\sum_{i=1}^n \lambda_i} = \bar{\lambda}_i, \quad (5)$$

где  $\lambda_i$  – частота появления  $i$ -го инцидента.

Таким образом, проанализировав веро-

ятность появления  $i$ -го инцидента можно констатировать тот факт, что средства управления инцидентами информационной безопасности организации обеспечивают информационную защиту информационных систем от инцидентов на должном уровне. При разработке устройства вывода данных информационной системы с противодействием несанкционированному доступу внутреннего нарушителя можно определить средние потери (ущерба) от неавторизованного доступа при наличии средств защиты информации:

$$\bar{R} = \sum_{i=1}^n [p(Y_i) * p(Y_i' / Y_i) r_i + c_i], \quad (6)$$

где  $p(Y_i)$  – вероятность появления  $Y_i$  несанкционированного доступа внутреннего нарушителя;  $p(Y_i' / Y_i)$  – условная вероятность прохождения  $i$ -й угрозы через  $M_i$  характеризующая эффективность средства защиты информации  $M_i$  (уязвимость  $M_i$ );  $r_i$  – средние потери от действия злоумышленника  $Y_i$ ;  $c_i$  – стоимость средств защиты информации противодействия несанкционированному доступу ( $M_i$ ).

Экономическая эффективность внедрения устройства вывода информации с противодействием несанкционированному доступу в информационной системе:

$$\Delta R = R - \bar{R} = \sum_{i=1}^n \{p(Y_i) r_i [1 - p(Y_i' / Y_i)] - c_i\}, \quad (7)$$

$$= \sum_{i=1}^n [p_i r_i (1 - e^{-\gamma_i c_i}) - c_i]$$

где  $\bar{R} = \sum_{i=1}^n \bar{R}_i$ ;  $\bar{R}$  – средние потери в средстве защиты информации от действия злоумышленника  $Y_i$ .

Оптимизация выделения ресурсов для установки системы защиты информационной системы локальной сети:

$$(\nabla R \rightarrow \max); (\nabla \bar{R} \rightarrow \min); \sum_{i=1}^n C_i = C_0 = \text{const}. \quad (8)$$

Задача условной оптимизации выделения ресурсов для разработки, инсталляция и сопровождения может быть выполнена согласно методу неопределенных множителей Лагранжа. В данном методе может быть выделен множитель с максимальным значением:

$$F = \Delta R + \alpha \left( \sum_{i=1}^n C_i - C_0 \right) \rightarrow \max, \quad (9)$$

где  $b$  – неопределенный множитель Лагранжа.

Метод оценки важности информации представляет собой детальный анализ всей существующей схемы хранения и обработки информации. Первым этапом этого метода является определение, какие информационные объекты и потоки необходимо защищать. Далее следует изучение текущего состояния системы информационной безопасности с целью определения, что из классических методик защиты информации уже реализовано. На третьем этапе производится классификация всех информационных объектов на классы в соответствии с ее конфиденциальностью, требованиями к

доступности и целостности. Следующим этапом идет выяснение, насколько серьезный ущерб может принести предприятию та или иная атака на каждый конкретный информационный объект. Исходные данные для расчета рисков от наносимых атак для локальной сети предприятия ООО «Прогресс», состоящей из 50 персональных компьютеров, были взяты в отделе информационного обеспечения данного предприятия.

Ущерб от атаки внутреннего нарушителя может быть представлен неотрицательным числом в приблизительном соответствии с табл. 1.

Таблица 1

**Зависимость величины ущерба от возможной атаки внутреннего нарушителя**

Величина ущерба	Определение атаки внутреннего нарушителя
$R_0$	Раскрытие информации принесет ничтожный моральный и финансовый ущерб предприятию
$R_1$	Ущерб от атаки есть, но он незначителен, основные финансовые операции и положение предприятия на рынке не затронуты
$R_2$	Финансовые операции не ведутся в течение некоторого времени, за это время предприятие терпит убытки, но его положение на рынке и количество клиентов изменяются минимально
$R_3$	Значительные потери на рынке и в прибыли. От предприятия уходит ощутимая часть клиентов
$R_4$	Потери очень значительны, предприятие на период до года теряет положение на рынке. Для восстановления положения требуются крупные финансовые займы
$R_5$	Предприятие прекращает существование на рынке

Вероятность атаки представляется неотрицательным числом в приблизительном соответствии со следующей таблицей:  $P$  – данный вид атаки отсутствует;  $P_1$  – реже, чем раз в год;  $P_2$  – около 1 раза в год;  $P_3$  – около 1 раза в месяц;  $P_4$  – около 1 раза в неделю;  $P_5$  – практически ежедневно.

В табл. 2 представлена возможная величина рисков от наносимых атак внутреннего нарушителя на информационную систему предприятия.

Таблица 2

**Зависимость величины рисков от возможных атак внутреннего нарушителя**

Виды возможных атак инсайдера	Величина ущерба	Вероятность атаки	Риск ( $=R_i * P_i$ )
1. Сетевая атака через Интернет	$R_1$	$P_3$	$M_3$
2. Несанкционированный доступ к информационной системе	$R_2$	$P_2$	$M_4$
3. Взлом и выход из строя баз данных	$R_3$	$P_2$	$M_6$
4. Спам в электронной почте	$R_1$	$P_4$	$M_4$
5. Вирусное поражение информации	$R_2$	$P_2$	$M_4$

Множитель Лагранжа для системы вывода конфиденциальной информации (контент  $A$ ) с защитой от несанкционированного доступа:

$$F_A = \Delta R + \alpha_A \left( \sum_{i=1}^n C_i - C_0 \right) \rightarrow \max, \quad (10)$$

где  $\bar{b}_A = 0,6$  – неопределенный множитель Лагранжа для варианта системы вывода конфиденциальной информации (значения приняты по результатам расчетных исследований, при возможных средних потерях  $\Delta R$ ).

Множитель Лагранжа для системы вывода конфиденциальной информации (контент  $A$ ) и информации общего пользования (контент  $B$ ):

$$F_{A,B} = \Delta R + \alpha_{A,B} \left( \sum_{i=1}^n C_i - C_0 \right) \rightarrow \max, \quad (11)$$

где  $\bar{b}_{A,B} = 0,75$  – неопределенный множитель Лагранжа для варианта системы вывода конфиденциальной информации и информации общего пользования.

Множитель Лагранжа для системы вывода конфиденциальной информации (контент  $A$ ), информации общего пользования (контент  $B$ ) и другого вида информации (контент  $C$ ):

$$F_{A,B,C} = \Delta R + \alpha_{A,B,C} \left( \sum_{i=1}^n C_i - C_0 \right) \rightarrow \max, \quad (12)$$

где  $\bar{b}_{A,B,C} = 0,9$  – неопределенный множитель Лагранжа для варианта системы вывода конфиденциальной информации, информации общего пользования и другого вида информации.

Инсайдер при помощи источника утечки информации генерирует совокупность угроз для информационной системы, являющейся конечной и счетной  $i = 1, \bar{n}$ . Каждая  $i$ -я угроза характеризуется вероятностью появления кибератаки  $P_{iyzr}$  и наносимым ущербом  $\Delta q_i^{yzp}$  информационной системе несанкционированным доступом.

Средства аутентификации и идентификации могут выполнять функцию полной или частичной компенсации угроз информационной системы локальной сети. Одной из характеристик средств аутентификации и идентификации является вероятность устранения каждой  $i$ -й угрозы  $P_{iyzr}^{ycmp}$ . За счет функционирования средств аутентификации и идентификации обеспечивается уменьшение ущерба  $W$ , наносимого информационной системе воздействием инсайдера. Общий

предотвращенный ущерб информационной системе может быть рассчитан через  $\bar{W}$ , а предотвращенный ущерб за счет ликвидации воздействия  $i$ -й угрозы через  $\bar{w}_i$ .

При возможной вероятности появления  $i$ -й угрозы можно констатировать тот факт, что средства защиты вводимых и выводимых данных информационной системы обеспечивают надлежащую безопасность на достаточном уровне.

Для решения задачи аутентификации и идентификации для субъекта «процесс» необходимо нейтрализовать возможность запуска процессов под другими именами (login) и крайне необходимо предотвратить процесс трансформации исполняемых файлов информационной системы [7].

В качестве альтернативного решения данной задачи необходимо использовать замкнутость программной среды (приложений). Замкнутость достигается за счет механизма контроля доступа к информационным ресурсам локальной сети и обеспечения целостности программного обеспечения. Реализация механизма контроля выполняется в том случае, когда корректно разграничены права на запуск исполняемых файлов. Под корректностью разграничения прав понимается регламент выполнения запуска программного обеспечения и противодействия любой трансформации разрешенных к исполнению объектов. Если в качестве субъекта доступа выступает «пользователь» и «процесс», то механизм контроля также может контролировать замкнутость программной среды в комплексе [8, 9]. Достоинством данного механизма является обеспечение разграничения доступа для всех пользователей информационной системы.

В результате исследования системы информационной безопасности для информационного центра и локальной сети предприятия ООО «Прогресс Сервис» получено, что для построения архитектуры ввода и вывода данных для информационной системы на основе идентификации, аутентификации и устройства вывода информации, оптимальным вариантом является система с разделением на контенты конфиденциальной информации (контент  $A$ ) и информации общего пользования (контент  $B$ ). Значение множителя Лагранжа для системы вывода конфиденциальной информации (контент

А) и информации общего пользования (контент В) превышает ориентировочно на 10% значений множителя Лагранжа для системы вывода конфиденциальной информации (контент А), информации общего пользования (контент В) и другого вида информации (контент С) примерно на 20% превышает значение множителя для системы вывода конфиденциальной информации (контент А).

Средства аутентификации, идентификации и разработанного устройства вывода, данных информационной системы при разделении на контенты позволяют предотвратить несанкционированный доступ инсайдера к информационной системе, локальной сети, обеспечивают целостность и конфиденциальность информации.

*Библиографический список*

1. Климовский А. А. К анализу подходов классификации компьютерных атак : материалы международной научной конференции по проблемам безопасности и противодействия терроризму. – М. : МЦНМО, 2006. – С. 212-218.
2. Ерохина Л. И. Синергетика и динамические экономические математические модели / Л. И. Ерохина, О. А. Шлегель, М. Молясы, В. Реуч // Синергетика природных, технических и социально-экономических систем : сб. ст. международной научно-технической конференции. Ч. II. – Тольятти : Изд-во ТГУС, 2007. – С. 70-75.
4. Генералов Д. Н. Идентификация скрытых каналов утечки информации при инсталляции инсайдера в мобильное устройство / Д. Н. Генералов, О. А. Шлегель // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». – 2009. – № 6. – С. 34-40.
5. Шлегель О. А. Аудит безопасности информационных систем предприятия // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений : материалы международной научно-практической конференции. – Саратов : Изд-во «Научная книга», 2008. – С. 65-68.
6. Трубачев А. П. Оценка безопасности информационных технологий. Общие критерии / А. П. Трубачев, М. Ю. Долинин, М. Т. Кобзарь. – М. : СИП РИА, 2001. – 224 с.
7. Леонов А. П. Компьютерная преступность и информационная безопасность. – Мн. : АРИЛ, 2000. – 552 с.
8. Липаев В. В. Модели и стандарты управления рисками проектов программных средств // Информационный бюллетень «Jet Info». – 2005. – № 1 (140). – С. 29-34.
9. Kotenko I. Based Modeling and Simulation of Computer Network Attacks [текст] / I. Kotenko, E. Man'kov // Proceedings of Fourth International Workshop Agent-Based Simulation 4 (ABS 4), Montpellier, France, 2003. – P. 121-126.

---

***N. N. Pyrkin\****

*\*Pyrkin Nikolay Nikolaevich, applicant of «Economy and Management» department of Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: office@tolgas.ru*

**ECONOMIC DAMAGE CAUSED BY UNAUTHORIZED ACCESS  
TO INFORMATION SYSTEMS OF SERVICE SPHERE ENTERPRISES**

*Key words: monitoring system, evaluation of events, incidents of information security, information system, service industry.*

*The article presents stages and procedure of information security management system. The economic impact of internal intruder's unauthorized access is considered. Solutions for information security management are proposed. Methodology for assessing company's information security is determined. The appropriate methods of assessment and analysis are numbered.*

УДК 332.8.001.7

**И. М. Сафарова\***

*\*Сафарова Ирина Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА УСЛУГ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

*Ключевые слова: государственное регулирование, динамика износа, жилищно-коммунальные услуги, модернизация, потребитель, стандарты качества, эффективность обслуживания.*

*Существующее положение дел в жилищно-коммунальном комплексе страны характеризуется наличием целого ряда серьезных проблем, одной из которых является низкое качество предоставляемых жилищно-коммунальных услуг. Проблема повышения качества в настоящее время – одна из ключевых для любой организации, предприятия, сферы жизнедеятельности, государства в целом. Важность и остроту данная проблема приобрела в рамках жилищно-коммунального хозяйства страны в условиях его реформирования, что объясняется особой социальной значимостью этой сферы.*

Пристальное внимание общества к жилищно-коммунальному хозяйству является одной из характерных черт сегодняшнего дня. Наиболее актуальные проблемы жилищно-коммунального хозяйства связаны с тарифной политикой и качеством оказываемых населению услуг. При этом мнения о подходах к организации жилищно-коммунального обслуживания высказываются самые разнообразные. Переход к бездотационному функционированию жилищно-коммунального хозяйства с одновременным развитием системы адресных компенсаций (субсидий) на оплату жилищно-коммунальных услуг, финансируемых из бюджетных средств (А. А. Аболин, Л. Н. Чернышов) [9], демонополизация и создание конкуренции в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг (А. А. Дронов, Л. Н. Чернышов) [9] является основным направлением государственной политики, проводимой в последние годы. Следующий подход – организация системы государственного регулирования и контроля цен и тарифов в сфере жилищной и коммунальной деятельности (Ф. Г. Таги-Заде, А. Н. Ряховская) [3, 5, 7]. Изменение системы ценообразования и тарифной политики, как основного направления совершенствования системы управления отраслью, нашло свое отражение в исследованиях

и разработке нормативов ЦНИС (М. Е. Пушкин, Б. В. Хмельников), работах института «Экономика ЖКХ» (И. В. Бычковский, И. Г. Минц), работах А. Н. Кирилловой, С. Р. Хачатряна [4]. Реформе организационных структур в жилищно-коммунальном хозяйстве, договорных отношений, правоотношений в структуре управления было уделено большое внимание в исследованиях фонда «Институт экономики города» (С. Б. Сиваев, Д. П. Гордеев, Т. Б. Лыкова, М. С. Румянцев, Н. Б. Косарева), С. Л. Филимонова, И. П. Маликовой [8].

Однако отличительной особенностью выводов, сформулированных экономистами в период продвижения реформы жилищно-коммунального хозяйства, является отведение первостепенного значения институциональным преобразованиям в данной сфере, направленным на гарантированное обеспечение некоторого социального стандарта жилищно-коммунального обслуживания.

Нельзя сказать, что субъекты, от которых зависит решение многих вопросов практической деятельности предприятий и организаций жилищно-коммунального хозяйства, находятся в стороне от проблемы стандартов жилищно-коммунального обслуживания. Еще в 1994 году в утвержденных правилах предоставления коммуналь-

ных услуг были определены основные условия снижения размеров оплаты при некачественном (не соответствующим определенным стандартам) оказании жилищно-коммунальных услуг. Во многих регионах действуют положения, предусматривающие возможность перерасчета оплаты при несоблюдении стандартов предоставленных жилищных и коммунальных услуг.

Однако проблема значительно глубже – в сложившемся стереотипе подхода к ней, который условно исчерпывается формулой «жалоба – наказание, т. е. штрафная санкция». Решение о перерасчете платежа принимается (или может быть принято) только после жалобы потребителя. Действующие нормативные акты носят сугубо репрессивный характер. В то же время сомнительна эффективность подобных документов. Тем более когда речь идет об экономике. Ведь дело не только в том, что не хватает финансовых средств на замену труб или профилактический ремонт подъезда, главное заключается в том, что в условиях нестабильного финансового положения предприятий одни штрафные санкции к ним не могут привести и не приведут к улучшению качества их работы и, как следствие, производимых ими услуг (работ). Напротив, в большинстве случаев при массовом предъявлении претензий, сопровождающихся реальными снижениями платежей граждан, предприятия окажутся в условиях постоянного отсутствия оборотных средств на своих расчетных счетах, что приведет к ухудшению качества и снижению уровня стандартов предоставляемых услуг.

Кроме того, имеются определенные трудности и в объективном доказательстве обоснованности жалоб населения. Еще одна особенность заключается в том, что жалуются конкретный человек в конкретной квартире, проживающий в многоквартирном доме, жильцы которого могут иметь иное мнение. Жалобы, как правило, не совпадают по времени их фиксирования (записи в журнале диспетчера) с моментом реагирования на несоответствия эксплуатирующими дом службами (составлением акта нарушения качества или полного отсутствия услуги). На практике это приводит к

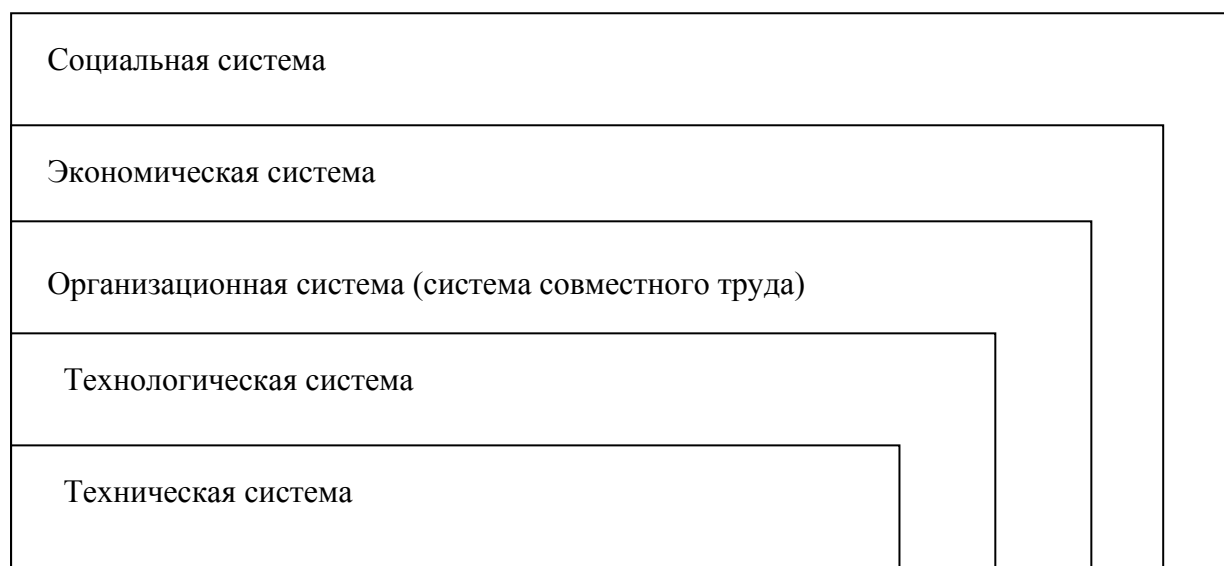
тому, что недостаточная оснащенность приборами учета и контроля, отсутствие автоматизированных систем диспетчерского управления процессами производства и потребления энергоресурсов делают процедуру своевременного перерасчета оплаты невозможной.

Сложность управления всегда является следствием сложности управляемого объекта. Жилищно-коммунальное хозяйство представляет собой сложную систему, устойчивое функционирование которой зависит от целого ряда обязательных условий, в том числе и стандартов. Остановимся на тех моментах, которые наиболее существенны с позиции обеспечения предоставления качественных жилищных и коммунальных услуг. Согласимся с точкой зрения Ю. Н. Кулакова на то, что сложной систему жилищно-коммунального хозяйства делает прежде всего большое количество включенных в состав системы разнородных элементов и, соответственно, связей между ними [1] (рис. 1).

Части общей системы жилищно-коммунального хозяйства объединены между собой по принципу иерархии: каждая последующая система включает в себя все предыдущие. Начать следует с того, что при переходе на каждый более высокий уровень потенциальная эффективность системы последовательно снижается. Действительно, потенциал действия элементов технической системы (конструкции жилых зданий, инженерные коммуникации, применяемое оборудование) весьма велик – они рассчитаны на бесперебойную эксплуатацию в течение десятков (сотен) лет.

С этой точки зрения они весьма эффективны. В то же время любая технология (технологическая система), реализуемая на основе технических элементов, предполагает обязательное наличие технологических перерывов, примерами которого могут служить подготовительно-заключительный период работы оборудования, регулярные технические осмотры и другие так называемые регламентные мероприятия, в течение которых элементы технической системы «выпадают» из нормального режима функционирования.





*Рис. 1. Общая схема декомпозиционной структуры жилищно-коммунального хозяйства*

В еще большей степени потери эффективности проявляют себя на уровне организационной системы. Она называется также системой совместного труда, поскольку в ней овеществленный труд, в технических средствах и технологиях, соединяется с непосредственным, живым трудом исполнителей по эксплуатации и обслуживанию жилищно-коммунального хозяйств муниципального образования. От качества живого труда, то есть от квалификации и практического опыта работников всех специальностей, в решающей степени зависит конечная эффективность функционирования жилищно-коммунального хозяйства, достижение качества оказываемых услуг, и именно организационная система является источником большого числа сбоев, непроизводительных затрат и потерь. Как известно, человеческий фактор (точнее, качество обслуживания) служит причиной большого количества нештатных ситуаций.

Совершенно очевидно, что экономические результаты (показатели экономической системы) не могут быть лучше, чем уровень эффективности предшествующих систем. Технические, технологические и организационные потери неизбежно влекут за собой негативные экономические последствия – увеличение издержек, снижение выручки от реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также несоответствие предоставляемых услуг

действующим стандартам. За период с 2000 года по настоящее время все макроэкономические показатели в России имеют положительную динамику. И на этом фоне особенно негативное впечатление производит увеличивающееся несоответствие предоставляемых жилищно-коммунальных услуг действующим стандартам. Приведенная на рис. 1 схема позволяет сделать вывод, что именно неудовлетворительное состояние технической системы, то есть сверхизношенность всех ее элементов, является основной (и что наиболее существенно – первичной) причиной крайне низкой эффективности организации предоставления жилищно-коммунальных услуг. Если износ технических элементов значительно превышает нормативные значения, то никакие самые прогрессивные технологии, приборы учета и другие подобные меры не будут в состоянии изменить ситуацию к лучшему. Закономерным следствием будет и крайне низкая эффективность живого труда – все большая его доля будет тратиться на выполнение аварийно-ремонтных и восстановительных работ.

