

ОКТАБРЬ 2011

II международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Главные организаторы:
ГОУ ВПО «Поволжский государственный университет сервиса (ПВГУС)», г. о. Тольятти
Кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность», ПВГУС, г. о. Тольятти

Организаторы:
Мэрия г. о. Тольятти
Русенский университет «Ангел Кънчев», Болгария
Хмельницкий национальный университет, Украина
Казахский университет экономики,
финансов и международной торговли, Республика Казахстан
ГКПОО «Альянс Франсез Тольятти»
Tiens Hungary Kft, г. Будапешт, Венгрия
Pressevertrieb «Schwarz», Германия
Российский государственный университет туризма и сервиса, г. Москва
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Уфимская государственная академия экономики и сервиса



Контактная информация:
Тел. (8482) 22-24-96
Абрамова Любовь Андреевна

Материалы для публикации направлять
eokd_nauka@tolgas.ru



ВЕСТНИК ПВГУС ЭКОНОМИКА Выпуск № 3 (17)

2011

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 3 (17) 2011



ТОЛЬЯТТИ



ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.
СЕРИЯ ЭКОНОМИКА

№ 3 (17) – 2011 июнь

Журнал основан в 1995 г.
Выходит 6 раз в год
Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (редакция февраль 2010 г.)

Учредитель

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

Редакционная коллегия:

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

Члены редакционной коллегии:

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

Ответственный секретарь С. В. Майорова

Редактор Н. Г. Батырева
Технический редактор Н. А. Широких

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

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

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

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

Подписано в печать 28.06.2011.
Формат 60x80^{1/8}. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 23,12. Тираж 1000 экз. Заказ 13/02.

© Поволжский государственный университет сервиса, 2011

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- Блинов Андрей Олегович,* 9
Сидорова Антонина Васильевна
ВОПРОСЫ ПРОБЛЕМЫ «БЕДНОСТИ»
В РОССИИ И УКРАИНЕ
*Рассмотрены причины бедности, важнейшие
показатели, характеризующие бедность в Рос-
сии и Украине, оценена зависимость бюджет-
ных расходов на социальные мероприятия от
экономического роста.*

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- Швецов Андрей Владимирович* 16
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ЦИКЛИЧНОСТИ
В СОЦИАЛЬНЫХ
И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ
*Рассмотрен ряд теоретико-методологических
аспектов, связанных с явлением цикличности в со-
циально-экономических системах. Проанализиро-
вана динамика некоторых социально-экономичес-
ких показателей, связанных с явлением циклично-
сти. Сделаны выводы о применении теории цик-
личности к российской действительности.*

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

- Шафиев Руслан Мустакимович* 19
СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
НА РЫНКЕ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА
*Переход к новой экономике информационного
типа требует большего внимания к развитию
науки и техники, повышения уровня образования
и культуры граждан, улучшения социально-
экономической жизни общества. Наиболее цен-
ными качествами являются уровень образова-
ния, профессионализм, обучаемость и креатив-
ность. В хозяйственную практику наряду с фи-
нансовым и материальным вводится новый вид
капитала – интеллектуальный капитал, способ-
ный давать экономическое благо. Производст-
венным ресурсом становятся информация и зна-
ния. Научные разработки превращаются в глав-
ную движущую силу экономики.*

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

- Домнина Светлана Валентиновна 23
ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА
Произведен анализ известных в экономической литературе интегральных показателей благосостояния. Показаны область их применения, достоинства и недостатки. В качестве обобщающего показателя благосостояния населения региона предложено использование индекса благосостояния населения региона (ИБНР). Приведена авторская методика расчета данного индекса.
- Баимачникова Елена Валентиновна 28
ЭЛЕМЕНТЫ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
Представлена классификация основных факторов инновационной активности, необходимых для разработки механизма реализации инновационного развития территории.
- Корчагин Павел Валентинович 32
ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА
ДЛЯ ПОЗИТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ
Рассмотрены особенности формирования инновационного пространства для развития территории.