В процессе организации предоставления жилищно-коммунальных услуг необходимо рассматривать еще одно чрезвычайно важное обстоятельство, а именно динамику износа. Несмотря на различия его определения в имеющихся отраслевых методиках, все они сходятся в одном: износ нарастает нелинейно, прогрессивно. Это означает, что

техническая система при ненадлежащем режиме своего функционирования, некачественном, неполномасштабном и несвоевременном проведении ремонтов неизбежно достигнет некоторой критической точки, после которой снашивание приобретет лавинообразный характер. Следовательно, можно сформулировать следующие рекомендации организации предоставления жилищно-коммунальных услуг:

- настоятельно необходимым является мониторинг всех элементов технической системы, который позволит не только определить фактическую степень износа, но и выявить динамику его нарастания;

- в инвестиционных проектах, реализуемых на территории муниципального образования, значительный удельный вес должны занимать такие воспроизводственные мероприятия, как капитальный ремонт (в результате которого снижается физический износ), модернизация (осуществление которой снижает моральный износ) и особенно реконструкция (направленная на одновременное снижение и физическое, и морального износа).

Каждая из представленных на рис. 1 систем, естественно, включает в себя множество конкретных элементов, причем все эти элементы являются агрегированными (составными). Совершенно ясно, что если принять в качестве единичного элемента технической системы жилой дом, то он включает совокупность конструктивных элементов, групп элементов (видов конструкций). Соответственно, будут различаться конкретные технологические процессы и организация труда. С точки зрения обеспечения потребителей качественными услугами существенным является то, что функционирование конкретных элементов в составе жилищно-коммунального хозяйства объективно характеризуется разными факторами и совокупной величиной риска, а сами эти элементы, следовательно, обладают неодинаковой надежностью. Иначе говоря, жилищно-коммунальное хозяйство и в техническом, и в технологическом, и в экономическом, и в организационном, и даже в социальном отношении представляет собой разнонапряженную систему – вероятность нарушения нормативного режима функционирования неодинакова для

различных элементов. Поэтому в процессе организации предоставления жилищно-коммунальных услуг необходимо определять сравнительные приоритеты конкретных элементов с позиций воздействия их функционирования на соответствие стандартам качества в целом.

Стандарты качества жилищно-коммунальных услуг своей особенностью имеют ориентацию на потребителя. Принципы, заложенные в основу данного подхода, соответствуют современной идеологии международной системы стандартов качества ISO 9001:2000, важнейшие из которых – это ориентация на потребителя, процессный подход, обратная связь. При этом на стандарты ложится основная функциональная нагрузка по заданиям количественных требований к объектам и субъектам жилищно-коммунального хозяйства.

Новация для отрасли заключается в определении стандартов на жилищно-коммунальные услуги как системы нормативно-технических документов, устанавливающих единицы величин, единые термины и их определения, требования к услугам и производственным процессам, которая определяет оценку жилищно-коммунального обслуживания потребителем. Особенностью, которая в значительной части определяет содержание конкретных документов, является правовая регламентация функций регулирующих органов на федеральном, региональном и местном уровнях, схема которой представлена на рис. 2.

Следовательно, стандарты обслуживания представляют многоуровневую иерархическую систему, охватывающую всех участников рынка жилищно-коммунальных услуг: регулирующие органы, управляющие организации, потребителей, поставщиков услуг. Стандарты верхних уровней являются комплексными. Именно такой подход отражает сложность и неоднозначность процессов поставки услуг сначала в здание, затем в конкретное жилое помещение и оценку потребителем полученных им услуг. Значительная роль в измерении комплексных показателей качества отводится экспертным методам. Такая постановка вопроса позволяет определять уровень стандартов и при отсутствии приборов свести к минимуму давление всех субъектов рынка услуг друг на

друга и в то же время учесть комплексные показатели качества всех уровней при расчете конечного или обобщенного показате-

ля качества жилищно-коммунальных услуг в муниципальном образовании.

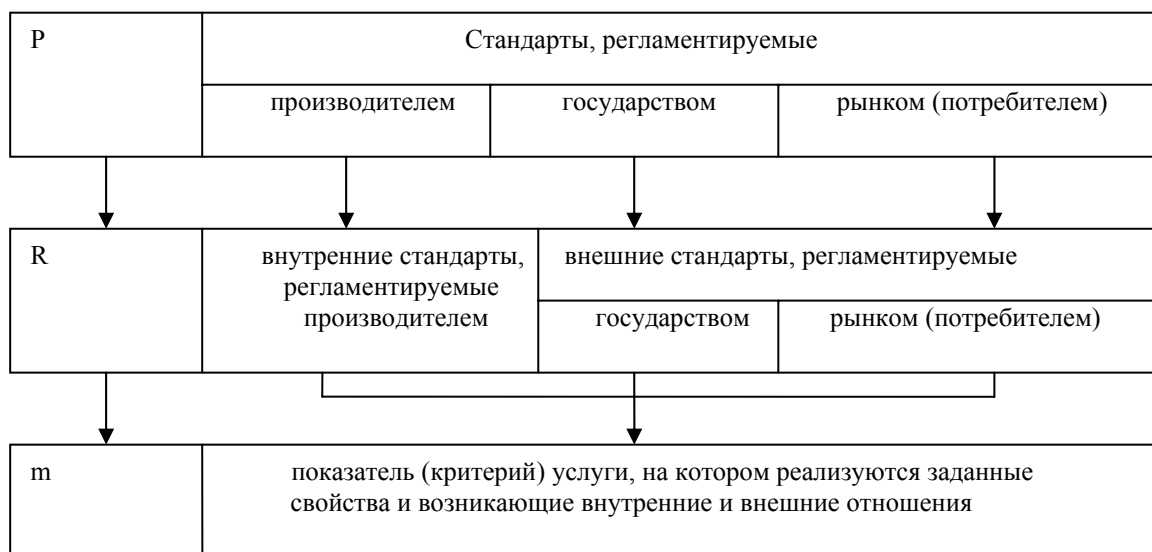


Рис. 2. Схема правовой регламентации стандартов

Стандарты самого нижнего уровня определяют стандарты жилищных и коммунальных организаций. Они характеризуются уровнем соответствия параметров производимых и поставляемых ими услуг нормативным или требуемым значениям. Данная группа показателей качества представляет собой комплекс единичных показателей, которые можно инструментально измерить. Единичные показатели качества довольно хорошо известны, их большая часть содержится в строительных нормах и правилах, стандартах и прочих нормативных актах. Однако необходимо подчеркнуть, что основу системы показателей качества жилищно-коммунальных услуг составляют комплексные показатели, соответствующие среднему уровню – уровню потребителя. Методика измерения стандартов жилищно-коммунального обслуживания должна определять основные принципы и требования к системе оценки жилищно-коммунальных услуг и, самое главное, возможность количественного измерения экспертных мнений.

Стандарты обслуживания являются основой для организации постоянного мониторинга уровня качества предоставляемых потребителями услуг, количественное значение которого должно учитываться регулирующими органами при формировании цен и тарифов. Более высокому качеству

услуги должна соответствовать и более высокая ее стоимость. Сопоставимость жилищно-коммунальных услуг по уровню качества является одним из объективных критериев возможного направления инвестиций на территории. Перерасчет оплаты при несоблюдении качества жилищно-коммунальных услуг не связан с системой ценообразования. Его цель иная – это соблюдение принципа справедливости, вытекающего из защиты прав потребителей. Единая методика перерасчета должна определить условия, основания, алгоритм изменения платежей потребителей при некачественном предоставлении услуги и найти свое место в общей системе стандартов жилищно-коммунального обслуживания.

Весь процесс жилищно-коммунального обслуживания представляет собой совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов системы жилищно-коммунального хозяйства, используемых принципов, методов, функций управления на различных этапах жизненного цикла услуги и уровнях организации жилищно-коммунального обслуживания. Этот процесс должен обеспечить эффективную организацию предоставления жилищно-коммунальных услуг и включает в себя следующие подпроцессы:

а) прогнозирование потребностей рынка жилищно-коммунальных услуг, технического уровня и качества услуг; б) планиро-

вание обеспечения стандартов жилищно-коммунального обслуживания; в) нормирование требований к качеству жилищно-коммунальных услуг и стандартизация; технологическую основу предоставления услуг; г) организацию взаимоотношений между всеми субъектами технологической цепочки; д) обеспечение стабильности запланированного уровня жилищно-коммунального обслуживания на всех стадиях его жизненного цикла; е) внутрипроизводственную аттестацию технологических процессов, рабочих мест, исполнителей; ж) стимулирование и ответственность за достигнутые уровни стандартов; з) контроль за качеством жилищно-коммунального обслуживания и его соответствием запланированным стандартам.

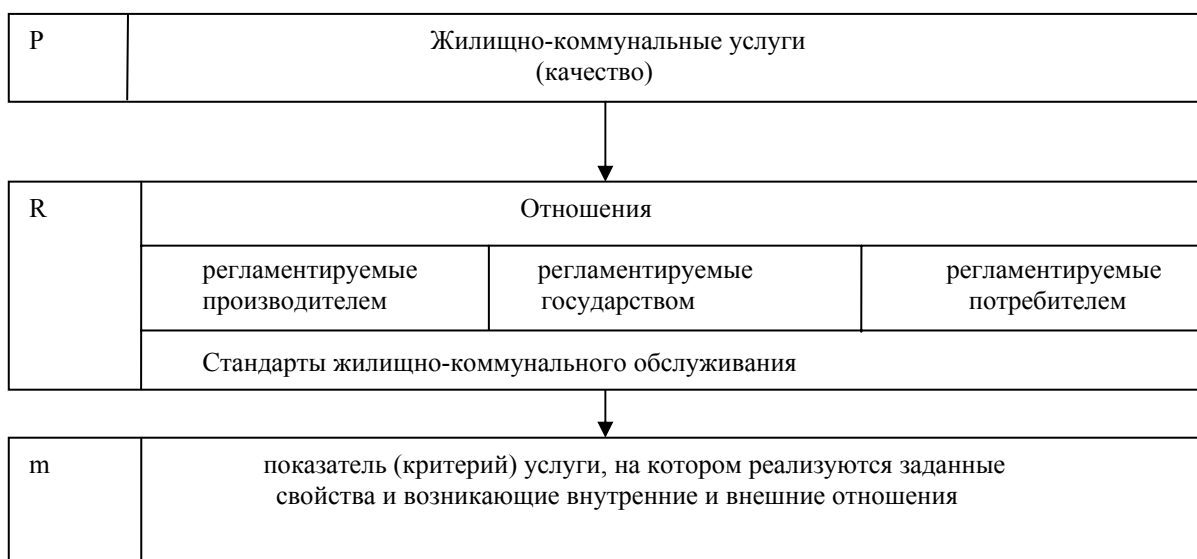
В составе данного процесса целесообразно выделить ряд общих, специальных и обеспечивающих подсистем.

К числу общих подсистем необходимо отнести подсистемы прогнозирования и планирования технического уровня жилищно-коммунального обслуживания, регулирования, контроля и анализа изменения стандартов обслуживания, стимулирования и ответственности за качество услуг. В состав специальных подсистем введем подсистемы стандартизации, аттестации и сертификации. Обеспечивающие подсистемы включают в свой состав подсистемы право-

вого, информационного, кадрового, организационного, технологического и экономического обеспечения стандартов. В рамках общей теории систем жилищно-коммунальное обслуживание рассматривается с двух сторон: как система; как элемент синтезированной системы «услуги – потребитель».

В обоих случаях для этого можно использовать компактное выражение:  $[R(m)]P$ , где  $R$  – релятивный концепт (отношения);  $P$  – атрибутивный концепт (свойства);  $m$  – показатель (критерий, характеристика).

Рассматривая жилищно-коммунальное обслуживание как систему, системообразующими параметрами можно считать такие свойства, как надежность, безотказность, комфортность. Возникающие внутренние отношения в системе нормируют и регламентируют производители. Государство с помощью законодательства защищает права потребителей. Как элемент синтезированной системы жилищно-коммунальные услуги вступают во внешние отношения с потребителями. Одни отношения регламентирует и контролирует государство (например, параметры опасности или безопасности), другие – рынок как представитель совокупности потребителей (набор работ). Поскольку в основе классификации жилищно-коммунальных услуг лежат их особенности, то представить систему можно в виде схемы (рис. 3).



**Рис. 3.** Система жилищно-коммунального обслуживания

Как следует из предложенной схемы, качество, являясь атрибутивным концептом, определяется совокупностью свойств, в ре-

зультате которых возникают отношения, регламентируемые производителем, государством и рынком (потребителем). Все

виды отношений регламентируют стандарты или технические условия на жилищно-коммунальное обслуживание. Параметры свойств и отношений являются системообразующими. В этом подходе заложена связь между стандартом обслуживания и безопасностью проживания, очерчиваются границы участия государства и потребителей в регулировании стандартов жилищно-коммунального обслуживания.

Таким образом, в основе обеспечения качества жилищно-коммунальных услуг заложены

принципы ориентации на конечного потребителя, отслеживания и объективного измерения уровня качества предоставляемых услуг, учета достигнутого уровня качества в системе цен и тарифов на жилищно-коммунальные услуги, оперативного реагирования регулирующих органов и хозяйствующих субъектов на динамику качества жилищных и коммунальных услуг; вовлечения всех заинтересованных сторон в процесс улучшения жилищно-коммунального обслуживания.

#### *Библиографический список*

1. Грабовой П. Г. Руководство для мэра по организации и управлению городским хозяйством / под общ. ред. проф. П. Г. Грабового, проф. Л. Н. Чернышова. – М. : Реалпроект, 2004. – С. 54.
2. Губина А. С. Особенности современного процесса развития ЖКХ муниципального образования // ЖКХ. – 2006. – № 11. – Ч. 1. – С. 25.
3. Ряховская А. Н. Затратная цена и «уравниловка» в оплате услуг ЖКХ / А. Н. Ряховская, Ф. Г. Таги-Заде // Экономическая политика. – 2002. – № 10. – С. 10-12.
4. Хачатрян С. Р. Методические основы формирования системы индуктивных показателей реформы ЖКХ / С. Р. Хачатрян, А. Н. Кириллова // Проблемы теории и практики реформирования региональной экономики. – 2002. – № 4.
5. Ряховская А. Н. Проблема конкуренции в жилищной сфере / А. Н. Ряховская, Ф. Г. Таги-Заде // Жилищное хозяйство. – 2002. – № 10. – С. 16-19.
6. Дурнев В. Н. Проблемы развития сферы услуг ЖКХ / В. Н. Дурнев, В. П. Лопасов // ЖКХ. – 2006. – № 12. – Ч. 1. – С. 74.
7. Ряховская А. Н. Проблемы антикризисного управления ЖКХ в муниципальных образованиях. – М. : ИПК госслужбы, 2001. – 172 с.
8. Филимонов С. Л. Об управлении в жилищной сфере // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ. – 2005. – № 1.
9. Чернышов Л. Н. Ценовая и тарифная политика в жилищно-коммунальном хозяйстве. – М. : Книжный мир, 1998. – 248 с.

#### ***I. M. Safarova\****

*\*Safarova Irina Mikhajlovna, Candidate of Economics, Dean of «Economy, Management and Commerce» faculty of Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

#### **CONCEPTUAL DECISIONS IN MAINTENANCE OF QUALITY OF SERVICES ON THE BASIS OF THE SYSTEM APPROACH**

*Key words: state regulation, deterioration dynamics, housing and communal services, modernization, the consumer, the quality standards, efficiency of service.*

*The existing state of affairs in housing and communal complex of the country is characterized by presence of a lot of serious problems, one of which is low quality of housing and communal services. Now the problem of improvement of the quality is one of key for any organization, enterprise, sphere of live activity, and the state as a whole. The given problem has got importance and acuteness within the limits of housing and communal services of the country in conditions of its reforming. It illustrates special social importance of this sphere.*

**Л. В. Глухова\***

*\*Глухова Людмила Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Прикладная информатика в экономике» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: prof.glv@ya.ru

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ**

*Ключевые слова: инновационная экономика, национальная инновационная система, управление инновационными процессами, конвергенция, интеллектуальные агенты, модель мультиагентной информационной системы управления инновационной средой предприятий.*

*Автор считает, что приоритеты государственного участия в инновационной деятельности должны быть сосредоточены на уровне регионов. Это обеспечит условия интенсификации расширенного воспроизводственного процесса промышленности. Для усиления конвергенционных связей предложена мультиагентная модель управления инновационными процессами предприятий региона, основанная на управлении знаниями в распределенной среде взаимодействия субъектов экономики.*

Современные тенденции экономического развития страны показывают, что инновационная деятельность предприятий становится одним из основных факторов, стимулирующих устойчивое развитие экономики.

Базовым институтом, обеспечивающим перевод экономики на инновационный путь развития, является национальная инновационная система (НИС). Решающую роль в формировании НИС играет государство, политика которого ориентирована на развитие науки, высокотехнологической промышленности и образования.

Переход страны к инновационной экономике требует формирования национальной инновационной системы, которая определяется как федерально-региональная система, являющаяся составной частью экономики государства и представляющая собой совокупность хозяйствующих субъектов, взаимодействующих в процессе производства, распространения и применения новых, экономически выгодных знаний. Направления деятельности НИС определяются проводимой макроэкономической политикой страны и регламентируются соответствующей нормативно-правовой базой государства [1].

С учетом современных тенденций эко-

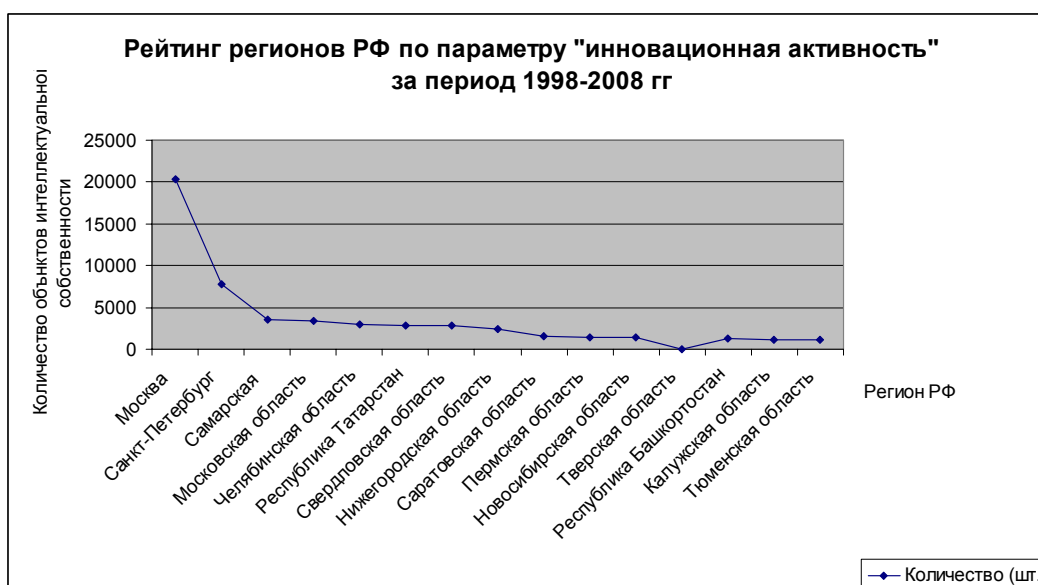
номического развития страны национальная инновационная система должна удовлетворять требованиям экономического роста, что возможно, во-первых, за счет повышения эффективности использования интеллектуальной составляющей у квалификационного ресурса предприятия на всех уровнях экономического управления. Это приводит к повышению конкурентоспособности экономики в целом.

Статистические данные интеллектуальной активности квалификационного ресурса по Самарской области за период 2006-2008 гг. показал, что область в округе по количеству заявок на изобретения в 2008 году занимала второе место, а в 2007-м – третье место. На полезные модели первое и второе место соответственно, а на товарные знаки третье и второе место. Это позволяет судить о наличии интеллектуального потенциала у квалификационного ресурса предприятий региона. По Российской Федерации за анализируемый период 2006-2008 гг. Самарская область входит в первую десятку. По подаче заявок на изобретения она занимает 7-е место. По подаче заявок на полезные модели – 4-е место, а на товарные знаки – 10-е место по итогам 2008 года [2].

Во-вторых, национальная инновацион-

ная система должна обеспечить устойчивое функционирование экономики в условиях проявления внешних неблагоприятных факторов за счет собственных конкурентных преимуществ, прежде всего интеллектуального и научно-технического потенциала, что может быть отражено повышением индекса инновационной активности предприятий и организаций.

Из 57 субъектов, по которым зафиксирован рост интеллектуального потенциала, Самарская область в 2003 (274) году занимала 3 место после Москвы (571) и Санкт-Петербурга (274). За период с 1998-го по 2008 г. Самарская область входила в десятку ведущих регионов, в котором распределение свидетельств осуществлялось по 31 направлению.



**Рис. 1.** Индекс инновационной активности предприятий и организаций Самарской области

Кроме того, было выявлено, что при распределении свидетельств Российской Федерации по регионам принадлежности свиде-

тельства/заявителя первые 15 мест за 15 лет (1998–2008) заняли заявители (табл. 1).

*Таблица 1*

**Долевая инновационная активность субъектов РФ**

Регион РФ	Количество (шт.)	Доля в общем количестве (%)
Москва	20281	26,43
Санкт-Петербург	7810	10,18
Самарская область	3486	4,54
Московская область	3330	4,34
Челябинская область	2910	3,79
Республика Татарстан	2879	3,75
Свердловская область	2777	3,62
Нижегородская область	2351	3,06
Саратовская область	1584	2,06
Пермская область	1427	1,86
Новосибирская область	1421	1,85
Тверская область	1,258	1,63
Республика Башкортостан	1210	1,57
Калужская область	1170	1,52
Тюменская область	1161	1,51
Итого	55055	71,77

Отсюда видно, что в Самарской области имеется интеллектуальный и научно-технический потенциал. Это отражено повышением индекса инновационной активности предприятий и организаций региона.

В-третьих, национальная инновационная система должна обладать способностью интеграции в инновационные системы более высокого уровня, с тем чтобы иметь возможность использования внешних рынков и ресурсов, в первую очередь финансовых. Об этой способности свидетельствует развитие инновационных технологических сетей, в которых инновационная деятельность основана на консолидации компонентов научно-технического, промышленного, экономического и финансового потенциалов, рассредоточенных между отдельными промышленными предприятиями и экономическими структурами. Политика государства здесь проявляется в потребности разработки механизмов конвергенции науки и производства при реализации крупных инновационных проектов, что обуславливает потребность в создании ситуаций для сближения разработчиков и потребителей новации с целью быстрой коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

При таком подходе приоритетная государственная поддержка управления и развития функционирования национальной инновационной системы, по мнению автора, должна быть актуализированная на региональном уровне, где НИС может стать инструментом развития регионов и способствовать уменьшению дифференциации в их социально-экономическом развитии.

На макроуровне инновационного развития региона, который, в свою очередь, является мезоуровнем экономического управления и развития инновационной деятельности предприятий, организационно-функциональная структура НИС состоит из трех блоков: генерации, передачи и реализации знаний.

Система генерации знаний включает в себя на государственном уровне фундаментальные и прикладные исследования и разработки, выполняемые в интересах государства.

Основу системы передачи знаний на макроуровне составляет образование, которое аккумулирует знания, полученные в результате фундаментальных исследований, и обеспечивает их диффузию по различным формализованным и неформализованным

каналам, требующим наличия специальных механизмов трансферта с высокой степенью защиты передаваемой информации.

Система реализации знаний подразумевает обеспечение выпуска наукоемкой продукции на основе полученных новых знаний.

Одной из проблем, требующей решения при формировании такой НИС на региональном уровне, является разработка системы измерений эффективности инновационных процессов, реализованная в модели методами структурного анализа и синтеза.

Предлагаемая система измерений позволяет проводить анализ инновационной деятельности предприятий, формировать сравнительную оценку ее эффективности на уровне региона и учитывать рост инновационного потенциала квалификационного ресурса предприятия, а также влияние рисков инновационной деятельности, возникающих в инновационной среде предприятий региона.

Учитывая, что целевым ориентиром развития экономической системы является экономический рост, возможный за счет повышения конкурентоспособности предприятий и их инновационной активности, автором была разработана модель мультиагентной информационной системы управления инновационной средой предприятий региона. В ней приоритетная поддержка государства направлена на создание условий для максимального сближения разработчиков и потребителей научно-технических результатов, организации постоянных контактов и взаимодействия между ними, обеспечивая и поддерживая их конвергенцию.

На рис. 2 представлена модель мультиагентной информационной системы для автоматизированного управления инновационной средой предприятий Самарского региона в виде взаимодействия ее компонентов в триаде: надсистема, система, подсистема. Роль государства отражена в блоке внешней среды. Модель состоит из модулей и отдельных блоков, является многоуровневой и многоядерной. Каждое из ядер представляет собой автоматизированную информационную систему управления или экспертную систему, в которой реализован определенный принцип управления. Мультиагентная система умеет адаптироваться под изменение требований внешней среды за счет аппарата структурного анализа и



синтеза, в результате использования которого определяется система измерений качества для контролируемых параметров и формируются модели управления всеми процессами системы с позиций требований внешней среды. Задачи мультиагентной

информационной системы – динамическое распределение информации между другими агентами, в которых реализована способность к взаимодействию друг с другом и многомерному анализу информации, полученной в процессе решения целевых задач.



*Рис. 2. Взаимодействие ядер системы*

С точки зрения «интеллектуальности» агенты приспособлены к принятию решений в условиях неопределенности ситуации, через механизмы самообучения при возникновении новой нестандартной ситуации. Основными элементами интеллектуального агента, дающими ему возможность обладать определенным уровнем восприятия, умения познавать и действовать, являются базы знаний в сфере инновационной деятельности, содержащие модели простейших ценностей и отношений и алгоритмы анализа, обучения и ситуативной ориентации. Эффективность инновационного процесса обеспечивается на основе одновременного расширения круга субъектов инновационной деятельности, усложнения связей между ними и перерастанием таких связей в научно-промышленное сотрудничество, обеспечивая конвергенцию науки и производства. Это приводит общественно-экономические производственные отношения в соответствие с меняющимися условиями развития производительных сил, характерными для постиндустриального общества.

В модели мультиагентной информационной системы управления инновационной

средой региона конвергенция проявляется в том, что основные параметры науки становятся взаимосвязанными и соподчиненными звеньями структуры более высокого порядка, объединенными единой, общей целевой функцией. Основным признаком возникающих в модели конвергентных связей является появление институтов, функционально объединяющих науку с производством посредством системы информационного обеспечения. Развитие конвергентных процессов привело к созданию инновационных сетевых структур, обеспечивающих инновационный цикл выпуска конкретной конкурентоспособной продукции, что в модели поддерживается мультиагентными связями. Вероятностная и стоимостная оценка реализации негативной составляющей, определяющей риски функционирования инновационной среды, измеряется количественно и оценивается за счет механизма структурного анализа и синтеза, позволяющего своевременно вносить корректирующие действия и снижать инновационную неопределенность, управляя инновационной противоречивостью.

Использование полученной модели с

учетом результатов структурного анализа и синтеза позволило определить, что минимальной долей государственного участия в инновационной деятельности является обеспечение условий эффективной коммерциализации и снятие различных бюрократических барьеров на уровне регионов. Это отражается и определяется проводимой государственной политикой, ориентированной на развитие науки, высокотехнологической промышленности и образования и их взаимодействие с бизнесом, позволяющее, в конечном итоге, интенсифицировать расширенный воспроизводственный процесс регионов, включающий нововведенческую, финансовую и реально инвестиционную составляющую и обеспечивающий ее коммерциализацию и социализацию. Предложенная модель мультиагентной информационной системы управления инновационной средой предприятий регио-

на и стратегия взаимодействия отраслей производственного сектора экономики при реализации нововведений в регионе позволяет мобилизовать внутренние резервы, обеспечить дополнительный приток ресурсов за счет изменения направления и структуры движения капитала, сбалансировать уровень развития и скоординировать управление развитием регионов за счет комплексной реализации механизмов интеграции и трансфера технологий.

Таким образом, в долгосрочной перспективе производственный сектор экономики получит не только стабильные, устойчиво растущие темпы прибыли, обеспеченные конкурентоспособной и наукоемкой продукцией, но и обеспечит завоевание значительной доли рынка, что будет способствовать приросту экономического потенциала и укреплению имиджа России в целом.

#### *Библиографический список*

1. Глухова Л. В. Экономика знания: модели, методы, управление : монография. – М. : ИКИП, 2008. – 84 с.
2. Ежегодное патентное обозрение за 2008 год: Патентование в Российской Федерации / сост. Е. Е. Бирзгал, А. П. Колесников. – М. : Роспатент, 2008. – 333 с.
3. Патент № 71789, Российская Федерация, МПК G06F 17/30 (2006.01). Автоматизированная система управления качеством функционирования информационных процессов / Л. В. Глухова; заявитель и патентообладатель Глухова Л. В. – Заявка № 2007143523/22; приоритет 26.11.2007; опубл.20.03.2008 бюл. № 8.
4. Глухова Л. В. Мультиагентная система управления инновационной средой предприятий Самарской области // Вестник Казанского технологического университета. № 6. – Казань, 2008. – С. 290-298.

---

**L. V. Gluhova\***

*\*Gluhova Lyudmila Vladimirovna, Senior Lecturer of «Applied Computer Science in Economics» department of Volga Region State University of Service, Togliatti  
e-mail: prof.glv@ya.ru*

#### **DEFINING PRIORITIES OF THE STATE SUPPORT OF MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF NATIONAL INNOVATIVE SYSTEM**

*Key words: innovative economy, national innovative system, management of innovative processes, convergence, intellectual agents, model of multi-agent information control system of the innovative enterprise environment.*

*The author considers that priorities of the state participation in innovative activity should be concentrated in regions. It will provide conditions for intensification of industrial processes. In order to strengthen convergence communications the author suggested the system of innovative processes management of the regional enterprises, based on knowledge management in the distributed environment of economic subjects' interaction.*

УДК 332.1

**О. В. Маркова\***

*\*Маркова Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*  
e-mail: markovaolga@yandex.ru

## ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

*Ключевые слова: управленческое консультирование, сетевые и кластерные образования, кластеризация, свободные экономические зоны, конкурентоспособность региона.*

*Статья посвящена формированию условий для конкурентоспособного развития региона. В качестве основного фактора для этого рассматривается развитие управленческого консультирования. Это возможно при создании поддерживающих институциональных структур в виде сетевых и кластерных образований. Последнее осуществимо при образовании свободных экономических зон, которые рассматриваются как метод развития экономической ответственности отдельных зон регионов с целью более полного использования их потенциала.*

За последнее десятилетие и в России стала проходить «революция управляющих», но, несмотря на очевидность необходимости изменения методов и технологий управления предприятиями и регионами, хорошо освоена только одна управленческая технология – бюджетирование. Однако бюджетный процесс, по мнению ряда авторов [1, 2, 3], задает одно из возможных измерений и только один из критериев эффективности. Кроме того, бюджетирование – это завершающая стадия бизнес-планирования. Вначале необходимо прояснить цели деятельности, определить направления, которые позволят достигнуть намеченные цели, выбрать конкретные меры, а уж потом определить, какие и в каком количестве для этого потребуются ресурсы, в том числе и финансовые. В стране же, равно как и в регионах, не прояснив цели и направления развития, не расставив приоритеты, стараются «эффективно распределить» средства, полученные от продажи всеобщего национального богатства – природных ресурсов.

Эта ошибка тиражируется и на местных уровнях. Так, в городе Тольятти бизнесменами создан венчурный финансовый фонд для развития инноваций. Нам представляется, что вначале следовало бы установить, какие виды экономической деятельности позволят решить существующие экономические и социальные проблемы города и защитят от появления многих других проблем. Очевидно,

именно в эти виды бизнеса и надо инвестировать в первую очередь. На наш взгляд, в городе Тольятти необходимо срочно активизировать разработку и реализацию технологической территориальной развития с привлечением имеющегося интеллектуального капитала. В противном случае наметившаяся тенденция снижения уровня жизни населения города будет только укрепляться.

Справедливости ради следует констатировать, что диспропорции в экономическом развитии территорий есть во многих странах: север и юг Италии, Испании и даже США. По мнению П. Щедровицкого [6. С. 12], объективные различия географического и социально-экономического положения регионов, особенно в странах с большой территорией, таких как Россия, по мере развития рыночных отношений не только не сглаживаются, но и углубляются. Именно поэтому поиск эффективных региональных инструментов – не только и не столько дотирующего, сколько стимулирующего и развивающего характера – является одним из ключевых вопросов совершенствования государственных институтов во всем мире.

На наш взгляд, проводимые под влиянием управленческого консультирования преобразования в организациях и регионах должны иметь социально-этическую направленность. Этот подход наиболее актуален для Самарской области, интеллектуальный потенциал, который пока еще вы-

сокий, несмотря на начавшуюся интенсивную «утечку мозгов» в центральные регионы и за рубеж, где они находят активное применение. Наметившийся процесс снижения интеллектуального коэффициента г. Тольятти и Самарской области необходимо срочно приостановить, и сделать это можно максимальным привлечением специалистов к процессу «софтизации» производства и социальной жизни, создания и развития сферы деловых услуг для бизнеса, и в первую очередь для малого и среднего.

Необходимо заметить, что без развития экономической науки и консалтинга вообще невозможно ожидать крупных инвестиций в реальную экономику. Ведь перед предприятием, планирующим привлечь инвестиции, встают прежде всего две трудно разрешимые задачи: с одной стороны, оно должно проявить максимальную открытость, с другой стороны – показать себя в лучшем свете, обосновав свою привлекательность для вложения средств. С этой целью предприятию приходится осуществить определенные мероприятия, повышающие его инвестиционную привлекательность: провести ситуационный анализ; диагностику адаптированности предприятия к изменяющимся условиям внешней среды; определить его сильные и слабые стороны.

Практика прямого администрирования инноваций постепенно уступает место косвенным методам содействия, фокусируясь на создании поддерживающих институциональных структур, сетевых и кластерных образований.

Опыт передовых и развивающихся стран показывает, что кластер служит не только эффективным механизмом регионального развития, но и своеобразной площадкой для конструктивного диалога между представителями бизнеса, науки и органов государственной власти, что позволяет повысить вовлеченность частного сектора, государства, исследовательских и образовательных учреждений в инновационный процесс. В данном контексте интересной представляется адаптация кластерного подхода к российским условиям.

Для современной России актуальность концепции кластеров несомненна, поскольку:

- значительная часть созданного в СССР промышленного потенциала изначально не

была ориентирована на рынок;

- установившаяся в последнее десятилетие структура экономики снижает ее наукоемкость и повышает зависимость от интенсивности функционирования экономик развитых стран;

- стремительно разрушается технологический потенциал страны;

- низка эффективность российской промышленности;

- технологическое отставание от развитых стран не позволяет создавать конкурентоспособную наукоемкую продукцию и пр.

Несмотря на актуальность темы и более чем столетнюю историю развития кластерного подхода, вплоть до настоящего времени нет однозначного строгого определения кластера. Известные специалисты Штейнер и Хартман кластером называют ряд взаимодействующих фирм (в производственном или обслуживающем секторах) государственных, частных и частно-государственных исследовательских институтов и институтов развития, которые связаны рынком труда и/или связями затрат – выпуска, и/или технологическими связями [4. С. 83]. Ван ден Берг определяет кластер как локализованную сеть специализированных организаций, чьи процессы производства тесно связаны через обмен товарами, услугами и/или знанием [4. С. 83]. Таким образом, в наиболее общем случае под кластером понимают концентрацию предприятий, научных, образовательных, общественных организаций, связанных между собой сетями сотрудничества с целью обеспечения максимально возможной (при существующих ограничениях) эффективности и конкурентоспособности.

Говоря о формировании кластера в регионе, важно отметить необходимость концентрации «критической массы» предпосылок, а именно наличия [5. С. 61]:

• необходимого числа предприятий, специализирующихся на работе в рассматриваемой области;

• крупного предприятия (предприятий), на базе которого могут быть апробированы и реализованы в промышленном масштабе инновационные идеи и проекты;

• исследовательского центра, обеспечивающего фундаментальную научную базу инновационных идей и проектов;

- университета, обеспечивающего подготовку (переподготовку) высококлассных специалистов для рассматриваемой отрасли (для предприятий будущего кластера);

- понимания проблемы, воли и желания руководства участников объединить усилия в целях достижения стратегической цели;

- в регионе и за его пределами (как на внутреннем, так и на внешнем рынке) существенных, экономически целесообразных потребностей и спроса на инновационную продукцию кластера;

- в регионе серьезных задач из научной, прикладной, социально-экономической и прочих сфер деятельности человека;

- понимания того, что регион исходно рассматривается не разовым пространством для размещения отраслевого производства, а субъектом, способным на неоднократные инновационные программы и проекты, на перепроектирование и осуществление очередного жизненного цикла.

Для эффективной кластеризации необходимо еще одно немаловажное условие – это создание свободных экономических зон, которые в нашем понимании рассматриваются как метод развития экономической ответственности отдельных зон регионов с целью более полного использования их потенциала.

Эта формулировка понятия «свободная зона» охватывает весь спектр явлений, связанных с действием преференциального режима хозяйствования. При таком подходе свободная зона – это не только и не столько обособленная географическая территория, но скорее часть национального экономического пространства, где введена и применяется определенная система льгот и стимулов для бизнеса, не используемая в других его частях.

Таким образом, свободная экономическая зона (СЭЗ) представляет собой относительно обособленную часть территории страны, на которой устанавливается особый правовой режим для бизнеса, включающий налоговые, таможенные, административные и гражданско-правовые льготы и гарантии.

Несмотря на разнообразие свободных экономических зон в мире, можно выделить несколько универсальных характерных черт, присущих любой особой зоне:

1. Применение различных видов льгот и

стимулов, создающих наиболее благоприятные условия для инвестиций и ведения бизнеса. К таковым можно отнести и развитие средств инфраструктуры особой зоны и т. д.; административные льготы, упрощающие процедуры регистрации предприятий и лицензирования на территории особой экономической зоны, льготный визовый режим въезда-выезда иностранных граждан, минимизация проверок государственных контрольно-надзорных органов в течение первых 2-3 лет деятельности предприятия в особой зоне.

2. Наличие локальной, относительно обособленной системы органов управления зоной, имеющих право самостоятельно принимать широкие экономические решения.

3. Всесторонняя поддержка проекта свободной экономической зоны центральной, региональной и местной государственной властью.

4. Максимальная открытость свободной экономической зоны вливаниям иностранного капитала и мировому рынку.

В результате применения комплекса льгот норма прибыли в свободной экономической зоне в мировой практике составляет 30-35%, а иногда и больше: например, транснациональные компании получают в азиатских особых экономических зонах в среднем 40% прибыли в год. Существенно сокращаются (в 2-3 раза) сроки окупаемости инвестиционных проектов (считается нормальным для свободных зон, когда эти сроки не превышают 4-5 лет).

Следует отметить, что перечень, формы и методы предоставления льгот хозяйствующим субъектам СЭЗ определяются уникальным местоположением свободной зоны и реализуемыми на ее территории программами.

Важно, что в последние 5-7 лет во многих странах наблюдается тенденция к усилению косвенных рычагов регулирования деятельности свободных экономических зон при одновременном снижении прямого регулирования и государственного участия, в том числе бюджетного финансирования, субсидий, безвозмездных кредитов и т. д.

На основе анализа опыта многих стран, где были созданы особые экономические зоны, можно утверждать: есть некоторые объективные предпосылки их организации

и успешного функционирования, игнорирование которых приводит либо к полному провалу проекта особой зоны, либо к неадекватным экономическим результатам ее деятельности [2. С. 44]. К числу таких фундаментальных условий можно отнести следующие:

1. Удобное географическое положение, наличие развитых транспортных коммуникаций. На наш взгляд, неэффективно создавать свободные экономические зоны в глубинных регионах крупных стран, отделенных от пересечений крупных транспортных сетей национального и международного масштаба.

2. Наличие на территории будущей особой экономической зоны развитой производственной и социальной инфраструктуры. В нее входят объекты водо- и энергоснабжения, дороги, современные средства связи, развитая транспортная сеть и сфера сервиса, гостиницы, современные учреждения образования, здравоохранения, культуры, досуга и т. д. Причем, как правило, создание такой инфраструктуры для будущих инвесторов – задача самой страны-организатора особой экономической зоны.

3. Наличие или возможность развития широкого спектра деловых услуг (производственных, коммерческих, интеллектуальных и т. д.).

4. Кадровые ресурсы – наличие относительно дешевой и в то же время квалифицированной рабочей силы.

5. Высокий уровень банковских и других финансовых услуг, налаженные связи с международным финансовым рынком.

6. Отсутствие административно-бюрократических барьеров для организации бизнеса на территории особой экономической зоны, в том числе с участием иностранного капитала.

7. Адекватный уровень инвестиционного барьера, т. е. того размера финансовых средств, которые инвестор должен вложить в развитие особой экономической зоны за право вести в ней предпринимательскую деятельность на льготных условиях.

8. Развитая и стабильная правовая основа особой экономической зоны. Как показывает практика, создание свободных зон должно базироваться на законодательных актах, а не на быстро меняющихся решениях органов исполнительной власти.

9. Предоставление инвесторам, в том

числе и иностранным, четких государственных гарантий сохранности их инвестиций и иного имущества, расположенного на территории особой зоны.

10. Чрезвычайно важный фактор – наличие специальных органов управления особой экономической зоной, а также четкое разделение их полномочий и сферы ответственности с другими органами центральной, региональной и местной власти.

11. В целом благоприятный инвестиционный климат в стране, который зависит от политической стабильности, размера налогов, прозрачности законодательства и криминальной обстановки в обществе.

Следует понимать, что создание свободной экономической зоны отнюдь не является панацеей от всех экономических болезней и стопроцентной гарантией быстрого экономического расцвета какой-либо территории. Особая зона – всегда инновационный проект с высокой степенью риска и значительной вариативностью конечных результатов.

Однако если в итоге продуманной программы развития зоны, а также совместных усилий государства и частных инвесторов проект свободной экономической зоны начинает успешно работать и приносит плоды, его позитивная роль для конкретного региона и экономики страны в целом может быть весьма значительной [2. С. 49]:

- особые экономические зоны являются мощным катализатором социально-экономического, научно-технического и кадрового развития определенного региона, стимулируют создание новых рабочих мест и развитие высокотехнологичного промышленного производства;

- выступают одним из основных каналов связи между мировой экономикой и экономикой конкретной страны (региона);

- особые зоны представляют собой некий образец наиболее прогрессивных форм производства, управления и технологий;

- являются важнейшим инструментом привлечения иностранных инвестиций и мобилизации местных экономических ресурсов;

- стимулируют развитие новых форм бизнеса, являются своеобразным «полем для экспериментов» в странах с переходной экономикой.

Особая роль в развитии СЭЗ отводится

региональным и муниципальным органам власти. В соответствии с Федеральным законом РФ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения отнесены тридцать направлений жизнеобеспечения населения территории. Одновременно в законе сказано, что муниципальные образования вправе принимать к своему рассмотрению иные вопросы, отнесенные к вопросам местного значения законами субъектов Российской Федерации, а также вопросы, не исключенные из их ведения и не отнесенные к ведению других муниципальных образований и органов государственной власти.

Нам видится, что поставленные перед местной властью в законе задачи можно решить только при условии экономического развития территории. В этой связи считаем, что перечень обязательных вопросов, входящих в предмет ведения органов местного самоуправления, следует существенно расширить. Так, сюда не включены такие важные в современных условиях задачи, относящиеся к местным, как:

- создание благоприятных условий для развития предпринимательства, местная поддержка малого бизнеса;
- формирование местной инвестиционной политики, стимулирование и активизация инвестиционной и инновационной деятельности;
- поддержка функционирования некоммерческих организаций;
- содействие развитию конкуренции,

становлению рыночных отношений, развитию рыночной инфраструктуры.

Перечисленные задачи, как и ряд других экономических проблем, актуальны для местного самоуправления на этапе перехода к рыночной экономике. Надо отдать должное тому, что некоторые органы местного самоуправления учитывают сложившиеся условия местной жизни и вносят дополнения в типовой перечень вопросов местного значения. Так, в уставе города Тольятти, кроме общеустановленных вопросов местного значения, зафиксирована еще одна очень важная задача – создание условий для деятельности коммерческих и некоммерческих организаций, общественных объединений в соответствии с имеющимися материальными и иными ресурсами.

Нам представляется, что исходя из основных задач и функций, с целью выхода из экономического кризиса, важнейшими целями деятельности органов местного самоуправления г. Тольятти надо признать следующее:

- рост деловой активности населения, обеспечение достаточно высокой самозанятости трудоспособного населения;
- повышение уровня жизни населения, рост покупательской способности.

Территориальная организация общества требует для своего поддержания и функционирования особых экономических условий и механизмов. Именно поэтому экономика и территориальная организация общества непрерывно создают друг для друга основные требования, условия и определенные ограничения.

#### *Библиографический список*

1. Васильев Г. А. Влияние макросреды на развитие сферы консультационных услуг // Опыт и проблемы маркетинговой деятельности в российских предприятиях. – Пенза, 2001. – 225 с.
2. Зубченко Л. Л. Иностранные инвестиции. – М. : Зерцало-М, 2004. – 58 с.
3. Кулапина Г. М. Развитие управленческого консультирования как сферы услуг для малого и среднего бизнеса региона. – Тольятти, 2005. – 148 с.
4. Сташевская Г. Н. Формирование инновационного кластера на базе профильного технопарка как механизм регионального развития // Инновации. – 2009. – № 4. – С. 82-87.
5. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. – 2003. – № 5. – С. 58-63.
6. Щедровицкий П. Региональные аспекты управления // Эксперт. – 2000. – № 46. – С. 32-37.