РЕГИОНАЛЬНАЯ СФЕРА УСЛУГ: ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

- Абрамова Любовь Андреевна 36
ДИАГНОСТИКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ В САМАРСКОМ РЕГИОНЕ
За последнее десятилетие экономические показатели России свидетельствуют об интенсивном росте экономики. Российский рынок деловых, профессиональных услуг открывает новые возможности как для российских, так и для иностранных компаний. Автором представлены результаты исследования востребованности деловых услуг в Самарском регионе.
- Давыдович Анна Рудольфовна 42
ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ СИСТЕМ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
Рассмотрена проблема формирования социально ориентированной системы питания в РФ. Дано определение «социальное питание», обозначены основные направления, цель и задачи социального питания. Приведены официальные статистические данные, характеризующие потенциальный объем торгового оборота товаров и услуг социального питания. Предложены основные этапы проекта по созданию системы социального питания и единой системы товаропроводящей инфраструктуры в виде комбинатов коллективного питания.
- Гончарук Александр Сергеевич 45
СТРУКТУРА УСЛУГ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
Проводится исследование структуры услуг российского рынка, проблем и перспектив развития российского рынка услуг, а также недостатков статистического учета различных количественных показателей на государственном уровне и их влияние на развитие рынка услуг.
- Ветошко Галина Владимировна 52
ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ
Рассматриваются вопросы привлечения инвестиций в сферу обслуживания. Особое внимание уделяется привлечению инвестиций для развития сферы услуг в регионах в условиях резкого сокращения возможностей бюджетного финансирования.

- Хохленкова Людмила Анатольевна 57
 РОЛЬ ЛИЧНОСТНО-РАЗВИВАЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ
 В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
 У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ
Рассматривается процесс обучения иностранным языкам будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля в контексте межкультурной парадигмы, которая имеет большой личностно-ориентированный потенциал, представляющий собой многогранное педагогическое явление. Интегративность цели современного обучения иностранному языку проявляется во взаимодействии и взаимообусловленности прагматического, когнитивного и педагогического аспектов.

- Валиев Шамиль Зуфарович, 63
Гавриленко Ирина Григорьевна
 МОНИТОРИНГ РЫНКА УСЛУГ
 ПО УПРАВЛЕНИЮ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ – РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ
Представлены результаты анализа состояния жилищно-коммунального хозяйства г. Уфы Республики Башкортостан и мониторинга рынка услуг по управлению многоквартирными домами. Выявлены основные проблемы, сформулированы взаимоувязанные задачи, решение которых позволит создать условия для эффективного развития отрасли ЖКХ на основе рыночных преобразований.

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

- Лапманкина Ксения Юрьевна 72
 АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ
 В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ
Проводится анализ особенностей рынка туристских услуг в Республике Мордовия. Исследованы барьеры, стоящие на пути развития рынка туристских услуг и тормозящие его модернизацию.

ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ

- Пузанков Вадим Пиусович 77
 КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН
 ПРИ ПРИНЯТИИ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ
Принятие инновационного решения и оценка его эффективности является сложной экономической задачей, на решение которой влияют многие факторы. Эти факторы необходимо классифицировать, чтобы определить меру их влияния на принятие решения в том или ином случае. В статье предлагаются классификации заинтересованных сторон при принятии инновационных решений и оценке их эффективности.

ПРЕДПРИЯТИЯ

- Егорова Карина Владимировна 84
 ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ
 К РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
 РОССИЙСКИМИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ
Дается обобщенный обзор инновационной активности на российском рынке в посткризисный период, делается характеристика инновационной деятельности, необходимых условий для ее реализации. Анализируются стадии формирования корпоративной стратегии инновационного развития предприятия, а также барьеры и риски, препятствующие его успешному развитию. Описывается обзор процесса получения экономической эффективности предприятием в ходе осуществления инновационной деятельности.

- Горина Алла Петровна, 93
Заварцева Екатерина Владимировна
 МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ
 УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ СИНТЕЗА И СТРУКТУРИРОВАНИЯ
Рассматривается методологическая база управления проектами. Приводятся систематизация и сравнительная характеристика различных источников, содержащих методологические основы проектного менеджмента. Обосновывается необходимость структуризации и комплексного использования имеющейся методологической базы управления проектами в целях формирования корпоративной методологии.