**O. V. Markova\***

*\*Markova Olga Vladimirovna, Cand.Econ.Sci., senior lecturer of «Management» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: markovaolga@yandex.ru

### **MAIN FACTORS OF REGION COMPETITIVENESS**

*Key words: management consulting, network and cluster formation, clustering, free economic zones, region competitiveness.*

*The article focuses on the formation conditions for the competitive development of the region. Development of management consulting is considered to be the main factor of this process. This becomes possible on condition of creating supportive institutional structures in the form of network and cluster formations. This is provided by creation of free economic zones, which are considered as method of developing economic responsibility of the region individual zones with the purpose of using their potential in full.*

---

© Маркова О. В., 2010



УДК 338.46

**С. В. Машина\***

\*Машина Светлана Викторовна, соискатель кафедры «Экономика и управление» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: mashina\_sv@mail.ru

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: услуга, сфера услуг, непродовольственная сфера, сфера обслуживания.*

*В статье предлагается системное изучение сферы услуг, которое позволило представить уважаемому читателю основные группы проблем, необходимые для решения в современных условиях.*

Существенные структурные изменения, связанные с повышением роли и значения сферы услуг, в экономике развитых странах произошли во второй половине XX века. В таких странах, как США, Канада, Япония, Англия, Германия, в настоящее время в сфере услуг занято 60-70% экономически активного населения, доля услуг в ВВП превышает 70%, и эти показатели имеют тенденцию роста.

В России длительное время сфера услуг считалась имеющей вспомогательный характер по отношению к основному производству. К началу 2000 года в сфере услуг было занято около 40% работающих, ее доля в ВВП составляла 30,5%; а уже в середине года доля занятых в сфере услуг достигла 53,3%, доля услуг в ВВП – 40,6%.

Следует отметить ряд существенных моментов, сопровождавших отмеченные изменения: во-первых, как свидетельствуют приведенные показатели, произошли серьезные сдвиги в структуре занятого населения, в том числе «перелив» работающих из производственной сферы в сферу услуг; во-вторых, ее доля по-прежнему значительно отстает от развитых стран; в-третьих, несмотря на отставание, эта сфера экономики развивается, и именно ее развитие позволит в будущем обеспечить создание новых рабочих мест и реально снять проблему безработицы; в-четвертых, уровень развития отдельных сегментов (видов услуг) данной сферы существенно отличается.

Понятие сферы услуг имеет неоднозначную трактовку. В советский период сферу услуг отождествляли со сферой обслуживания. Однако даже в условиях плановой

экономики состав отраслей, формирующих сферу услуг, не имел четко выраженных границ. Ее определяли как «совокупность отраслей народного хозяйства, продукт которых (предметы потребления) выступает в виде определенной целесообразной деятельности (услуг)». В состав сферы услуг, или, иначе, сферы обслуживания населения, входили как отрасли, относящиеся к материальному производству, так и те виды деятельности, которые учитываются в рамках непродовольственной сферы.

Сущность непродовольственной сферы трактовалась как совокупность отраслей, финансирование которых осуществляется за счет прибавочного продукта, созданного в производственной сфере.

Поэтому, основываясь на марксистской теории, сферой услуг называли совокупность отраслей, результат функционирования которых выступает в виде целесообразной деятельности – услуги. В этой сфере «труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности». А сфера обслуживания включала «торговлю и общественное питание, жилищно-коммунальное хозяйство и бытовое обслуживание населения, пассажирский транспорт и связь в части обслуживания населения, образование; учреждения культуры и здравоохранения, физической культуры и спорта, социального обеспечения». Следовательно, в данном определении в составе сферы услуг не названы остальные отрасли непродовольственной сферы (например, финансы и кредит, управление).

Другое определение характеризует сферу услуг как включающую «торговлю и общественное питание, а также большинст-

во отраслей непроеизводственной сферы». В этом определении не названы транспорт и связь и не указаны отрасли непроеизводственной сферы, входящие в состав сферы услуг. С другой стороны, торговля и общественное питание в соответствии с классификацией отраслей входили в сферу материального производства. Следовательно, понятия «непроеизводственная сфера» и «сфера обслуживания» неравнозначны.

Наряду с названными понятиями в экономической литературе широко используются термины «инфраструктура», «социальная инфраструктура». Термин «инфраструктура» появился в экономической литературе в конце 40-х годов XX в. и заимствован из военного лексикона, где он обозначает комплекс сооружений, обеспечивающих действия Вооруженных сил.

Инфраструктура – это комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих промышленное и сельскохозяйственное производство: строительство шоссейных дорог, каналов, водохранилищ, портов, мостов, аэродромов, складов, энергетическое хозяйство, железнодорожный транспорт, связь, водоснабжение и канализация, общее и профессиональное образование, расходы на науку, здравоохранение и т. п.

Советская экономическая наука подразделяла инфраструктуру на две группы: производственную и непроеизводственную (социальную). В первую группу включали отрасли, непосредственно обслуживающие материальное производство: железные и шоссейные дороги, водоснабжение, канализация и др.; во вторую группу включаются отрасли, опосредованно связанные с процессом производства: общее и профессиональное образование, здравоохранение и т. д.

Социальную инфраструктуру подразделяют на социально-бытовую (жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание населения, торговля и общественное питание, пассажирский транспорт и связь по обслуживанию населения и т. п.) и социально-культурную (охрана здоровья, рекреационное хозяйство, физическая культура и спорт, социальное обеспечение, образование, культура и искусство, культовые сооружения и т. п.).

С возрастанием роли сферы услуг в экономике и расширением круга исследовательских задач предлагаются различные

способы группировки, которые могли бы заменить традиционное деление отраслей экономики. Трехсекторное деление экономики, которое произведено по принципу близости отраслей к конечному потреблению, предложено в 40-х гг. К. Кларком. «Первичный» сектор в соответствии с этим делением составляют сельское хозяйство и добывающая промышленность, вторичный – обрабатывающая промышленность, «третичный» (сектор услуг) составляют все оставшиеся разнородные виды деятельности. Такое деление применяют при изучении проблем урбанизации. Используется и другая терминология: добывающий сектор, обрабатывающий и сектор услуг. Расхождение между ними чисто терминологическое.

Концепция ведущей роли деятельности по предоставлению услуг актуальна и для современной теории организации общества. Как отмечается в исследованиях, в эпоху индустриальной цивилизации, порожденной промышленной революцией, различия между производством товаров и услуг были весьма отчетливо выражены. Технологическая и организационная революция, породившая постиндустриальное общество, привела к существенному размыванию границ между вторичным и третичным секторами.

ОКВЭД – общероссийский классификатор видов экономической деятельности – является составной частью государственной системы классификаций и кодирования технико-экономической и социальной информации. Объектами классификации в ней выступают все виды экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Для описания экономики ОКВЭД построен так, что выделенные объекты охватывают все или почти все виды деятельности, которые осуществляются в какой-либо отрасли хозяйства. Для выделения отраслей экономики, к которым относятся объекты классификации, в ОКВЭД предусмотрены секции, подсекции, разделы, группы, классы, подклассы.

То есть в дореформенный период на основе отраслевой классификации в структуре народного хозяйства выделялись отрасли непроеизводственной сферы, а сфера услуг определялась как производный комплекс, включавший отрасли непроеизводственной сферы и часть отраслей сферы материального производства.

В настоящее время границы сферы услуг

можно определить, руководствуясь ОКВЭД. Сферу услуг формируют предприятия и их подразделения, занимающиеся предоставлением услуг (оказание услуг для них является основным или побочным видом деятельности), оказывающие услуги (в качестве побочных видов деятельности) подразделения, находящиеся на балансе предприятий других отраслей и видов деятельности, а также физические лица, занимающиеся оказанием услуг. Это позволяет уточнить определение сферы услуг и предложить его в следующей формулировке. Сфера услуг – это совокупность предприятий, организаций, учреждений и (или) их подразделений, для которых оказание услуг является основным или побочным видом деятельности.

Самостоятельным объектом статистического наблюдения выступают предприятия сферы услуг – это совокупность хозяйствующих субъектов, для которых оказание услуг является основным видом экономической деятельности. Следовательно, в их состав не входят предприятия и подразделения, оказывающие услуги в качестве побочных (второстепенных) видов деятельности.

Каждая система имеет свое назначение, которое проявляется в ее взаимодействии с внешней средой. Назначение и цели системы определяют ее функции, то есть реальные действия или существенные признаки, описывающие содержание системы.

Подсистема формируется вычлениением совокупности взаимосвязанных элементов, способных выполнять относительно независимые функции, подцели, направленные на достижение общей цели системы. Необходимо подчеркнуть, что подсистема должна обладать свойствами системы, поскольку

функционирование системы предполагает упорядоченность функций ее подсистем. При определенных условиях подсистема может рассматриваться как самостоятельная система. В качестве систем можно рассматривать экономику в целом, сферу материального производства и непроеизводственную сферу, отрасли народного хозяйства, сектора экономики, сферу услуг, отдельные предприятия, организации, учреждения.

Следовательно, предприятия сферы услуг – это производственно-экономическая система, в рамках которой проявляется действие услуги как экономической категории. Выделение предприятий сферы услуг в качестве самостоятельной системы связано с тем, что переход к международной методологии учета и статистики ликвидировал понятие «непроизводственная сфера», которое применяли к сфере услуг. Как отмечалось, деятельность в сфере услуг является экономической, следовательно, в ней, так же как и в производственной, создается продукт, но особого рода – услуга.

Процесс развития экономической системы сферы услуг необходимо рассматривать во временном (хронологическом) и пространственном измерениях. Причем в пространственном измерении развитие подсистемы может совпадать с границами основной системы, тогда как во временном измерении подсистема может иметь свой собственный «темп развития». Такой подход использован для выявления закономерности движения сферы услуг в направлении выделения в самостоятельную экономическую систему. Общая эволюция такого движения представлена на рис. 1.

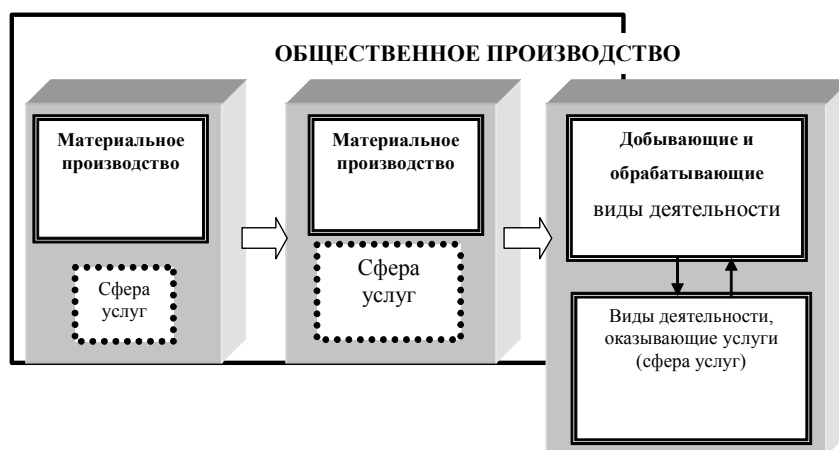


Рис. 1. Эволюция сферы услуг в отдельную экономическую систему

В процессе анализа взаимосвязей, характерных для развития предприятий сферы услуг как самостоятельной системы, отдельные этапы развития были выделены на основе критериев системы. Именно системный подход позволяет конкретизировать подобный уровень научного абстрагирования.

Развитие предприятий сферы услуг как самостоятельной производственно-экономической системы правомерно рассматривать

под углом зрения проявления общих закономерностей развития и функционирования систем, таких как: целеполагание, коммуникативность, иерархичность, интеграция, дифференциация, эквивиальность, историзм и др. Содержание названных закономерностей в данном исследовании не конкретизируется, учитывая их широкое применение в современной науке (табл. 1).

Таблица 1

**Характеристики предприятий сферы услуг  
как производственно-экономической системы**

Характеристики системы	Содержание
1. Цель(z)	Достижение организационно-экономических, технико-экономических, социально-экономических эффектов: наиболее полное удовлетворение общественных, производственных и личных потребностей
2. Входы (X)	Ресурсы (материальные, финансовые, трудовые, информационные) хронологически и пространственно определенных субъектов, которые имеют конкретные потребности, интересы, цели
3. Выходы (Y)	Рыночные и нерыночные услуги
4. Ограничивающие факторы (ОФ)	Уровень развития производительных сил и технологий, емкость информационного рынка, ограниченность доходов населения, степень развития социального состава общества (готовность к потреблению услуг эпохи НТР): управленческие действия (способность ускорять или тормозить процесс развития сферы услуг)
5. Возмущающие факторы (ВФ)	Политика государства, социальные и идеологические ориентиры населения (восприятие философии предпринимательства или выбор социальной пассивности), влияние международного окружения, национальное правовое поле
6. Обратная связь (ОС)	Информация об эффективности функционирования системы

Для решения задач исследования первоочередное значение имеют специфические закономерности формирования сферы услуг, которые сформулированы на основе изложенных представлений и отражают сущностные связи, характеризующиеся объективностью, необходимостью и обязательностью проявления. К ним следует отнести следующие:

1. Закономерный порядок формирования сферы услуг. Процессы социально-экономического, организационно-экономического, технико-экономического и технологического развития, которые определены в пространстве и времени, приводят к тому, что отдельные субъекты (хозяйственные единицы, территории, страны, группы личностей) по мере насыщения рынка приобретают схожие потребности качественно нового уровня и общую целевую ориентацию. Для реализации целей, удовлетворения нового уровня потребностей и при условии наличия свойств целостности компоненты сферы услуг объединяются в систему. Сфера услуг формируется тогда, когда во временном разрезе состоится объединение по горизон-

тали отдельных компонентов (видов деятельности, технологий). Вместе с тем в пространственном разрезе происходит их обособление по вертикали от окружающей экономической среды. Данный процесс бесконечен и отражает общую логику развития общественного производства.

2. Достижение кульминационной точки внешних и внутренних изменений в развитии потенциальных компонентов сферы услуг как экономической системы. Внутренним импульсом образования (или перестройки) сферы услуг является достижение критической кульминационной точки взаимосвязей компонентов. Такой точкой является момент изменения целевых функций компонентов, которые приобретают общее направление развития.

3. Взаимодействия между количественными и качественными изменениями в процессе организации и перестройки внутренней структуры сферы услуг и содержания производства услуг.

Главной идеей обособления сферы услуг в самостоятельную систему является взаимо-

действие между процессами развития и функционирования. Процесс организации и перестройки системы определяется поляризацией взаимодействия между количественными и качественными изменениями. Количественные изменения происходят в процессе функционирования системы и приводят к качественным изменениям, которые воплощают ее развитие. В соответствии с законом Энгеля достижение определенных количественных эффектов развития сферы услуг обуславливает переход к качественно высшим ступеням потребностей в услугах.

Таким образом, очерченные закономерности отражают детерминированный характер организации сферы услуг как самостоятельной экономической системы.

Структура предприятий сферы услуг как производственно-экономической системы характеризуется количественным и качественным составом, наиболее существенными связями и отношениями между ее компонентами, а также их упорядочением в пространстве и времени. Исходя из того, что сфера услуг как экономическая система является сложной и многоуровневой, ее компонентный состав и пространственная упорядоченность зависят от уровня, на котором исследуется спрос и предложение.

В пространственном аспекте тип сферы услуг определяется размером территории, в границах которой она получает развитие. Так, предприятия сферы услуг можно рассматривать как составную часть региональной экономики, национальной экономики, мировой экономики.

Представляется, что сфера услуг является именно такой специфической сферой человеческой деятельности, которая не может рассматриваться без привязки к проблемам

конкретной территории. Определенный структурный уровень развития и функционирования сферы услуг имеет влияние на количественные характеристики интеграционной системы (масштабы, количество субъектов), однако не изменяет его закономерной сути.

Учитывая, что рыночные отношения вносят в организацию сферы услуг саморегулирование, следует отметить, что в формировании сферы услуг особую роль играет административный ресурс. Активная функция властных структур предусматривает видение перспективы и наличие объективного представления о комплексе задач региона в контексте развития национальной экономики.

Таким образом, системное изучение сферы услуг позволяет выделить три основных группы проблем:

- оценка современного состояния и особенностей функционирования сферы услуг;
- совершенствование методов определения роли и значения сферы услуг в экономическом развитии регионов и государства;
- использование современных компьютерных технологий, статистической информации и экономико-статистических методов в управлении ее развитием.

Каждая из этих групп представляет множество вопросов, которые в той или иной степени актуализировались в настоящее время или потребуют первоочередного решения в будущем. Однако такой важной экономической системе, как сфера услуг, должно уделяться не меньше внимания, чем развитию, например, промышленности в создаваемом социально ориентированном обществе Поволжского региона.

---

**S. V. Mashina\***

*\*Mashina Svetlana Viktorovna, applicant of «Economy and Management» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: mashina\_sv@mail.ru

#### **MODERN CONDITION AND FEATURES OF FUNCTIONING OF REGIONAL SERVICE SPHERE**

*Key words: service, sphere of services, non-productive sphere, service sphere.*

*The article features systematized studying of service sphere which allowed presenting to the reader the basic groups of the problems to be solved in modern conditions.*

**Т. А. Раченко\***

*\*Раченко Татьяна Александровна, старший преподаватель кафедры «Прикладная информатика в экономике» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: Rta-tit@yandex.ru*

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ОПЕРАТОРА: МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

*Ключевые слова: телекоммуникационные услуги, организационно-экономические мероприятия, анализ телекоммуникационной отрасли.*

*В статье рассмотрены основные меры организационно-экономического характера, рассчитанные на удовлетворение или изменение уровня спроса, установление, укрепление и поддержание выгодных обменов для достижения определенных целей, таких как получение максимально возможной прибыли, рост объема продаж услуг связи.*

Развитие сферы телекоммуникаций осуществляется под воздействием ряда факторов внешнего и внутреннего характера. С одной стороны, как любой сегмент рыночного хозяйства, телекоммуникационный комплекс развивается под воздействием естественных рыночных механизмов, испытывая на себе колебания рыночной конъюнктуры. Для определения взаимосвязи факторов и спроса необходимо проводить корреляционно-регрессионный анализ по данным социологического обследования, где оценивать связь между фактором-признаком и соответствующим ему уровнем потребления. Вид взаимосвязи уровня потребностей в традиционных основных и новых услугах от величин факторов возможно определить путем аппроксимации соответствующих значений.

Процесс прогнозирования объемов продаж не заканчивается на получении прогнозных результатов, полученные данные необходимо интерпретировать, что целесообразно проводить согласно разработанному алгоритму, который выстроен в следующей последовательности:

Анализ: среды, ситуационный, временных рядов и т. д. Одним из основных этапов процесса прогнозирования объемов продаж является анализ внутренней среды компании связи. На данном этапе производится анализ окружающей среды, продуктов и услуг, внутрифирменных факторов и

прочие условия, что позволит опереться при прогнозировании на репрезентативные выборки исходных данных. Изучаются емкость рынка, тенденции спроса, влияние изменения цен на спрос, возможности выхода на новые рынки

Оценка рынка и потенциала продаж. На данном этапе выявляются тенденции и факторы функционирования отрасли (анализ состояния рынка связи; анализ сегментов фиксированной связи, передачи данных и ip-телефонии; оценка потенциала и возможностей конкурентов и т. д.). Цель – получение точного описания внешней среды с целью разработки прогноза развития на среднесрочную перспективу. На данном этапе необходимо учитывать критерий качества исходной информации, т. е., сопоставимость представленных данных. Источником получения информации служат органы государственного статистического наблюдения и отчеты Министерства связи РФ. Краеугольным ограничением для данного этапа будет: доступность, возможность обработки, однородность, формализуемость и объем исходной информации.

Процесс прогнозирования объемов продаж. Основная задача данного этапа – выявление тенденций развития компании связи путем определения характера тренда и получение прогнозных значений на среднесрочную перспективу по направлениям деятельности.

Сравнение прогноза с целями. На данном этапе производится управление отклонениями, что в основном сводится к борьбе с неприятностями, которая в общем случае может включать три стадии: управление рисками. Неприятности еще не наступили, но существует возможность возникновения нежелательных и незапланированных событий, которые могут привести к тому, что цели проекта (одна или несколько) не будут достигнуты. Цель этой стадии – предотвратить неприятности до их возникновения или по крайней мере встретить их во всеоружии. Управление проблемами. Неприятности наступили, и необходимо выяснить их происхождение, степень влияния на проект, способы преодоления. Цель этой стадии – обеспечить проекту возможность идти так, как запланировано. Управление изменениями. Неприятности оказались достаточно серьезными, и справиться с ними без ущерба для проекта не удалось. Цель этого этапа – то, что у финансистов называется «зафиксировать убытки» – модификация ранее согласованных продуктов и услуг, сроков исполнения и стоимости работ, управленческих и технологических процессов и т. п.

Выработка организационно-экономических мер. Данный этап направлен на обеспечение финансового равновесия оператора связи, при котором денежные платежи в рамках операционной, инвестиционной и финансовой деятельности уравновешиваются денежными поступлениями. Ключевой задачей данного этапа является удовлетворение или изменение уровня спроса, определение, укрепление и поддержание выгодных обменов для достижения определенных целей, используя методы повышения платежеспособности, финансовой устойчивости, выручки от реализации, прибыли предприятия, а также оценка баланса предприятия.

Исходя из полученных результатов прогноза объемов продаж оператор связи будет иметь возможность максимально эффективно использовать прогнозные значения для планирования объема запасов необходимого оборудования, производства, маркетинговых стратегий, численности персонала, уровня накладных издержек, потока денежных средств.

Точная оценка размаха сезонных колеба-

ний, глубины сезонных спадов и подъемов необходима для пересмотра маркетинговых программ и выработки организационно-экономических мер, направленных на достижение равномерной загрузки оператора связи в течение года. Формирование данных мер позволит избежать простоев рабочей силы, оборудования при спаде спроса на услуги и максимальной их загрузки в период активного заключения договоров на предоставление услуг. Выработка мер организационно-экономического характера рассчитана на удовлетворение или изменение уровня спроса, установление, укрепление и поддержание выгодных обменов для достижения определенных целей, таких как получение максимально возможной прибыли, рост объема продаж услуг и улучшение их качества и др.

Мы выделили перечень операторов связи по Самарской области, провели анализ сложившейся ситуации, рассмотрели сегментирование рынка, классифицировали потребителей услуг телекоммуникационной отрасли, отметили приемлемые в данной сфере меры стимулирования сбыта.

Для выработки средств по сглаживанию сезонных колебаний спроса на телекоммуникационные услуги наиболее приемлемым является использование следующих организационно-экономических мер:

- выпуск нескольких видов услуг, спрос которых колеблется в противофазе;
- политика сезонных цен. Сезонные изменения цен на определенные категории услуг, наиболее подверженных сезонным колебаниям в период сезонного спада;
- широкое использование средств массовой информации для формирования спроса на услуги и привлечения клиентов путем их оповещения о свойствах и качествах предоставляемых услуг;
- расширение номенклатуры и ассортимента услуг, а также увеличение объема услуг по всем позициям (диверсификация), что зачастую является залогом стабильного и устойчивого развития компании;
- применение прогрессивных форм обслуживания клиентов.

Рассматривая деятельность альтернативного оператора связи, целесообразно формировать комплекс организационно-экономи-

ческих мер по направлениям деятельности: телефония; Интернет-услуги; ip-телефония. Предложенные меры призваны учитывать тенденции телекоммуникационного рынка Самарской области.

Телефония для юридических и физических лиц:

Создание новых и развитие существующих видов услуг. Целью данной меры является увеличение привлекательности оператора через расширение номенклатуры услуг, т. е. получение прибыли за счет продвижения новых услуг. Крупные предприятия и организации – один из самых высокодоходных сегментов рынка телекоммуникационных услуг. Данный сегмент является наиболее требовательным как в части тарифов, так и по номенклатуре предоставляемых им услуг. Необходимо развивать так называемые интеллектуальные сети, которые являются дополнением к базовым услугам связи, к которым относят: «бесплатный номер», персональный номер, дебитные и кредитные телефонные карты, голосовую почту, номера с дополнительной оплатой и т. д.

Определение политики ценообразования путем разработки гибкой системы тарифов, отвечающей требованиям различных сегментов потребителей (по уровню, форме расчета с абонентами: централизованные, индивидуальные, авансовые, в кредит). Данная мера предназначена в первую очередь для юридических лиц, для которых разработка индивидуальных систем расчетов связи является залогом стабильных отношений с оператором.

Доведение услуги до потребителя путем совершенствования системы и методов их реализации. Применение средств и методов директ-маркетинга по отдельным районам, в первую очередь это активное продолжение работ по предоставлению услуг в частном секторе и в сельских районах, т. е. тех районах, которые имеют наименьшую телефонную плотность. Данная мера позволит оператору связи расширить и развить сетевую инфраструктуру, а также разместить там свободные технические ресурсы. Разработанные специальные предложения по установке телефонной точки посредством директ-маркетинга помогут стимулировать спрос в «мертвый сезон». При-

мером может служить директ-маркетинговая рассылка компании «АИС.Т», направленная на жителей с.Федоровка Ставропольского района со следующим текстом: «Теперь телефонное общение перестанет быть для жителей села Федоровка недостижимой роскошью. Компания АИСТ предлагает сельчанам установку современного домашнего телефона с отличным качеством связи и комфортным сервисом. Стоимость установки составляет 8000 рублей».

Оптимизация сбытовых усилий. Анализ структуры собственной клиентской базы и клиентов конкурирующих компаний для выявления целесообразности применения сбытовой политики на различных сегментах потребительского рынка. Данный анализ позволит выявить доходность, а следовательно, привлекательность ряда сегментов, которые традиционно причислялись к низкодоходным и неинтересным с коммерческой точки зрения. По результатам исследования необходимо составить портрет типичного потребителя услуг компании и именно для данной категории потребителей разрабатывать и проводить широкомасштабные маркетинговые и рекламные акции, которые обеспечат стабильное положение компании на рынке.

Разработка комплексных решений для клиента (телефония/передача данных).

Оптимизация структуры компании в соответствии с принципом клиентоориентированности. Вкупе с другими мероприятиями это позволит еще больше позиционировать компанию не только как оператора связи, предоставляющего высококачественную связь, но и как компанию, работающую над удовлетворением нужд клиента.

Всестороннее совершенствование сервиса в предоставлении услуг связи и в послепродажном обслуживании абонентов. Например, улучшение полноты, доступности и качества предоставляемой статистики по звонкам абонента, сокращение количества времени обработки заявки на установку телефонной точки, увеличение возможностей абонента по оплате услуг связи (увеличение точек оплаты и видов оплаты) и т. д.

Выход на другие территориальные рынки с услугами (продуктами).

Получение максимального экономического эффекта с учетом ограниченного тех-



нического ресурса (планирование развития сети). Выявление перспективности и целесообразности размещения сетевого оборудования в той или иной зоне. К решению задачи можно привлечь экспертов. Каждый эксперт ранжирует зоны по приоритетности. Затем вычисляется коэффициент конкордации (уровень согласованности мнения экспертов). Если мнения экспертов совпадают по большинству зон, то в результате составляется список зон, ранжированных по приоритетности установки сетевого оборудования.

Организационно-экономические меры, направленные на сглаживание сезонных колебаний спроса по предоставлению оператором связи Интернет-услуг:

Создание распределенных мультимедийных центров обслуживания вызовов, способных обслуживать клиентов вне зависимости от типа канала – телефон, E-mail, факс, Internet. Задачи, решаемые данными центрами, следующие: улучшение качества обслуживания клиентов (персональное закрепление клиентов за менеджером) и предоставление им новых услуг; оптимизация затрат, связанных с обслуживанием клиентов, стандартизация алгоритмов работы с абонентами. Данная мера в конечном счете позволит отслеживать и анализировать изменения отношения клиентов к оператору связи и предотвращать их отток.

Наполнение существующей услуги (продукта) новыми качествами – контентом. Например, использование бесплатных внутрисетевых ресурсов, таких как: on-line радио – популярные радиостанции страны, доступные к прослушиванию или использование файловых сервисов, позволяющих конечным пользователям скачивать и обмениваться терабайтами информации.

Разработка тарифов в зависимости от времени пользования, типа потребителя (Segment pricing). Предоставление пользователю наиболее привлекательных высокотехнологичных услуг по тарифам, имеющим максимальную доступность для широких слоев населения.

Довольно широко эксплуатируется в маркетинге так называемый прием «Расширение диапазона продукта» – line extension. Для сферы услуг расширение линейки тарифных планов, различных подходов помо-

гает конечному потребителю по-новому взглянуть на продукт. Потребитель привыкает к стандартным тарифам со средней ценой, например, за мегабайт трафика, при появлении же безлимитных тарифов услуга доступа в Интернет воспринимается как более экономичная.

Повышение так называемой «продвинутости» пользователя. Данная мера направлена на решение локальной задачи – подсказать, подробно разъяснить, заставить попробовать, первый раз купить. Например, проведение рекламно-информационных акций, ориентированных на прямой контакт с потенциальными и постоянными потребителями услуг с целью ознакомления с особенностями той или иной технологии, используемой для выхода в Интернет.

Расширение каналов дистрибуции, в частности разработка широкого спектра способов оплаты за услуги связи, что в конечном счете будет направлено на повышение качества обслуживания клиентов.

Организация и проведение демонстрационных акций. Данная мера направлена на решение локальной задачи – подсказать, подробно разъяснить, заставить попробовать, первый раз купить. Например, проведение рекламно-информационных акций ориентированных на прямой контакт с потенциальными и постоянными потребителями услуг с целью ознакомления их с особенностями той или иной технологии, используемой для выхода в сеть Интернет.

В местах продаж акции подкрепляются дополнительной информацией: листовками, проспектами, оформлением (наклейки, таблички), видеороликами на мониторах или аудиообъявлениями. Все мероприятия могут быть самостоятельным «информационным поводом», элементом рекламной акции, средством выстраивания коммуникаций на другом уровне и способствовать формированию информационного пространства вокруг бренда.

Развитие сети, ориентированной на районы с низким уровнем развития кабельных сетей компании, а также на пригородную зону (установка точек доступа для обслуживания коттеджных массивов и т. д.).

Расширение клиентуры. Одна из мер, предназначенная для преодоления спада

продаж, – это привлечение новых покупателей, или, иначе говоря, освоение новых маркетинговых ниш. В практике это встречается часто: те или иные услуги ориентируют на более широкую аудиторию, чем раньше. Здесь возможно привлечение кор-

поративных клиентов, а также наоборот – предоставление услуг, традиционно ориентированных на юридических лиц, физическим лицам.

*Библиографический список*

1. Инфокоммуникации XXI века: технологии, услуги, качество / под ред. Л. Д. Реймана, Л. Е. Варакина. – М. : МАС-ГИО, 2009. – 226 с.
  2. Картышов С. Marketing Expert – система поддержки принятия решений на всех этапах разработки стратегического и тактического планов маркетинга и контроля за их реализацией // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2007. – №4 (10). – С. 24 -39.
- 

**T. A. Rachenko\***

*\*Rachenko Tatiana Alexandrovna, Senior lecturer of «Applied computer science in economy», Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: Rta-tlt@yandex.ru

**FORECASTING SALES VOLUME OF TELECOMMUNICATION SERVICES  
OF AN ALTERNATIVE PROVIDER**

*Key words: telecommunication services, financial management activities, telecommunications sector analysis.*

*This article reviews common financial management activities targeted on satisfying and influencing demand, setting up, reinforcing and supporting beneficial exchange in order to reach certain goals such as gaining maximum profit and growing telecommunication services sales volume.*

---

© Раченко Т. А., 2010

УДК 338.465.2.001.7

**Е. М. Баканкова\****\*Баканкова Елена Михайловна, аспирант Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*

e-mail: bakankova\_elena@mail.ru

## ЭВОЛЮЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

*Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, развитие, рынок, услуга.*

*В настоящее время конкурентоспособность выступает важнейшим фактором выживания предприятия в суровых условиях экономической действительности и его последующего эффективного развития. В статье рассматриваются сущность и содержание конкурентоспособности предприятия сферы услуг, предложена иерархия понятия «конкурентоспособность предприятия» относительно субъектов рынка.*

В конце XX века в связи с ростом глобализации и интернационализации, усложнением взаимоотношений между предприятиями как внутри страны, так и между различными странами, происходит усиление интереса к исследованию категории конкурентоспособности. Мировой финансовый кризис, непосредственно затронувший экономику как России, так и всех стран мира, лишний раз подтвердил необходимость повышения конкурентоспособности отечественных производителей.

Значительный вклад в изучение теории и развития конкурентоспособности внесли такие зарубежные ученые, как М. Портер, Ф. Котлер, Д. Рикардо, Й. Шумпетер и др., которые вместе с этим являлись представителями различных экономических школ и направлений. Проблемы развития конкурентоспособности рассматривались и в трудах российских ученых: В. Адрианова, Г. Азоева, И. Лифица, Р. Фатхутдинова, А. Челенкова, А. Юданова и других.

В настоящее время понятие «конкурентоспособность» настолько широко распространено и многозначно, что единой формулировки данного понятия еще не выработано, несмотря на особое внимание к этой проблеме как за рубежом, так и в России. В частности, мнение М. Портера заключалось в следующем: «Не существует общепринятого определения конкурентоспособности. Для предприятий конкурентоспособность означала возможность конкурировать на мировом

рынке при наличии глобальной стратегии. Для многих конгрессменов конкурентоспособность означала положительный внешне-торговый баланс. Для некоторых экономистов конкурентоспособность означала низкие производственные затраты на единицу продукции, приведенные к обменному курсу» [8]. Или в «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегов определяет термин «конкурентоспособность» как «способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам» [12].

Конкурентоспособность – многосторонняя экономическая категория. Многоаспектность данной категории заключается в различии подходов к рассмотрению субъекта отношений: предприятие, производящего товары или услуги, отрасль как группа предприятий; регион или экономика страны, группы стран. Исходя из этого можно предположить, что для представленных объектов понятие конкурентоспособность заключается в наличии потенциала для победы в соперничестве. Необходимо отметить, что понятия конкурентоспособности услуги, предприятия, региона, страны не тождественны, но имеют тесную взаимосвязь.

В экономической литературе многообразие подходов к определению конкурентоспособности в основном заключается:

особенностями формулировки и постановки задачи и цели исследования, что предполагает необходимость акцентирования внимания на определенном аспекте

конкурентоспособности;

особенностями определения предмета исследования; субъекта конкуренции; объекта конкуренции; масштаба деятельности.

Конкурентоспособность субъекта рыночных отношений во многом определяет конкурентоспособность услуги. Многие авторы в различной степени трактуют данное понятие. Так, В. Андрианов дает следующее определение: «Под конкурентоспособностью услуги (товара) понимается комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик, определяющих его успех на внутреннем и на внешнем рынках». И. Лифиц рассматривает конкурентоспособность услуги как «способность услуги (товара) отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период» [7]. В работе Х. Фасхиева анализируемое понятие трактуется следующим образом: «Конкурентоспособность услуги (товара) – это оцененное потребителем свойство объекта превосходить в определенный момент времени без ущерба производителю по качественным и ценовым характеристикам аналогов в конкретном сегменте рынка» [10].

Сравнительный анализ представленных понятий позволяет заключить: конкурентоспособность услуги – многоаспектная категория, которая не может быть охарактеризована в достаточно полной и верной мере в единое понятие. Следовательно, можно сформулировать следующее определение: конкурентоспособность услуги – это рыночное свойство услуги, определяемое степенью привлекательности для потребителей, соответствующее потребностям и затратам на их удовлетворение; позволяющее выдержать соперничество (конкуренцию) над аналогами в определенный промежуток времени.

Основная цель деятельности субъекта сферы услуг в условиях трансформации экономики сводится не только к достижению определенных финансовых результатов на рынке, но и в конкурентной борьбе, основанной на систематических и комплексных усилиях хозяйствующего субъекта. Тогда конкурентоспособность услуги – это совокупный показатель, отражающий отличие от услуг конкурентов и, соответственно, определяющий привлекательность с точки зрения потребителя. В этом случае

основная задача заключается в способе определения метода воздействия на составляющие элементы показателя. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг базируется на конкурентоспособности услуг, производимых и предоставляемых в рамках отраслей данной сферы. Представленная категория является основной для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

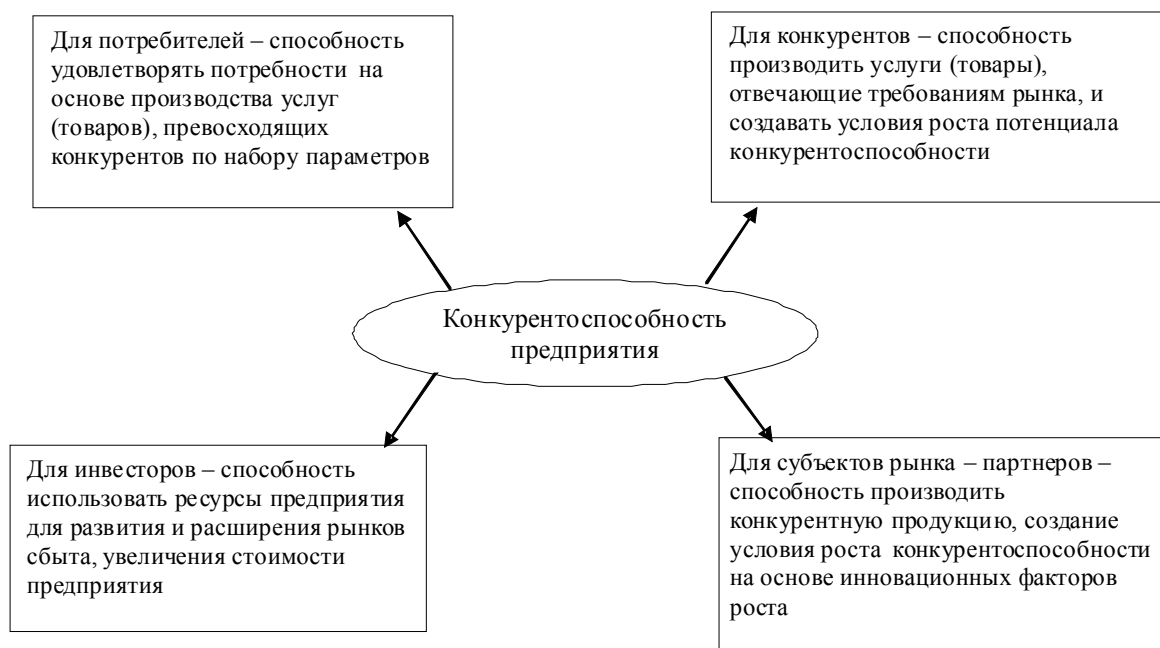
Понятие «конкурентоспособность предприятия» трактуется с учетом разнообразия подходов. Я. Гордон отметил: «конкуренция это не просто состояние ума. Конкурентная борьба требует, чтобы компания понимала необходимость формировать и постоянно поддерживать собственную конкурентоспособность» [5]. О. С. Виханский определил: «Конкурентоспособность – это свойство объекта, определяемое степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [11]. Р. А. Фатхутдинов к данному определению добавляет: конкурентоспособность – это «свойство объекта и системы сервиса» [9]. Определение Д. И. Валигурского отличается от представленных. Он определяет конкурентоспособность предприятия как «возможность эффективной предпринимательской деятельности и ее практической прибыльной реализацией в условиях конкурентного рынка» [3]. Исследование категории конкурентоспособности предприятий, предлагаемое в экономической литературе А. Вороновым, А. Дементьевой, И. Максимовым, М. Мельниковой, А. Семеновым, С. Цветковой и др., позволяет сделать вывод: в основном понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к «...способности предприятия производить конкурентоспособный товар».

Тем не менее представленные определения не в полной мере отражают сущность конкурентоспособности предприятия. В соответствии с этим можно предложить следующее определение: конкурентоспособность предприятия – это возможность (способность) предприятия превосходить конкурентов с аналогичными услугами в конкретной отрасли в определенный период времени, достигая эффективности деятель-

ности и укрепления финансового состояния предприятия.

При уточнении понятия конкурентоспо-

собности предприятия необходимо провести иерархию понятия по отношению к субъектам рынка (рис. 1).



*Рис. 1. Иерархия понятий «конкурентоспособность предприятия»*

Исследуя понятийный аппарат конкурентоспособности, можно определить:

\* понятие конкурентоспособности трактуется в различных аспектах в зависимости от целей и задач исследователей; требований субъектов рыночных отношений (потребителей, конкурентов, инвесторов, партнеров) и масштабов деятельности (внутренние, внешние рынки);

\* понятия конкурентоспособности в основном ориентированы на оценку уровня на текущий момент времени, не учитывая факторов, которые определяют потенциал роста конкурентоспособности;

\* понятия конкурентоспособности не имеют строгой иерархии по уровням управления (предприятие, отрасль, регион, государство) в связи с изолированностью исследований и отсутствием понимания: насколько конкурентоспособность субъектов рынка более высоких уровней управления значима для низких уровней управления.

Между категориями конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность услуги тесная взаимосвязь: в роли основных критериев конкурентоспособно-

сти предприятия выступают такие категории, как ценность услуг, производимых предприятием, и ценность предприятия как субъекта рыночных отношений.

Конкурентоспособность предприятия сферы услуг достигается за счет преимуществ предприятия по отношению к другим субъектам рынка данной отрасли. Конкурентные преимущества – это дополнительные характеристики, создающие для определенного субъекта превосходство над своими прямыми конкурентами. Различают: внешние конкурентные преимущества, основанные на отличительных для покупателя параметрах (качестве) услуги, и внутренние конкурентные преимущества – превосходство в отношении издержек производства, тем самым уменьшая себестоимость и снижая продажную цену, навязанную рынком и конкуренцией. На конкурентные превосходства оказывают влияние внешние и внутренние факторы.

Более подробно конкурентные преимущества услуги рассмотрены Р. Фатхутдиновым: автор привел не только перечень внутренних и внешних параметров, но и

указал направление их влияния на конкурентоспособность.

Внешние факторы, направления и степень их влияния на конкурентоспособность:

- уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия. Рост представленных выше показателей характеризует улучшение интегральных и частных показателей конкурентоспособности товара;

- сила конкуренции на выходе системы, среди потенциальных конкурентов; сила конкуренции на входе системы; сила конкуренции среди товаров-заменителей. Конкурентоспособность услуги увеличивается в связи с интенсивностью и увеличением силы конкуренции;

- появление новых потребностей. Данный параметр снижает уровень конкурентоспособности услуги;

- уровень организации производства и управления в соответствии с посредниками и потребителями услуг, выпускаемых системой. Рост конкурентоспособности услуги достигается за счет повышения уровня организации;

- активность контактных аудиторий: общественных организаций, общества потребителей, СМИ. Представленный фактор позволяет повысить конкурентоспособность.

Внутренние факторы, направления и степень их влияния на конкурентоспособность:

\* патентоспособность (новизна) состава услуги. Совершенствуя новизну услуги, повышают ее конкурентоспособность;

\* рациональная организационная и производственная структура системы предприятия. Для увеличения конкурентоспособности услуги структура предприятия должна соответствовать принципам рационализации структур и процессов;

\* конкурентоспособность персонала системы. Рост конкурентоспособности персонала предприятия способствует росту конкурентоспособности услуги;

\* прогресс в информационных технологиях, прогрессивность технологических процессов и оборудования. Увеличивая показатели удельного веса представленных показателей в общем числе показателей технологизации, повышают конкурентоспособность услуги;

\* научный уровень системы управления (менеджмента). Рост конкурентоспособно-

сти достигается за счет увеличения применений научных подходов, принципов и современных методов;

\* обоснованность миссии системы. Обеспечение конкурентоспособности услуги зависит от миссии предприятия.

Создание конкурентных преимуществ перед основным конкурентом становится стратегической задачей субъекта рынка для обеспечения конкурентоспособности. При этом повышение конкурентоспособности предприятия как основного звена экономики приобретает особое значение. Необходимо отметить, достижение конкурентных преимуществ и укрепление позиции предприятия в рыночной отрасли возможно за счет:

- сокращения издержек на производство и сбыт услуг;

- обеспечения незаменимости услуги с помощью дифференциации – способностью предложения услуги с высокой потребительской стоимостью.

Продолжая анализ понятия «конкурентоспособность» предприятия, необходимо сказать: данная категория характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции.

На конкурентоспособность предприятия сферы услуг влияют факторы внешней среды, в которой предприятие функционирует, и внутренней среды. Повлиять на внешние факторы предприятие не в состоянии, однако внутренние факторы контролируются руководством. Достижение внутренних конкурентных преимуществ предприятия осуществляется персоналом, где особая роль отводится руководителю.

Р. А. Фатхутдинов выделяет следующие факторы внешней среды, ограничивающие деятельность хозяйствующего субъекта:

- уровень конкурентоспособности отрасли, определяемый количеством предприятий, занимающихся однородным видом деятельности. Чем больше на рынке предприятий, тем сильнее конкуренция;

- федеральное и региональное законодательство.

Факторы внутренней среды предприятия, наоборот, предоставляют возможность для повышения конкурентоспособности (табл. 1).

**Факторы внутренней среды предприятия**

Факторы	Показатель фактора
Структурные	Организационная структура управления, миссия предприятия, персонал, информационная и нормативно-методическая база управления
Ресурсные	Конкурентоспособные поставщики товаров – поставщики, предлагающие товары либо лучшего качества, либо по более низкой цене
Технические	Технологии, которые применяются на предприятии; используемое оборудование в местах продаж; системы автоматизации на предприятии; качество обслуживания покупателей
Управленческие	Менеджеры; функционирование системы менеджмента, организация основных бизнес-процессов
Рыночные	Свободный выход на рынок ресурсов, необходимых предприятию; выход на рынок новых технологий; использование маркетинговых инструментов
Эффективность функционирования организации	Показатели доходности предприятия, оборачиваемости и финансовой устойчивости

Проведение мониторинга внешних факторов предприятия позволяет предприятию быстро и адекватно реагировать на изменения внешней среды, что в совокупности с комплексным использованием всех факторов внутренней среды обеспечивает конкурентоспособность хозяйствующего субъекта. Повышение конкурентоспособности предприятия позволяет увеличить прибыль как самого субъекта рыночных отношений, так и для обеспечения жизни общества посредством отчислений в бюджет государства.