- Аникин Валерий Иванович, 99
Аникина Оксана Владимировна
 АЛГОРИТМИЧЕСКОЕ ТАБЛИЧНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
 ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
Приводятся результаты анализа разработанной алгоритмической нелинейной табличной модели в MS Excel, моделирующей процесс развития основных производственных фондов малого предприятия в условиях ограниченных ресурсов.
- Квач Татьяна Геннадьевна, 105
Киричек Галина Анатольевна
 ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ
 В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ
Рассказывается о внедрении информационных систем управления организацией, которое представляет собой сложный технологический бизнес-процесс. Под информационными технологиями в этой статье понимается их современное значение, а в частности интеграция компьютеров, средств связи и электроники в управлении коммерческими организациями, то есть информационные, коммуникационные и компьютерные технологии.
- Глухова Дарья Владимировна, 109
 СИСТЕМА АНТИКРИЗИСНОГО ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ
 ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ
Представлено исследование специфики антикризисного инструментария в области финансового управления предприятием. Уточнены понятия антикризисного финансового управления и механизма его реализации. Сделан вывод о том, что обязательным условием формирования механизма антикризисного финансового управления является выработка антикризисной финансовой стратегии.
- Матвеева Татьяна Юрьевна, 114
 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
 УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ
Затраты на содержание запасов образуют главный элемент затрат логистики. Эффективное управление запасами может осуществляться на основе моделей, которые позволяют выбрать вариант действий для принятия конкретных решений исходя из поставленной цели.
- Можсанова Ирина Ивановна, 119
Несмеянова Наталья Александровна
 ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА
 ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
В условиях повышенной «рисковой температуры» российской экономики подход к управлению рисками, реализуемый на многих промышленных предприятиях, не позволяет всесторонне и реалистично оценивать и идентифицировать риски. Управление только наиболее значимыми финансовыми рисками не обеспечивает устойчивости предприятия и его способности противостоять неблагоприятному развитию событий. Увеличение «рискового спектра» и усложнение рисков деятельности предприятий обуславливают необходимость интегрированного подхода к организации риск-менеджмента.
- ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**
- Филиппова Ольга Александровна, 128
 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО МОДУЛЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА
 ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ КИС «ИЛАДА»
Рассматриваются проблемы использования финансового анализа на российских предприятиях, а также предлагается разработка дополнительного программного модуля для проведения финансового анализа деятельности предприятия на базе корпоративной информационной системы «ИЛАДА», который может успешно использоваться на предприятиях различных форм собственности и сферы деятельности для решения проблем управления.

- Митрофанова Яна Сергеевна 134
УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ITIL/ITSM

Анализируются современные подходы к управлению, а также рассматривается управление информационной системой предприятия на основе использования модели ITIL/ITSM, ставшей в настоящее время неофициальным стандартом в области организации и управления информационными технологиями, обобщившим в себе лучший международный опыт.

- Яницкая Татьяна Сергеевна, 138
Мальшева Елена Юрьевна,
Бобровский Сергей Михайлович
УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЦЕССАМИ

КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Система управления качеством продукции и услуг оказывает одно из ведущих влияний на экономические показатели компании. Существенную роль в такой системе занимают информационные ресурсы. Рассматриваются подходы к управлению ИТ-процессами как часть системы менеджмента качества организации.

ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

- Сороко Андрей Викторович 144
ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЗЕРВА
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ

Определены методические аспекты формирования и использования резерва управленческих кадров органов государственной власти.

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

- Лысова Марина Юрьевна 149
НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ПРАВСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Рассматриваются проявления системного кризиса, обосновывается необходимость перехода к нравственной экономике, дается краткая характеристика ее элементов, таких как видение, миссия, цели, механизм реализации. Отмечается значение нравственно-экономических регуляторов взаимодействия экономики с окружающей средой в современных условиях.