Повышение конкурентоспособности предприятия сферы услуг можно осуществлять по двум направлениям:

1. Процессы по обеспечению повышения конкурентоспособности услуг посредством:

- повышения качества управления: изучение механизмов действия экономических законов, законов предприятия, соблюдение требований научных подходов и принципов, применение при принятии решений современных методов и моделей управления;

- совершенствования связей с внешней средой: мониторинг основных параметров макро- и микросреды предприятия, их комплексная диагностика и обеспечение пропорциональности и оперативности информации об окружающей среде, повышение адаптации предприятия к последней;

- внедрения (проведения) стратегического маркетинга предприятия: исследование динамики потребностей, сегментации рынков, разработка нормативов стратегической

конкурентоспособности услуг и предприятия, разработка предложений по формированию различных стратегий предприятия;

- внедрения новых информационных технологий: разработка и внедрение интегрированной информационной технологии, охватывающей все стадии жизненного цикла услуги, технологии управления качеством, ресурсосбережением и т. д.;

- внедрения новых финансовых и учетных технологий: внедрение новых финансовых и учетных технологий отчетности, разработка и внедрение финансовых технологий по прогнозированию рентабельности предприятия на основе прогнозов, внедрение международных стандартов.

2. Повышение качества услуг:

- повышение качества сервиса потребителей услуг: анализ и международные сравнения показателей качества сервиса потребителей услуг, предприятия и его конкурентов – качество рекламы, имидж торговой марки и торгового центра, качество обслуживания покупателя, прогнозирование показателей качества сервиса потребителей на конкретных рынках, разработка и реализация инновационных проектов по повышению качества услуг.

По каждому направлению повышения конкурентоспособности предприятие должно разрабатывать дерево целей, на последнем уровне которого должны быть мероприятия по достижению целей (заданий) из конкретных инновационных проектов. Модернизация производства и управления,

четкое руководство выполнением задач, достижение поставленных целей позволяют создать конкурентоспособное предприятие. В этом случае необходимо: уметь определять, быстро и эффективным образом использовать в конкурентном соперничестве свои преимущества. Тогда направление развития предприятия необходимо направить в те стороны, которые наиболее полно отражают отличия от потенциальных или реальных конкурентов.

Итак, определение конкурентоспособности предприятий сферы услуг заключается в следующем:

- наличие производственно-финансовых ресурсов, достаточных для модификаций и инноваций услуги;
- возможность диверсификации;
- имидж хозяйствующего субъекта на рынке и его маркетинговые возможности;
- мобильность системы управления предприятием;
- эффективность организационной структуры;
- продолжительность жизненного цикла услуги;
- количество вновь освоенных услуг.

Необходимо отметить, что проблемы конкурентоспособности сферы услуг в условиях, когда хозяйствующие субъекты получают возможность самостоятельного решения ряда экономических вопросов, становятся особенно актуальными. В частности, сфера услуг как система представляет собой совокупность субъектов рынка, наделенных определенными материальными ресурсами и организованных во взаимодействующие звенья для достижения социально-экономических целей. При этом важным фактором обеспечения конкурентоспособности сферы услуг является конкурентная среда, отождествляемая с маркетинговой средой, которая включает совокупность субъектов и факторов рыночной среды, влияющих на отношения между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) услуги. Для оптимального и своевременного обеспечения конкурентоспособности предприятия сферы услуг необходимыми условиями являются: единая система планирования процесса конкурентоспособности на предприятии; своевременная оценка несоответствия оперативного и стратегического планов, поставленных

и достигнутых целей; обеспечение планирования информацией; проведение системного анализа сильных и слабых сторон процесса; информация, позволяющая уточнять стратегические цели процесса обеспечения конкурентоспособности в связи с происходящими изменениями в окружающей среде и обеспечение условий их своевременного достижения.

Таким образом, подводя итог анализа понятия «конкурентоспособность предприятия сферы услуг», можно сделать ряд выводов:

1. Конкурентоспособность – это явление, присущее рыночной системе, где одни производители при наличии преимуществ перед другими производителями обладают способностью удовлетворить потребности рынка, тем самым достигая лидирующего положения.

2. Определение конкурентоспособности происходит в результате сравнения возможностей отдельных предприятий и зависит от того, с каким предприятием и на каком рынке происходит сравнение.

3. Конкурентоспособность обладает внутренней иерархией: проявление через взаимодействие различных уровней – от уровня отдельной услуги (продукта) до уровня экономической системы страны или мирового хозяйства. При этом взаимосвязь между уровнями иерархии носят разносторонний характер: с одной стороны, им присуща взаимообусловленность, а с другой – возможность приобретения определенных качественных характеристик независимо друг от друга.

4. Уровень конкурентоспособности обеспечивают предпосылки: наделенность производителей факторами производства, качество, цена и уровень использования данных факторов.

5. Ограничение во времени значимости конкурентных преимуществ. Процесс формирования превосходств должен быть непрерывным с целью сохранения достигнутого уровня конкурентоспособности. Соответственно, конкурентоспособность – процесс непрерывного поиска инноваций посредством совершенствования услуги (товара), производства и сбыта.

6. Конкурентоспособность – критерий эффективности функционирования предприятия в рыночной среде, где от достигнутого уровня конкурентоспособности зависят возможности его деятельности и развития.



*Библиографический список*

1. Андрианов В. А. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 3.
  2. Алещенко В. В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1.
  3. Валигурский Д. И. Организация предпринимательской деятельности. – М. : Дашков и К<sup>о</sup>, 2009. – 520 с.
  4. Воронов А. А. Конкуренция в XXI веке // Маркетинг. – 2001. – № 5.
  5. Гордон Я. Х. Целевая конкуренция : пер. с англ. / Я. Х. Гордон, С. Жильцов, И. Малкова, Е. Федорова. – М. : Вершина, 2006. – 368 с.
  6. Ильина Л. И. Роль конкурентоспособности в повышении эффективности социально-экономической деятельности потребительской кооперации // Вестник научно-исследовательского центра кооперативного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского гос. у-та. – 2008. – № 2.
  7. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
  8. Портер М. Е. Международная конкуренция : пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
  9. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. – СПб. : Питер, 2003. – 347 с.
  10. Фасхиев Х. А., Гараев И. М. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг // Онлайн-научно-технический журнал «Информационные и социально-политические аспекты создания современных технологий». – 2004. – № 15.
  11. Юдникова Е. С. Методологические основы изучения конкурентоспособности торгового предприятия // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3 (23).
  12. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведкова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
- 

***E. M. Bakankova\****

*\*Bakankova Elena Mikhajlovna, postgraduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti*

e-mail: bakankova\_elena@mail.ru

**EVOLUTIONARY DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISES  
OF SPHERE OF SERVICES: THEORY AND PRACTICE PROBLEMS**

*Key words: competitiveness, an enterprise, development, market, service.*

*Now competitiveness acts as the major factor of an enterprise survival in severe conditions of the economic reality and its subsequent effective development. The substance and content of competitiveness of an enterprise of sphere of services is considered in the article, the hierarchy of concept «competitiveness of an enterprise» concerning subjects of the market is offered.*

---

© Баканкова Е. М., 2010

**Л. А. Колташева\***

*\*Колташева Любовь Андреевна, соискатель кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

## **ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОДХОДОВ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Ключевые слова: сфера услуг, интеллектуальный капитал, интеллектуальные ресурсы, модель стоимости предприятия, компоненты интеллектуального капитала первого и второго (субкомпоненты) уровней.*

*В статье определяется доминирующая роль интеллектуальных ресурсов для предприятий сферы услуг, рассматривается классификация компонентов интеллектуального капитала. Отображены отличительные особенности физических (традиционных) и интеллектуальных ресурсов. По результатам анализа существующих концепций интеллектуальных ресурсов систематизированы подходы к определению и содержанию интеллектуальных ресурсов предприятий сферы услуг.*

В настоящее время происходят коренные преобразования экономической системы. По мере интеграции России в мировое экономическое хозяйство возрастает объем услуг, как традиционных, так и специфических. Последние десятилетия характеризуются увеличением роли сферы услуг в мировой экономике. Увеличивается спектр предлагаемых услуг, наблюдается рост числа занятых в этой сфере. Доля сферы услуг в совокупном ВВП к настоящему времени составляет около 70% от его общего объема и значительно превышает долю сферы производства товаров. В сфере услуг занято более половины работоспособного населения мира.

Сфера услуг занимает все более устойчивые позиции в мировом хозяйстве. В отечественной литературе существует ряд альтернативных дефиниций сферы услуг, рассматривающих ее с различных позиций. Так, можно выделить две категории определений. Согласно первой, более общей категории определений, сервисная сфера трактуется как сфера экономики со специфическими субъектными отношениями и связями в обмене или как широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом не-

зависимо от того, предоставляются услуги частным лицам или организациям [8].

Доминирование развития сектора услуг – одна из отличительных черт экономик, вступающих в постиндустриальный период. Наибольшими темпами растет занятость в таких отраслях, как телекоммуникационные, транспортные услуги, финансовые страховые и деловые услуги. Опережающий рост деловой активности наблюдается в отраслях, основанных на знаниях, – телекоммуникационных и деловых услугах.

Роль сферы услуг в экономике знаний состоит в обеспечении более гибких инновационных механизмов в организациях, претерпевающих изменения, как в результате инновационной деятельности, так и в процессе адаптации к изменяющимся институциональным и рыночным режимам.

Преобразования в экономике России, приоритетное развитие наукоемких отраслей, признаваемых основой экономического роста в XXI веке, выдвигают жесткие требования к экономической теории и влекут за собой необходимость понимания сути ряда новых категорий и явлений, в том числе интеллектуальных ресурсов. Ускоренное развитие сферы услуг – это долгосрочная тенденция увеличения доли интеллектуальных ресурсов в экономическом росте.

Последнее десятилетие XX века и начало XXI века (становление постмодерна) характеризуются активизацией интеграционных и глобализационных явлений. На стадии инновационных инвестиций предприятия не столько соперничают, сколько сотрудничают, вступая в альянсы, партнерства и другие союзы информационного типа, которые также предотвращают масштабную разрушительную конкуренцию. Следовательно, инвестиционная экономика модерна превращается в инновационную экономику постмодерна, где главным ресурсом в создании добавленной стоимости выступает знание, трансформируемое в интеллектуальный капитал.

Интеллектуальные ресурсы предприятий сферы сервиса – экономические ресурсы, формируемые знанием и информацией, которые участвуют в создании ценности услуги и лежат в основе конкурентных преимуществ предприятия. Интеллектуальные ресурсы являются уникальными вследствие их особенностей. Основная особенность интеллектуальных ресурсов заключается в способности к самовозрастанию, или капитализации. Это значит, что при увеличении объемов оказываемых услуг с использованием интеллектуальных ресурсов их стоимость увеличивается, а не амортизируется.

Интеллектуальные ресурсы – один из существенных источников органического роста предприятия, роста, который происходит за счет интеграции и мобилизации его внутренних ресурсов и собственных источников. Главная функция интеллектуальных ресурсов – существенно ускорять прирост массы прибыли за счет формирования и реализации необходимых предприятию систем знаний, которые, в свою очередь, обеспечивают его высокоэффективную хозяйственную деятельность. В частности, интеллектуальные ресурсы предприятия определяют качество его системы управления [7].

Интересным моментом в анализе концепций интеллектуальных ресурсов является тот факт, что экономическая наука до недавнего времени относилась к понятию интеллектуальных ресурсов двойственно: с одной стороны, признавала важную роль науки и образования в общественном развитии, с другой – выносила их за рамки анализа. К. Маркс отмечал повышающуюся роль в производстве «агентов», зависящих от нау-

ки и прогресса техники [5]. Однако факторы, обеспечивающие прогресс общественного производства путем реализации интеллектуальных ресурсов, считались экзогенными по отношению к экономическому росту.

Исторически первым в ряду понятий, связанных с интеллектуальным капиталом и интеллектуальными ресурсами, стало понятие человеческого (интеллектуального, гуманитарного) капитала, введенное основоположниками классической экономической теории Адамом Смитом и Джоном Стюартом Миллем.

В современном виде концепция человеческого капитала была сформулирована в конце 50-х – начале 60-х годов XX века в рамках чикагской школы Теодором В. Шульцем, а также в работе Г. Беккера, посвященной тем же самым проблемам [5].

Значительное влияние на формирование современного понимания интеллектуального капитала оказали работы Й. Шумпетера, написанные еще в начале XX века [5]. Согласно Шумпетеру, в основе экономического развития лежат инновационные процессы, которые осуществляют новые комбинации факторов и условий хозяйственной деятельности.

Свой вклад в изучение интеллектуальных ресурсов внесли и отечественные исследователи. Одними из первых обратили свое внимание на проблему интеллектуальных ресурсов как особого фактора производства И. К. Бабст и Д. И. Пихно. И. К. Бабст отмечал важную роль квалифицированного управления и народного образования в развитии страны. Д. И. Пихно уделял особое внимание специфике формирования менеджмента и управленческих ресурсов в России. Однако эта традиция была прервана, и в современной отечественной экономической литературе интерес к данной проблеме возобновился лишь в 90-е годы XX века. Тогда появился ряд исследований, посвященных вопросам рассмотрения человеческого капитала в России. Среди этих работ можно отметить исследования А. Н. Козырева, М. М. Критского, Е. В. Галаевой, С. А. Дятлова, И. В. Ильинского [5].

Резюмируя вышеизложенное, систематизируем подходы к определению интеллектуальных ресурсов как основных компонентов интеллектуального капитала (табл. 1).

**Систематизация подходов к определению интеллектуальных ресурсов**

Автор	Сущность интеллектуальных ресурсов
Т. Стюарт, 1997	Включают только интеллектуальные активы, возникшие как результат знаний и компетенции персонала. Интеллектуальные ресурсы рассматриваются как часть более широкого понятия – неосязаемых активов
В. Л. Иноземцев, 1998	Информация и знания, эти специфические по своей природе и формам участия в производственном процессе факторы, в рамках предприятий принимают облик интеллектуальных ресурсов (человеческие, структурные, клиентские ресурсы)
М. А. Эскиндаров, 1999.	Система характеристик, определяющих способность человека, то есть качество рабочей силы индивидуума, совокупного работника предприятия, фирмы корпорации, страны, материализуемое или проявляющееся в процессе труда, который создает товар, услуги, прибавочный продукт в целях их воспроизводства на основе персонифицированного экономического интереса каждого субъекта, их совокупности
А. Уайлмен, 1999 И. Кадди, 2000	Часть неосязаемых активов, которая принципиально не может иметь прямой денежной оценки и неотделима от создавшей их компании в отличие от неосязаемых активов, которые могут быть измерены в денежных единицах и существовать за пределами предприятия
Л. Эдвинссон, 2000	Творческая совокупность человеческих ресурсов и их производных (структурные ресурсы: социальные ресурсы, рыночные ресурсы, интеллектуальная собственность). Понятие «интеллектуальные ресурсы» совпадает с понятием неосязаемых активов и рассматривается как необходимое условие конкурентоспособности компании
Э. Брукинг, 2001	Термин для обозначения нематериальных активов, без которых предприятие не может существовать, усиливая конкурентные преимущества
Л. Джойя, 2000 К. А. Багриновский (в соавт.), 2001	Интеллектуальные ресурсы – это тот же гудвилл, но исследуется менеджерами, а не бухгалтерами. Понятие «гудвилл» должно пониматься так, как оно трактуется и признается стандартами бухгалтерского учета, то есть превышение цены покупки предприятия над стоимостью отраженных в ее балансе чистых активов
И. Родов, Ф. Лельберг, 2002	Понятие «интеллектуальные ресурсы» не совпадает с гудвиллом, поскольку на расчет гудвилла оказывает влияние балансовая оценка материальных активов
Б. Б. Леонтьев, 2002	Стоимость совокупности имеющихся у предприятия интеллектуальных активов, включая интеллектуальную собственность, его природные и приобретенные интеллектуальные способности и навыки, а также накопленные им базы знаний и полезные отношения с другими субъектами
А. Н. Козырев, В. Л. Макаров, 2003	Понятие «интеллектуальные ресурсы» шире, чем нематериальные активы и интеллектуальная собственность, и не регламентируется нормативными актами
М. Е. Павлов, 2003	Понятия «интеллектуальные ресурсы» и «неосязаемые активы» полностью совпадают, но первое используется менеджерами, второе – бухгалтерами
В. П. Багов, Е. Н. Селезнев, В. С. Ступакова, 2006	Интеллектуальное богатство предприятия, предопределяющее ее творческие возможности по созданию и реализации интеллектуальной и инновационной продукции. Здесь выделяют два элемента: кадровые ресурсы и интеллектуальная собственность
Б. Б. Леонтьев, 2008	Накопленные путем сбережения и эффективной организации запас экономических благ в форме интеллектуальных преимуществ, способных переходить в деньги и капитальные товары

Так, ряд исследователей отождествляют понятия «интеллектуальные ресурсы» и «неосязаемые активы». Поэтому необходимо обозначить грань между этими поня-

тиями. Категории «неосязаемые активы» и «нематериальные активы» используются бухгалтерами и оценщиками. Содержание нематериальных активов и интеллектуаль-

ной собственности определено в нормативных актах, а интеллектуального капитала и интеллектуальных ресурсов не закреплено законодательством [9]. Поэтому точки зрения исследователей на содержание данных экономических категорий различны.

При характеристике понятия «интеллектуальные ресурсы» необходимо выделить следующие особенности данной категории:

- В современных условиях интеллектуальные ресурсы определяет главные тенденции экономического роста.

- Интеллектуальные ресурсы в виде знаний, навыков, опыта могут быть накапливаемыми.

- По мере накопления интеллектуальных ресурсов их доходность повышается до определенного предела, ограниченного верхней границей активной трудовой деятельности (активного трудового возраста), а потом резко снижается.

- Инвестиции в интеллектуальные ресурсы должны обеспечивать его обладателю получение более высокого дохода.

- Вложения в интеллектуальные ресурсы дают довольно значительный по объему, длительный по времени и интегральный по характеру экономический и социальный эффект.

- Интеллектуальные ресурсы отличаются от физических по степени ликвидности. Интеллектуальные ресурсы не являются оборотным активом; только их отдельные элементы, пригодные для патентования знания, могут подлежать купле-продаже.

На предприятиях сферы сервиса большая часть полученного эффекта становится результатом применения специальных знаний, широкого обучения персонала и взаимодействия с контрагентами. Интеллектуальный капитал в большей мере, чем физические активы или финансовый капитал, становится устойчивым конкурентным преимуществом [3]. Интеллектуальные ресурсы в отличие от физических ресурсов имеют нематериальную природу, поэтому их называют «невидимым активом». Обозначим основные отличия физических и интеллектуальных ресурсов:

- физические ресурсы имеют материальную природу, а интеллектуальные – нематериальную природу, поэтому их иногда называют невидимым активом;

- интеллектуальный капитал не аддитивен. Его нельзя разложить на составляющие так, чтобы сумма их оценок была равна общей оценке всего интеллектуального капитала организации;

- предприятия не владеют интеллектуальными ресурсами полностью. Они владеют ими совместно с работниками (если речь идет о человеческом капитале) и совместно с потребителями и другими контрагентами (если речь идет о потребительском капитале);

- физические ресурсы оцениваются с помощью преимущественно стоимостных показателей, в то время как интеллектуальные ресурсы – с помощью как стоимостных, так и нестоимостных (качественных) показателей;

- для физических ресурсов оценка имеет периодический характер, а для интеллектуальных – непрерывный.

Интеллектуальные ресурсы участвуют в создании стоимости услуги совместно с другими ресурсами предприятия. Классификация видов ресурсов предприятия, влияющих на его стоимость, представлена на рис. 1.

Человеческие ресурсы предприятий сферы сервиса представляют собой главную ценность, так как включают запас знаний, образование, практические навыки, компетенцию, творческие и мыслительные способности сотрудников, их моральные ценности, мотивацию, культурный уровень, отношение к работе, личные связи, которые используются для получения дохода [3].

В структурные ресурсы группируются, как правило, все производные человеческих ресурсов. Структурные ресурсы включают в себя клиентские, организационные и сетевые ресурсы. Клиентские ресурсы – это отношения, которые устанавливаются предприятиями сферы сервиса с потребителями, клиентами, посредниками, конкурентами. Организационные ресурсы выполняют две задачи – накопление знаний как основы деятельности, представляющих ценность для потребителей; ускорение движения информации внутри предприятия. Организационные ресурсы делятся на инновационные, процессные и социальные ресурсы. Инновационные ресурсы (интеллектуальная собственность) состоят в основном из законных прав (патентов, лицензионных

соглашений), а также из того, чему трудно дать точное определение, но что в большой степени определяет стоимость компании (идеи, торговые марки). Процессные ресур-

сы (инфраструктурные) – это инфраструктура компании (информационные технологии, рабочие процессы и т. д.).

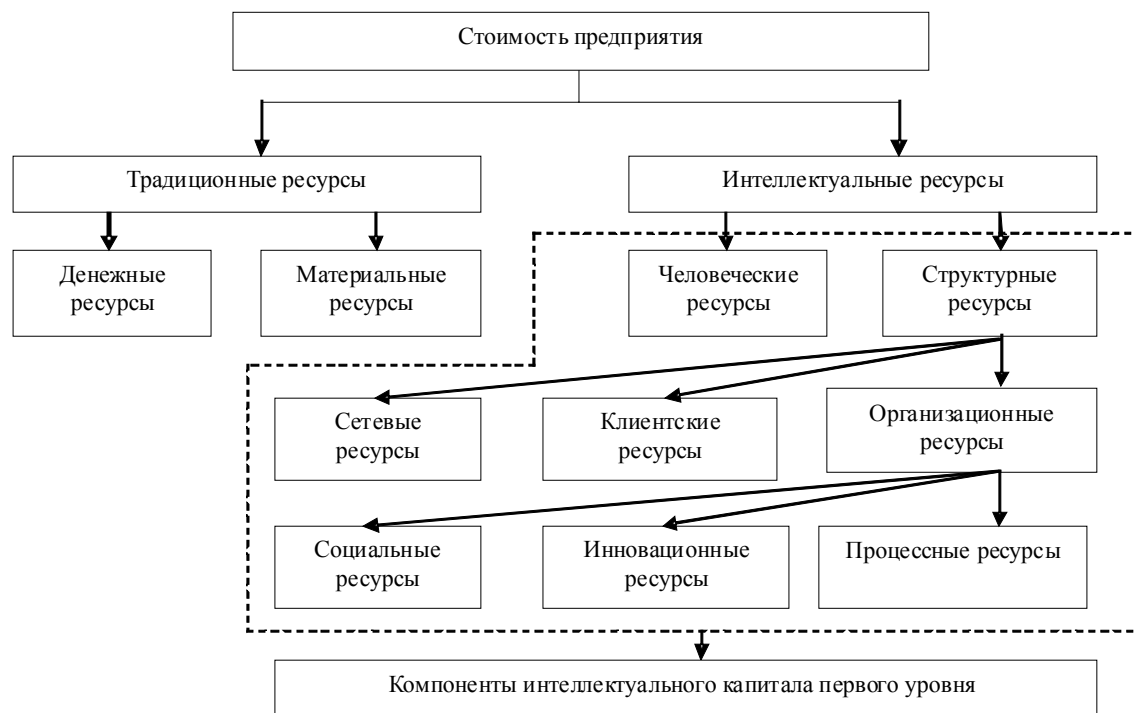


Рис. 1. Классификация видов ресурсов предприятия, влияющих на его стоимость

К организационному капиталу можно отнести и такое относительно новое понятие в экономической науке, как социальный капитал. В широком смысле этого слова социальный капитал охватывает довольно большой круг явлений. Это общественные институты, разделяемые людьми ценности, отношения людей между собой, а также к другим явлениям, которые управляют взаимодействиями людей и вносят свой вклад в ход общественного экономического и социального развития. Различают две формы социального капитала: структурный – сети, ассоциации, институты, а также правила и регламенты, которые регулируют их функционирование; когнитивный – отношения, нормы, поведение, разделяемые ценности, доверие.

Понятие сетевых ресурсов привлекло в последнее время большое внимание ученых и практиков из различных сфер. Сетевые ресурсы отличаются от остальных компонентов интеллектуального капитала тем, что формируются в большей степени в процессе взаимодействия предприятия с внешней средой. Согласно Э. Байбуриной и

И. Ивашковской [6], сетевой капитал представляет собой ценность, заключающуюся в качестве и устойчивости отношений с контрагентами, поставщиками, подрядчиками, конкурентами и необходимыми контрагентами смежных отраслей. Сетевой капитал – совокупность ключевых характеристик и синергетических эффектов, приобретаемых предприятием от сетевых взаимодействий и ресурсных возможностей корпоративных сетей; ценность, приобретаемая от различных конфигураций корпоративного синергетического взаимодействия в основных и смежных отраслях.

Человеческие, организационные и потребительские ресурсы взаимодействуют друг с другом. Недостаточно инвестировать в каждую из них по отдельности. Они должны поддерживать друг друга, создавая синергетический эффект, и тогда происходит перекрестное влияние одних видов активов на другие.

Угруппированная структура компонентов интеллектуального капитала второго уровня (субкомпонентов интеллектуального капитала) представлена в табл. 2.

**Укрупненная структура компонентов интеллектуального капитала**

<b>Компоненты интеллектуального капитала первого уровня</b>	<b>Элементы (субкомпоненты) интеллектуального капитала второго уровня</b>
Человеческие ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристики управленческого персонала предприятия</li> <li>- Характеристики ключевых сотрудников предприятия, представляющие разные управленческие и неуправленческие уровни</li> <li>- Программы развития человеческого капитала</li> <li>- Инвестиции в человеческий капитал</li> </ul>
Клиентские ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристики клиентов предприятия</li> <li>- Характеристики ключевых клиентов</li> <li>- Программы управления клиентскими взаимоотношениями и лояльностью, CRM (Customer relationship management)</li> <li>- Позиционирование предприятия на рынке</li> <li>- Инвестиции предприятия в CRM программы и кампании</li> </ul>
Сетевые ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристики взаимодействия предприятия с внешней средой, структура внутренней среды (поставщики, дистрибьюторы, партнеры, конкуренты, смежные)</li> <li>- Характеристики внутренних сетей предприятия: филиалы, совместные фонды для управления, перекрестные фонды</li> <li>- Характеристики структуры собственности: доля государства в акционерном капитале предприятия, наличие контролирующего собственника</li> <li>- Карта стратегического взаимодействия предприятия: альянсы, консорциумы</li> </ul>
Инновационные ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристика структуры инноваций предприятия в целом и отдельно по подразделениям</li> <li>- Характеристики НИОКР предприятия, структура НИОКР</li> <li>- Характеристика структуры инвестиций в инновации</li> </ul>
Процессные ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристики основных и вспомогательных процессов, структура затрат</li> <li>- Программа оптимизации вспомогательных процессов</li> <li>- Инвестиции в программы оптимизации вспомогательных процессов</li> </ul>
Социальные ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Характеристики стабильности предприятия (его возраст, текучесть управленческого персонала, доля персонала со стажем работы в данной организации менее двух лет)</li> <li>- Характеристики применяемых информационных систем</li> <li>- Характеристика структуры инвестиций в новые филиалы и новые методы управления</li> </ul>

Таким образом, проведенное исследование подходов к определению интеллектуальных ресурсов и классификации последних позволило сформулировать следующее определение: «интеллектуальные ресурсы – это совокупность компонентов интеллектуального капитала, представляющая собой мысленные знания, т. е. неотделимые от сотрудников, и знания, воплощенные в результатах мыслительной деятельности». При этом не имеет значения, приобретен объект интеллектуальных ресурсов у третьих лиц или создан в рамках предпри-

ятия, поскольку основным признаком является то, что он является результатом мыслительной деятельности. Некоторые активы, относящиеся к интеллектуальным ресурсам, являются измеряемыми и признаются как объект бухгалтерского учета, но основная часть интеллектуальных ресурсов не имеет прямой денежной оценки и не признается в бухгалтерском учете. В современных условиях интеллектуальные ресурсы являются важнейшим фактором производства. Интеллектуальная работа, специальные знания и коммуникации стано-

вятся факторами не только создания добавленной стоимости, но и конкурентоспособ-

ности, экономического развития предприятий сферы сервиса.

*Библиографический список*

1. Байбурина Э. Р., Головки Т. В. Эмпирическое исследование интеллектуальной стоимости крупных российских компаний // Корпоративные финансы. – 2008. – № 6.
  2. Байбурина Э. Р., Жуковец О. С. Концепция анализа сетевого капитала как драйвера стоимости компании // Корпоративные финансы. – 2009. – № 4 (12).
  3. Бобкова Е. В., Макаров П. Ю. Интеллектуальный капитал как индикатор устойчивого развития // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 3.
  4. Галаева Е. В. Управление творческим потенциалом предприятий и организаций : дисс. ... д.э.н. – М., 1995.
  5. Григорьев Д. В. Интеллектуальный капитал: от уровня индивида к уровню общества // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 3 (31).
  6. Ивашковская И. В., Байбурина Э. Р. Роль интеллектуального капитала в создании стоимости крупных российских компаний: опыт эмпирического исследования // Вестник Финансовой академии. – 2007. – № 4. – С. 53-63.
  7. Лукичева Л. И. Управление процессами коммерциализации и оценки стоимости интеллектуального капитала наукоемких предприятий // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 4.
  8. Предводителева М. Д., Балаева О. Н. Основные тенденции развития российской сферы услуг // Маркетинг услуг. – 2008. – № 4.
  9. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал и интеллектуальные активы компании // Экономика и управление. – 2006. – № 1 (22).
- 

**L. A. Koltasheva\***

*\*Koltasheva Lubov Andreyevna, applicant of «Economics, organization and commercial activity» department of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

**EVOLUTION OF CONCEPTUAL APPROACHES IN THE THEORY  
AND PRACTICE OF DEVELOPMENT OF INTELLECTUAL RESOURCES  
OF REGIONAL SPHERE SERVICES**

*Key words: sphere of services, intellectual capital, intellectual resources, model of enterprise cost, components of intellectual capital of first and second levels (subcomponents).*

*In the article dominating role of intellectual resources for the enterprises of sphere of services is defined, classification of components of intellectual capital is considered. Distinctive features of physical (traditional) and intellectual resources are represented. Approaches to definition and content of intellectual resources of the enterprises of sphere of services are systematized by results of the analysis of existing concepts of intellectual resources.*

---

© Колташева Л. А., 2010



УДК 336.71

**М. В. Дуброва\***

*\*Дуброва Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Российского государственного социального университета, г. Москва*  
e-mail: mvdubrova@yandex.ru

**И. В. Козлова\***

*\*Козлова Ирина Викторовна, аспирант кафедры «Финансы и статистика», АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации», г. Москва*  
e-mail: i-v-kozlova@yandex.ru

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖБАНКОВСКИХ ПЛАТЕЖЕЙ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Ключевые слова: межбанковские платежи, расчеты, глобализация, банковская система.*

*Текст статьи рассматривает текущий уровень развития межбанковских платежей в России, раскрывает базовые способы осуществления межбанковских переводов, их основные принципы, достоинства и недостатки. На примере клиринга рассмотрена одна из возможностей оптимизации осуществления расчетов, а также определены направления усовершенствования систем осуществления межбанковских платежей.*

Современная экономическая, политическая и социальная сферы жизни России требуют постоянного совершенствования банковского сектора и определения актуальных, приоритетных сфер деятельности коммерческих банков. Очевидно, что необходимость успешного решения экономических проблем России с учетом закономерностей интеграции в мировую экономику и глобализации финансовых процессов ставит вопрос о совершенствовании механизмов действия рыночной банковской системы России.

Являясь одной из важнейших составляющих экономики страны, банковская система России увязывает между собой промышленность страны, сельское хозяйство, товарно-денежные отношения и население. На современном этапе развития банковская система выходит из национальных границ и интегрируется в мировую финансовую систему. Несмотря на то что банки по-прежнему занимают особое место в финансовой системе России, усиливающиеся процессы глобализации и дерегулирования отчасти изменяют сферы их деятельности. Так, практически все крупные и средние коммерческие банки Российской Федерации связывают перспективы своего развития с увеличением объемов своей международной деятельности.

Необходимо отметить, что нормальное функционирование банковской системы и осуществление расчетов невозможно без установления корреспондентских отношений между банками. Актуальность развития корреспондентских отношений обусловлена их ролью в становлении и поддержке двухуровневой банковской системы. С другой стороны, корреспондентское расчетное обслуживание банков также является прибыльным направлением развития банковского бизнеса. Многообразие коммерческих банков порождает конкуренцию в данной сфере экономики и, следовательно, стимулирует развитие банковских услуг не только при обслуживании клиентов – физических лиц и компаний, – но также и своих банков-корреспондентов. Кроме того, устойчивое развитие экономики в последние годы повлекло за собой увеличение товарооборота между Россией и зарубежными странами и, следовательно, увеличение количества и объема межбанковских платежей.

Очевидно, что в условиях мирового финансового кризиса повышение эффективности функционирования платежных систем российских банков становится значимым фактором, влияющим на экономику страны. Российские платежные системы

слабо адаптированы к работе в условиях глобального кризиса и часто не отвечают современным требованиям рынка. В частности, без совершенствования механизмов осуществления электронных финансовых операций в российских банках при интеграции в мировую финансовую систему не удастся добиться финансовой стабилизации и ускорить финансовый рост.

Неоспоримо, что достижения научно-технического прогресса, снижение вмешательства государства в экономику и финансы, резкий рост международных потоков капитала в значительной степени способствуют интеграционным и глобализационным процессам мировой экономики. Характерной чертой является усиление роли транснациональных банков и, как следствие, консолидация банковского и промышленного капиталов. В настоящее время транснациональные банки являются универсальными банковскими комплексами, внутри которых границы между узкоспециализированными организациями постепенно стираются.

Для России глобализация является основополагающим фактором интеграции банка в мировую финансовую систему, что при современном уровне развития внешней торговли является реакцией на потребность хозяйствующего субъекта в банковском обслуживании внешнеэкономической деятельности. Следовательно, предоставляя подобные услуги, российские банки стали активно внедряться в мировую финансовую систему, устанавливая экономические отношения с ее участниками.

Платежная система России является результатом более чем десятилетнего периода реформирования банковской системы, и в настоящее время ее состояние отражает незавершенность этих процессов. Наиболее значимыми результатами реформирования являются создание системы межбанковских расчетов и внедрение ряда современных банковских технологий.

Стоит отметить, что до конца 80-х годов XX века термин «межбанковские расчеты» не применялся ввиду отсутствия межбанковских расчетов как таковых. Расчеты в стране осуществлялись безналично по межфилиальным счетам Госбанка либо прочими крупными кредитными учреждениями,

такими как Стройбанк, Гострудсбербанк, Внешторгбанк. С учетом уровня развития экономики в стране в то время действовавшая система межбанковских расчетов удовлетворяла потребностям экономики.

Датой появления корреспондентских отношений в России, в понятии рыночной экономики, условно считают 1991 год. В этом году начинается становление современной банковской системы России, появляются первые коммерческие банки (хотя наиболее крупные и значимые банки, например Внешторгбанк, имели преобладающее государственное участие в своем капитале). Одновременно внедрение системы межбанковских расчетов способствовало разделению собственных ресурсов разных банков, что сыграло значительную роль в становлении института коммерческих банков в России и, как следствие, изменения функций Центрального Банка в соответствии с общепринятой мировой рыночной практикой.

Традиционно корреспондентские отношения между банками возникают на договорной основе, при этом говорить о межбанковских расчетах следует в случае обслуживания получателя и плательщика разными банками. Особым случаем возникновения таких расчетов является взаимное кредитование банков. Для нормального функционирования экономики страны наличие развитой системы межбанковских расчетов является одним из определяющих моментов, в частности из-за широких межрегиональных хозяйственных связей предприятий.

Осуществление межбанковских расчетов в России возможно следующими способами.

Наиболее распространенным способом платежей в рублях является списание и зачисление средств по счетам банков в Центральном Банке Российской Федерации. Второй способ подразумевает перевод средств по счетам Лоро и Ностро, которые открываются коммерческими банками для осуществления межбанковских платежей. Также расчеты между двумя банками могут быть осуществлены через счета, открытые в третьем банке, либо в расчетной или клиринговой организации.

Говоря о разных способах осуществления межбанковских платежей, следует от-

метить, что все банки используют все три способа, отдавая предпочтение тому, при котором издержки на проведение конкретного платежа будут ниже. Одновременно основными требованиями к расчетам являются оперативность и предсказуемость платежей, высокая надежность, безопасность, широкое разнообразие в соответствии с потребностями пользователей.

Наиболее важным фактором межбанковских расчетов является скорость осуществления платежей. Кроме того, крайне важно обращать внимание на экономическую эффективность межбанковских платежей. Несмотря на то что межбанковские расчеты являются, по сути, безналичными расчетами, характерной чертой, их отличающей, является необходимость поддержания банками собственной ликвидности на уровне, обеспечивающем бесперебойное проведение расчетов с другими банками и своевременное выполнение поручений клиентов. В этой связи поддержание ликвидности является первостепенной задачей коммерческого банка в целях предотвращения платежных рисков. Таким образом, для обеспечения текущего контроля за ликвидностью законодательством предусмотрен ежемесячный контроль за соблюдением обязательных нормативов.

Большое значение имеет принцип проведения контроля правильности совершения межбанковских операций и обеспечением безопасности корреспондентских отношений. Необходим постоянный контроль за синхронностью и идентичностью проводимых сумм по корреспондентским счетам банков. Основным способом проверки совершенных операций является сверка операций и сумм с выписками по счетам банков-корреспондентов или расчетно-кассовых центров Банка России. Выписки являются также важным средством контроля за технологическими ошибками и сбоями в банковских системах.

Следует отметить, что основная доля межбанковских расчетов в России осуществляется через расчетную сеть Центрального Банка Российской Федерации, значительно меньший объем расчетов проходит через корреспондентские счета коммерческих банков и расчетные сети коммерческих платежных систем. В этой связи целе-

сообразно считать расчетную сеть Банка России системообразующей для страны, что в то же время позволяет Центральному Банку осуществлять надзор как за непосредственным процессом осуществления межбанковских расчетов, так и за деятельностью участников этого процесса.

Межбанковские расчеты, в свою очередь, осуществляются согласно принципам, которые свойственны системе безналичных расчетов в целом, однако их проявление в расчетах между банками имеет определенную специфику.

Первым можно выделить принцип поддержания банками своей ликвидности на уровне, обеспечивающем бесперебойное и в полном объеме проведение расчетов с другими банками. Важно, чтобы банк в любой момент сумел удовлетворить требования своих клиентов о снятии денег со счетов и осуществлении платежей по их поручениям. Отсюда возникает необходимость осуществления управления ликвидностью банка. Соблюдение этого принципа является залогом предотвращения платежных рисков (рисков неликвидности и кредитных рисков), которые наиболее опасны для экономики, в случае их перерастания в системные риски.

Большое значение имеет принцип контроля правильности совершения межбанковских расчетов. Существует постоянная необходимость в постоянном взаимном контроле синхронности и полной идентичности проводимых сумм. С одной стороны, по счетам клиентов в банках и по корсчетам банков в РКЦ (или в банках-корреспондентах), с другой стороны, по счетам и по балансам собственно самих участников расчетов – коммерческих банков-корреспондентов при расчетах их между собой, а также при расчетах между РКЦ. По мере развития межбанковских расчетов и межбанковского клиринга усиливается значение данного принципа.

Общим принципом организации межбанковских расчетов является принцип безусловного платежа по межбанковским обязательствам. Предоставляя платежные услуги своим клиентам, коммерческие банки выступают в роли финансовых посредников и, следовательно, принимают на себя обязательства по межбанковским платежам и расчетам. Эти обязательства в основном связаны

с согласием плательщика на списание средств с его счета в определенный срок.

В настоящее время одним из актуальных принципов является принцип платежа в пределах средств на корреспондентском счете. Он состоит в поддержании оптимального остатка средств на корреспондентском счете кредитной организации и соблюдении нормативов ликвидности баланса банка. На принципе платежа в пределах остатка средств на корреспондентском счете основано управление наличной позицией банка, то есть комплекс мер, осуществляемых банком с целью регулирования предназначенных для платежей активов и контроля над этими активами. Актуальность соблюдения этого принципа объясняется тем, что проведение банком рискованной политики в области активных операций может привести к возникновению системного риска, который через каналы межбанковских отношений вызовет цепную реакцию, распространившись на другие банки и поразив другие сферы экономики отдельных регионов и страны в целом.

Таким образом, существующие принципы межбанковских расчетов помогают кредитным организациям в основном своевременно и в полном объеме проводить расчетные операции, переводы платежей по системам корреспондентских счетов.

Одним из направлений развития банковского сектора России является повсеместное внедрение электронных технологий и увеличение доли безналичных расчетов. Для достижения этой цели необходимы мероприятия по усовершенствованию технологий передачи данных, методов защиты информации, что обеспечивает эффективное обслуживание всех участников расчетов. Также необходим единый формат электронных документов и унифицированные правила осуществления межбанковских расчетов.

Следует отметить, что в целях эффективной интеграции России в международный сектор банковских отношений российским банкам крайне важно развивать новые способы осуществления платежей. Одним из таких способов может являться система межбанковского клиринга и многостороннего неттинга. Данные формы расчетов предполагают взаимозачет обязательств бан-

ков, при котором существенно сокращается объем платежных средств, удешевляется осуществление самих расчетов и, что наиболее важно, сохраняются имеющиеся денежные средства банков, что, в свою очередь, облегчает контроль за ликвидностью банков.

Снижение концентрации платежей при клиринге в результате существенного сокращения суммы взаимной задолженности также позволяет прервать цепочку неплатежей, высвободить платежные средства в размере суммы зачтенного оборота, непрерывно расширять сферу безналичных расчетов при одновременном упрощении управления ими. Следовательно, схемы осуществления межбанковских расчетов становятся заметно проще и дешевле. При сохранении имеющейся наличности происходит ускорение проведения платежей, повышается прибыльность и ликвидность участников расчетов.

Сущность зачета взаимных обязательств заключается в том, что происходит взаимное погашение требований кредиторов и обязательств, при этом непогашенные суммы урегулируются посредством стандартных межбанковских платежей. В настоящее время основной объем клиринговых расчетов проходит с участием банка, однако взаимозачет возможен в том числе напрямую между предприятиями. В этом случае в банк направляется поручение лишь на незачтенную сумму. Таким образом, клиринг упорядочивает подсчет позиции каждого участника, снижает риски непоставки или неуплаты.

Как отмечалось, для банков клиринг важен в целях снижения потребности в наличных денежных средствах и, как следствие, упрощения обмена платежами. Законодательно клиринг в России был закреплен в 1993 году. Одновременно ряд кредитных учреждений получили право на осуществление электронных платежей.

В настоящее время в России приняты две банковские модели клиринга. Первая модель подразумевает депонирование средств на счета участников в клиринговом учреждении. В связи с тем, что все операции проводятся в пределах кредитового остатка на счете участника, организации должны обеспечить на своем счете средства в необходимом объеме. Вторая модель – клиринг без депонирования средств на счета участ-

ников. Фактически это модель классического клиринга: счета участников необходимы для учета обязательств и по факту обработки требований и обязательств рассчитывается итоговое сальдо, которое затем передается на основные корреспондентские счета банков.

В настоящее время для осуществления расчетов наряду с платежной системой Банка России используется система SWIFT. Внедрение подобной системы расчетов является прогрессивным шагом в развитии расчетных систем в России. Ее внедрение позволяет многократно увеличить оборачиваемость денежных средств, повышает эффективность управления ликвидностью и минимизирует риски участников расчетов. Очевидно, что для дальнейшего усовершенствования российской системы осуществления межбанковских платежей необходимым является внедрение платежной системы, позволяющей осуществлять расчеты в режиме реального времени. Это, в свою очередь, позволит достигнуть более высокого уровня финансовой стабильности в стране и повысить эффективность реализации денежно-кредитной политики. Кроме того, автоматизация платежей позволяет снизить риск неосуществления платежа участником платежной системы.

Следует отметить, что имеющееся некоторое отставание России в технологической области осуществления межбанковских расчетов в то же время позволяет развивать эту сторону банковского бизнеса, учитывая опыт развитых зарубежных стран, в частности в сжатые сроки внедрить современные технологии.

С учетом потенциала национальной инфраструктуры банковской системы совершенствование осуществления электронных финансовых операций в российских банках может дать значительный положительный эффект, как экономический, так и организационный. Глобальный характер распространения электронных платежных систем на базе новых электронных систем безналичных расчетов, который охватывает практически все сферы банковской деятельности развитых стран мира. В этих условиях необходим переход к новой концепции банковского развития и следует определить

приоритеты развития межбанковских расчетов в банковской системе России:

Интеграция в финансовые цепочки мировой финансово-денежной системы и развитие электронных финансовых операций, ориентированных не только на платежи внутри России, но и на мировые рынки.

Интеграция в европейское экономическое пространство путем развития конкурентоспособности российских банков, включение их в систему международных финансовых связей и увеличение объема операций через российскую экономику.

Модернизация технологической инфраструктуры электронных финансовых операций и развитие системы банковского управления путем разработки нормативных документов для улучшения экономической и правовой среды электронных финансовых операций и создание новых банковских услуг.

Межбанковские расчетные операции являются важнейшими банковскими операциями, что очевидно из анализа структуры активов и пассивов российских банков.

В настоящее время для России актуально приведение существующих технологий межбанковских расчетов в соответствие с требованиями международной платежной системы, что является одним из условий их дальнейшей интеграции и конкурентоспособности. Одним из условий стимулирования и развития системы межбанковских платежей является эффективная государственная политика в области реформирования банковской системы, приведения ее к стандартам современной высокотехнологичной мировой финансовой системы. Стоит отметить, что особую актуальность эта проблема приобретает в том числе в связи с выработкой международной стратегии борьбы против легализации (отмывания) преступных доходов для устранения нелегальных схем денежных переводов, приводящих к деформации национального платежного баланса.

Современный этап развития экономики и мировой экономической кризис создают объективные предпосылки для модернизации отечественной системы расчетов, что, в свою очередь, обуславливает необходимость разработки новых технологий межбанковских расчетов, обеспечивающих повышение

конкурентоспособности российских банков и гарантии качества банковского обслуживания, что для отечественных банков является не только новаторством в данном сегменте услуг, но и реальным инструментом их международной интеграции.

Развитие новых конкурентоспособных технологий межбанковских расчетов является весьма ответственным делом, поскольку такие решения влияют на стратегию развития банковской системы в целом. Необходимость дальнейшего развития определяет требования к технико-экономическому обоснованию проекта. Решение должно быть основано на качественном анализе и комплексной сравнительной оценке иностранных альтернативных предложений, с учетом возможности их реализации, определенной экономической выгоды и эффективности, а также возможных социально-экономических последствий реализации предложения.

Очевидно, что любая операция банков, межбанковская или по поручению клиентов, завершается денежными расчетами. В этой связи создание эффективной системы расчетов является одним из важнейших факторов, определяющих позиции банка в конкурентной борьбе. Банк России контролирует фундаментальную часть этого направления банковской деятельности, организуя расчеты между банками в России, координируя и лицензируя расчетные, в том числе клиринговые, системы, устанавливая правила, формы, сроки и стандарты осуществления расчетов. В связи с вышеуказанным разработка механизмов совершенствования организации системы межбанковских расчетов как инструмента повышения конкурентоспособности российских банков является актуальной проблемой развития современной российской банковской системы, напрямую связанной с уровнем развития отечественной экономики.

#### *Библиографический список*

1. Банки и банковское дело : учебник для вузов / под ред. О. Гончарук, В. Боровковой, А. Балабанова. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2007.
2. Банковские информационные системы и технологии. Ч. 1. Технология банковского учета : учеб. пособие / Я. Л. Гобарева, Е. Р. Кочанова, Т. Н. Нестерова и др. ; под ред. Д. В. Чистова. – М. : Финансы и статистика, 2005.
3. Банковское дело / под ред. О. И. Лаврушина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2008.

---

#### ***M. V. Dubrova\****

*\*Dubrova Marina Viktorovna, Ph.D. in economics, Russian State Social University, Moscow  
e-mail: mvdubrova@yandex.ru*

#### ***I. V. Kozlova\****

*\*Kozlova Irina Viktorovna, Ph.D student in Finance and Statistics, Russian University of Cooperation, Moscow  
e-mail: i-v-kozlova@yandex.ru*

### **BANKING PAYMENTS – CURRENT TRENDS IN FINANCIAL GLOBALIZATION**

*The article covers the current level of Russian banking payments development, explains its basic principles, advantages and disadvantages. Clearing shows one of the opportunities to improve the payment system. Simultaneously it describes ways for further improvement the banking payment systems.*

---

УДК 330.34

**Т. И. Марченко\***

*\*Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти*  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru

## ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ И ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

*Ключевые слова: интеллектуальные ресурсы, набор количественных характеристик интеллектуальных ресурсов, характеристики эффективности интеллектуальных ресурсов, методы измерения интеллектуальных ресурсов, проблемы количественной оценки интеллектуальных ресурсов.*

*Управление интеллектуальными ресурсами сопряжено с трудностями их учета и контроля в полном объеме. Одновременно роль данных ресурсов в формировании конкурентоспособности экономических объектов в условиях перехода к постиндустриальному обществу сложно переоценить. Вследствие существенных расхождений между оценками рыночной стоимости экономических объектов и данными финансового учета возрастает потребность в формализации измерений нематериальных ресурсов.*

Сложившаяся в отечественной экономике ситуация заставляет руководителей различных управленческих структур постоянно соприкасаться с решением сложных задач функционирования и устойчивого развития экономических объектов в условиях конкурентоспособного рынка. Эффективность подобных решений зависит от корректности оценки сложившейся ситуации, отдачи задействованных в ней ресурсов.

Достижение устойчивости развития подразумевает переход к постиндустриальному обществу, развитие интеллектуальных ресурсов как основы конкурентоспособности экономики.

Интеллектуальные ресурсы не поддаются в полном объеме точному контролю, следовательно, управление данными ресурсами предполагает наличие у административных работников творческого мышления и обязательный учет действия разнообразных факторов, в числе приоритетных среди которых выделяются человеческий фактор, процессы, технологии, равновеликие условия и возможности. Также следует заметить, что ценность интеллектуальных ресурсов заключается, вероятнее всего, в возможности их участия в формировании дохода хозяйствующими субъектами, а не в связанных с их приобретением затратах.

Для инвесторов, вложивших денежные средства в деятельность того или иного актора, важнейшим источником стоимости служит способность последнего генерировать денежные потоки за счет использования нематериальных ресурсов.

Наряду с традиционными критериями оценки эффективности хозяйственной деятельности различных экономических объектов все более значимыми становятся неосознаваемые измерители: знания, удовлетворение запросов потребителей, социальная прибыль, организационная культура.

Вследствие существенных расхождений между оценками рыночной стоимости предприятий и данными финансового учета возрастает потребность в формализации измерений нематериальных ресурсов.

Наиболее адекватный набор количественных характеристик использования интеллектуальных ресурсов зависит от конкретных условий хозяйствующего субъекта и задач, решаемых на основании данных расчетов. Согласно К.-Э. Свейби, разработанные в настоящее время методики для измерения интеллектуальных ресурсов (ни одна из которых не является универсальной) можно объединить в следующие группы:

- методы прямого измерения величины интеллектуальных ресурсов, включающие

подходы, основанные на идентификации и стоимостной оценке отдельных активов или отдельных компонентов интеллектуальных ресурсов с последующей интегральной оценкой;

- методы рыночной капитализации, индикаторами которых служат такие показатели, как разность между рыночной капитализацией хозяйствующего субъекта и собственным капиталом его акционеров (интегральный показатель интеллектуальных ресурсов), а также отношение рыночной стоимости ценных бумаг предприятия к восстановительной стоимости его активов. Данные методы позволяют не только вести учет динамики стоимости экономического объекта, но и сравнивать ее с аналогами. Превышение рыночной капитализации над бухгалтерской стоимостью основных фондов, материальных и финансовых средств отражает надбавку к цене, уплачиваемую потребителем в ожидании определенных выгод. Если разница оказывается отрицательной, то сформирована отрицательная деловая репутация, которую можно рассматривать как скидку с цены, предоставляемую потребителю в связи с отсутствием стабильных потребителей, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, низким уровнем квалификации персонала и т. п. Следовательно, превышение рыночной капитализации над бухгалтерской стоимостью осязаемых ресурсов должно быть многократным и носить стабильный характер, не подверженный спорадическим рыночным ожиданиям;

- методы окупаемости активов, показывающие отношение среднего дохода предприятия до вычета налогов за некоторый период к его материальным активам. Результат сравнивается со средним объемом продукции (услуг) предприятия, а разница затем умножается на среднюю величину нематериальных ресурсов с целью получения среднего годового дохода от интеллектуальных ресурсов;

- методы счетных карт, предполагающие определение различных индикаторов и показателей ряда компонентов интеллектуальных ресурсов и представляемых в виде численных счетных карт или графически.

Для количественной оценки деятельно-

сти предприятий Р. Экклз предложил ряд методов, аналогичных методам измерения интеллектуальных ресурсов, среди них:

- бенчмаркинг, включающий идентификацию лидеров отрасли, сравнение достижений предприятия с их достижениями и обучение на лучших образцах;

- модели компетентности, позволяющие вычислить рыночную стоимость результатов труда наиболее значимых работников и оценить их деятельность в стоимостном выражении;

- ценность бизнеса – метод оценки потерь, связанных с упущенной деловой возможностью;

- окрашенная отчетность, включающая в финансовые документы специфические дополнения.

В литературе встречается описание и других методов оценки интеллектуальных ресурсов, которые основываются на качественном анализе специфики интеллектуального труда.

Особенно дискуссионным в отношении перечисленных методов оценки интеллектуальных ресурсов является момент по поводу размера рыночной капитализации. Одни эксперты считают, что величина интеллектуальных ресурсов высокотехнологического экономического объекта должна превышать в 3–4 раза стоимость его доходов. Другой подход заключает в том, что соотношение размера интеллектуальных ресурсов к стоимости материальных средств производства и финансовых ресурсов у таких акторов должно находиться в пределах от 5:1 до 16:1. Отсутствие на балансе у хозяйствующего субъекта значительного количества материальных ресурсов в виде основных фондов и оборотных средств, используемых в процессе основной хозяйственной деятельности, не является принципиальным, поскольку современный интеллектуальный экономический объект может их привлекать со стороны, оплачивая как оказываемые услуги.

Также важным признаком актора, наращивающего свои интеллектуальные ресурсы, является объем инвестиций, направляемый на исследования и разработки, который должен превышать объем инвестиций в основные фонды. Какой-либо другой критерий, определяющий интеллектуальную



структуру и, допустим, высокотехнологичную структуру (то же лицензионное производство, использующее заимствованные интеллектуальные ресурсы и оплачивающее соответствующую интеллектуальную ренту), определить сложно. И тот и другой хозяйствующие субъекты используют в максимальной степени интеллектуальные ресурсы. Отличие состоит в том, что один субъект использует собственные интеллектуальные ресурсы, другой их заимствует.

Интеллектуальные ресурсы неаддитивны, т. е. они формируются не простым сложением их отдельных частей, а на основе взаимодействия этих частей, за счет синергетического эффекта. В процессе взаимодействия различных составляющих интеллектуальных ресурсов возможно получение положительного эффекта, который не является пропорциональным приложенным усилиям. Поэтому один из признаков рационального формирования величины интеллектуальных ресурсов кроется в эффективном взаимодействии, взаимопроникновении разных видов интеллектуальных ресурсов, в том числе таком, в рамках которого осуществляется перенос данных ресурсов из сферы взаимодействия с внешними контрагентами экономического объекта во внутрикорпоративные системы и закрепление их там с целью широкого использования разными заинтересованными в них сторонами.

Также в отношении метода измерения интегрального показателя интеллектуальных ресурсов можно сказать следующее: разница между используемыми в нем величинами достаточно условно и приближенно характеризует стоимость нематериальных ресурсов актора.

На достоверность и надежность подобного способа оценки влияют несколько проблемных факторов, в числе которых неэквивалентная реакция рыночной стоимости на действие ряда нерыночных факторов (административных, политических, социальных, судебных и т. д.). Так, в частности, снижение стоимости акций корпорации Microsoft в результате судебного преследования антимонопольного ведомства не говорит о снижении ее интеллектуального потенциала. Одновременно и банкротство интеллектуального объекта также не озна-

чает отсутствие у него интеллектуальных ресурсов. Следует отметить и то, что используемая информация при расчете интегрального показателя интеллектуальных ресурсов не всегда является объективно достоверной.

Само по себе определение абсолютной величины стоимостной оценки интеллектуальных ресурсов не всегда полезно в экономическом анализе. Намного информативнее бывают относительные показатели структур-аналогов или динамика показателей за ряд лет одного и того же актора. И поскольку экзогенные факторы одинаково влияют на деятельность различных хозяйствующих субъектов, то общий фон позволяет провести оценки их экономической состоятельности. Сокращение разрыва в рыночной и учетной стоимости экономического объекта является признаком необходимости принятия мер для предупреждения его деградации.

Особая проблема в измерении интеллектуальных ресурсов, как показывает практика, видится в отсутствии заинтересованности российских руководителей в расчете реальной рыночной стоимости располагаемых ресурсов, прежде всего нематериальных.

Наиболее надежным измерителем интеллектуальности актора на данный момент является коэффициент Дж. Тобина (МСМ-метод), который рассчитывается путем деления рыночной стоимости объекта хозяйствования (произведения цены акции на количество акций) на цену замещения его реальных активов (или балансовую стоимость). Для большинства хозяйствующих структур на данном этапе развития экономики значения коэффициента Тобина колеблются от 5 до 10 (для наукоемких объектов этот показатель еще больше). Если цена актора существенно превосходит цену его материальных активов, то это означает, что по достоинству оценены его нематериальные активы – интеллект персонала, эффективность управляющих систем, бренд и др. Потребитель, таким образом, приобретает в основном не физические, а нематериальные активы. Одновременно большое значение коэффициента Тобина может характеризовать степень эквивалентности товарного обмена, степень его выгодности для структуры. В случае превышения ры-

ночной стоимости экономического объекта стоимости его гипотетической замены в несколько раз данный актор извлекает из этого вида собственности выгоду выше средней по отрасли и не ощущает на себе действие закона убывающих возвратов. В этом контексте коэффициент Тобина выступает в роли монопольной ренты, т. е. способности структуры получать более высокую прибыль благодаря тому, что у нее есть нечто такое, чего нет у других. Это и есть осязаемое проявление задействованных интеллектуальных ресурсов. Обладая примерно равными с конкурентами физическими ресурсами, данный хозяйствующий субъект получает гораздо большие доходы, что свидетельствует об определенных преимуществах кадров, задействованных в нем, сложившихся организационных отношений, отношений с клиентской сетью и т. п. Использование коэффициента Тобина нейтрализует искажения, вызванные разностью в системах определения износа основных фондов, действием некоторых макроэкономических факторов и др.

Если коэффициент Тобина менее единицы, это свидетельствует о том, что хозяйствующий субъект имеет отрицательный набор интеллектуальных ресурсов. Следовательно, уровень управления, его организационная структура, взаимоотношения с потребителями таковы, что они не добавляют, а уменьшают объем имеющихся ресурсов. Значения коэффициента Тобина менее единицы говорят о том, что объект недооценен. В каждом конкретном случае причина сложившегося положения индивидуальна, однако данный факт свидетельствует о наличии серьезных проблем в зоне деятельности хозяйствующего субъекта.

В развитие данной мысли следует отметить, что проблема недоверия инвесторов к структурам, имеющим малые объемы материальных ресурсов, заставила субъектов управления такими структурами искать путь решения проблемы измерения ценности нематериальных ресурсов, что способствовало бы направлению в их деятельность инвестиционных потоков.

При оценке нематериальных ресурсов было предложено исходить из гипотезы, что рыночная стоимость интеллектуального

объекта отражает не только материальные источники предлагаемого рынку им продукта, но и некий компонент, относящийся к нематериальным источникам. Для выявления всех источников, создающих добавленную стоимость продукта интеллектуального объекта, использовался метод определения стоимости торговой марки. Данный нематериальный компонент как знак высокой деловой репутации предоставляет актору определенные преимущества: в наличии возможности формировать рыночную цену на продукты, в доступе к рынкам сбыта, в доступности кредитных источников финансирования экономической деятельности, в возможностях запуска новых продуктов. Кумулятивная сумма наценки, получаемой за счет использования обозначенных преимуществ хозяйствующим субъектом перед конкурентами, и определяет стоимость торговой марки.

Гипотеза данного метода оценки стоимости нематериальных ресурсов заключается в том, что данная стоимость – это и есть та цена, которую недополучает актор – конкурент за свои продукты (услуги), не обладая таковыми ресурсами. В подтверждение этой гипотезы менеджерами-практиками предложена следующая методика определения цены пренебрежения или неспособности к активной интеллектуальной деятельности, состоящая из ряда шагов:

- определение средней прибыли интеллектуального объекта за ряд лет до налогообложения;
- определение средней стоимости материальных ресурсов интеллектуального объекта за тот же период;
- определение рентабельности деятельности интеллектуального объекта;
- определение за этот же период данных, характеризующих среднюю прибыльность по отрасли;
- выявление среднеотраслевой прибыли интеллектуального объекта путем расчета произведения среднеотраслевой рентабельности и средней стоимости материальных ресурсов данного объекта, т. е. нахождение величины прибыли, которую могла получить средняя (неинтеллектуальная) структура от такого объема материальных ресурсов;
- расчет отклонения средней прибыли

интеллектуального объекта за ряд лет от среднестатистической прибыли, характеризующего величину превышения прибыли данного объекта над прибылью среднего (неинтеллектуального) объекта;

- определение средней величины налогового бремени за тот же период с вычитанием результата из отклонения прибыли интеллектуального объекта от среднеотраслевых данных. Остаток и является той самой премией, которую получает объект благодаря использованию нематериальных ресурсов;

- определение чистой текущей стоимости нематериальных ресурсов путем деления величины премии на априорно определенный процент, отражающий цену капитала экономического объекта.

Полученная в итоге величина и есть расчетная стоимость нематериальных ресурсов актора, не отраженная в балансе. Это не рыночная стоимость данного объекта (которая гораздо выше). Полученную чистую текущую стоимость интеллектуальных ресурсов определяют как величину, характеризующую способность объекта пользоваться нематериальными ресурсами так, чтобы опережать конкурентов. Преимущества расчета данного показателя состоят в том, что он позволяет сравнивать между собой однотипные структуры при условии их принадлежности к одной и той же отрасли. Наряду с этим считается, что небольшая или уменьшающаяся величина чистой текущей стоимости нематериальных ресурсов может служить признаком того, что объект вкладывает недостаточно средств в исследования и разработки и поддержание торговой марки. И наоборот, растущая величина данного показателя означает, что хозяйственная структура в будущем ожидает высокие прибыли.

Заслуживают особого внимания и кадровые ресурсы, продуктом которых является новизна. Статистическим показателем новизны продуктов (услуг) является удельный вес новых продуктов (услуг) в общем объеме продуктов (услуг), предлагаемых рынку хозяйствующим субъектом. Данный показатель определяется отношением общей стоимости новых видов продуктов (услуг) в действующих ценах к общему объему произведенных продуктов (услуг) и вы-

ражается в процентах. Градация продуктов (услуг) на новые и старые может быть различной. Обычно новой считается продукт (услуга), если он производится не более трех-четырёх лет. Могут быть назначены и другие пороговые значения критерия новизны. Так, в инновационных сферах деятельности подобные критерии оценки новизны неприемлемы: результативность и динамика активности в подобных сферах деятельности заставляют гораздо чаще менять ассортимент продуктов (услуг) и резко снижать при этом цены на устаревающие продукты (услуги). Одновременно резкое повышение качества продуктов-новинок позволяет компенсировать снижение цен на устаревающие продукты (услуги). Если сравнивать себестоимость новых продуктов (услуг) и цену реализации старых продуктов (услуг), то первая окажется значительно выше, а их разница и есть стоимостная оценка новизны новых продуктов (услуг).

Устойчивое положение экономического объекта на рынке также позитивно характеризует процесс управления интеллектуальными ресурсами. Количественно этот показатель может быть представлен как доля рынка, занимаемая актором. Те ресурсы, которые способствуют увеличению доли рынка, занимаемой неким хозяйствующим субъектом, формируют его конкурентное преимущество, а следовательно, и конкурентоспособность.

Современная теория конкурентных преимуществ Г. Хэмела и К. Прахалада утверждает, что конкурентоспособность предприятий XXI века будет определяться их интеллектуальным лидерством, которое заключается в первенстве не на сегодняшних, а на будущих рынках. Такие рынки еще не существуют сегодня, но их нужно формировать и к ним стремиться. Важнейшим условием интеллектуального лидерства эти же авторы называют умелое использование стержневых компетенций актора. Призывая к новой концепции конкурентоспособности, авторы не отрицают значения некоторых традиционных факторов конкурентоспособности, таких как размер экономического объекта, ассортиментная политика, ценовая дифференциация и низкие издержки. Но в то же время особую значимость

приобретают такие факторы, как ключевые компетенции, ценность торговой марки, репутация, т. е. ресурсы, которые и называются интеллектуальными.

Эффективность интеллектуальных ресурсов будут определять следующие характеристики:

- неимитируемость, т. е. степень защищенности от использования конкурентами;

- незаменимость, предполагающая создание значительных имитационных барьеров, не позволяющих создать ресурс, аналогичный заменяемому;

- способность к увеличению добавленной стоимости, выражающаяся в готовности потребителя оплачивать дополнительную выгоду от используемого ресурса и

обеспечивающая определенные конкурентные преимущества на рынке данного продукта (услуги).

В связи с вышеуказанным представляется целесообразным в ближайшее время разработать систему показателей и методы количественного измерения интеллектуальных ресурсов, на основе которых можно было бы определять сложившиеся разрывы между ними и ведущие тенденции их роста. Необходимо также изучить степень влияния отдельных видов интеллектуальных ресурсов на экономический рост и тех или иных факторов экономического роста на эволюцию знаний. Это позволит управлять процессами повышения эффективности использования интеллектуальных ресурсов.

#### *Библиографический список*

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал : пер. с англ. / под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001.
2. Гапоненко А. Л. Интеллектуальный капитал. [http: www.koism.rags.ru / publ / articles](http://www.koism.rags.ru/publ/articles).
3. Моисеев В. В. Система управления интеллектуальным капиталом как фактор развития корпоративных структур. [http: www.koism.rags.ru / publ / articles](http://www.koism.rags.ru/publ/articles).
4. Стюарт Т. А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций : пер. с англ. – М. : Поколение, 2007.
5. Управление знаниями в корпорации : учеб. пособие / под ред. проф. А. Л. Гапоненко. – М. : РАГС, 2006.
6. Багов В. П., Селезнев Е. Н., Ступаков В. С. Управление интеллектуальным капиталом. – М. : ИД «Камерон», 2006.

---

#### ***T. I. Marchenko\****

*\*Marchenko Tatyana Ivanovna, the senior lecturer of chair «Economy, the organisation and commercial activity» Volga region state university of service, Togliatti  
e-mail: kaf\_eio@tolgas.ru*

#### **PROBLEMS OF MEASUREMENT AND ESTIMATION OF INTELLECTUAL RESOURCES**

*Key words: intellectual resources set of quantitative characteristics of intellectual resources, characteristics of intellectual resources efficiency, methods of intellectual resources measurement, problems of intellectual resources quantitative estimation.*

*Management of intellectual resources is interfaced to difficulties of their account and the control in full. Simultaneously the role of the given resources in formation of competitiveness of economic objects in the conditions of transition to a postindustrial society is difficult for overestimating. Owing to essential divergences between estimations of market cost of economic objects and the data of the financial account the requirement for formalization of measurements of non-material resources increases.*

---

**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](mailto: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 подрисовочными 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) 28-52-53

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**

*Научное издание*

# **ВЕСТНИК ПВГУС**

Серия  
**ЭКОНОМИКА**

**Выпуск № 1 (9)**

*Председатель редакционной коллегии (главный редактор)*  
*Ерохина Лидия Ивановна*, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и управление»,  
ректор ПВГУС

Редактор *Н. Г. Батырева*  
Технический редактор *Р. Т. Якупова*

Подписано в печать с электронного оригинал-макета 30.03.2010.  
Формат 60/80<sup>1/8</sup>. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. 20,75.  
Тираж 1000 экз. Заказ 31/02.

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