- Романеева Елена Владимировна 156
ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА
И БЕЗОПАСНОСТИ ДЕТСКИХ ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНЫХ ТОВАРОВ

Рассмотрены безопасность детской одежды с позиции потребителя, а также безопасность с позиции производственных предприятий и предприятий торговли на основе санитарных норм и требований, технического регламента и сертификатов качества.

КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

- Полупенко Артем Васильевич 161
РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Представлена методика оценки экономической эффективности внедрения ИТ-аутсорсинга на предприятии. Рассмотрен анализ точки безубыточности с позиций каждого участника аутсорсингового проекта. Изложенные положения полностью применимы под современные планово-экономические методы.

ДИСКУССИИ И ОБСУЖДЕНИЯ

- Васильчук Ольга Ивановна 164
ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА

Рассматриваются особенности оценки привлекательности услуг предприятий сферы сервиса. Упоминаются различные точки зрения на понятие «лояльность» по отношению к предприятию и услугам. Описывается общая схема анализа и модель, позволяющая оценить факторы, влияющие на лояльность абонентов предприятий сотовой связи.

Вершинин Валентин Петрович

172

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭТАПНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МОНИТОРИНГА
ТИРАЖИРУЕМЫХ ВЛАСТНЫМИ СТРУКТУРАМИ РФ НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ НАУЧНО ОБОСНОВАННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ

Исследованы внедренные концепции маркетинга в механизм государственного и коммерческого хозяйствования в сфере энергосбережения и предложены сравнительные характеристики этапного маркетингового мониторинга.

Рафикова Элина Рашитовна

176

МАРКЕТИНГОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕССА
ОЦЕНКИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РАБОТНИКОВ СРЕДНИХ ШКОЛ,
ГИМНАЗИЙ И ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ДЕТСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Публикуются основные результаты исследования маркетинговых составляющих процесса оценки клиентоориентированности образовательных учреждений, повлиявшие на повышение уровня социального партнерства в системе переподготовки специалистов.

СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

180

МАКРОУРОВЕНЬ**МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

УДК 33; 336

А. О. Блинов*

**Блинов Андрей Олегович, доктор экономических наук, профессор
Всероссийский заочный финансово-экономический институт, г. Москва
aoblinov@mail.ru*

А. В. Сидорова*

**Сидорова Антонина Васильевна, доктор экономических наук, профессор
Донецкий национальный университет, г. Донецк, Украина
prima100@list.ru*

ВОПРОСЫ ПРОБЛЕМЫ «БЕДНОСТИ» В РОССИИ И УКРАИНЕ

Ключевые слова: бедность, экономическое неравенство, расслоение населения, расходы государственного бюджета, социальные выплаты, экономический рост.

Рассмотрены причины бедности, важнейшие показатели, характеризующие бедность в России и Украине, оценена зависимость бюджетных расходов на социальные мероприятия от экономического роста.

Борьба с бедностью остается важнейшей задачей социальной политики большинства стран мира. Углубление бедности за последние десятилетия, особенно в странах с низким уровнем доходов населения, вынудило международные организации к объединению усилий, направленных на решение этой проблемы. В 2000 г. на Саммите развития тысячелетия борьбу с бедностью провозгласили первоочередной глобальной целью, для реализации которой главы стран-членов ООН обязались до 2015 г. снизить на 50% долю населения, проживающего в нищете.

Бедность – социальный, общеисторический феномен, существующий на различных этапах развития общества. Но на каждом этапе она имеет свои особенности, свою специфику и факторы, воздействующие на ее масштабы и формы проявления. Проблема бедности заключается в том, что нет ни одной страны – даже самой богатой и справедливой, – где бы часть людей не жила значительно хуже большинства населения. Поэтому в социальной реальности даже богатейших стран Запада бедность является обязательным элементом общества. В современном мире есть страны так называемого «золотого миллиарда» и остальные страны, для которых масштабы бедности огромны. Но и в высоко развитых странах бедность как явление присутствует, что вынуждает правительства стран разрабатывать программы борьбы с бедностью.

В ходе реформ в России и в Украине произошли серьезные изменения в структуре общества, характеризующиеся глубоким рассло-

ением и обеднением населения, сокращением среднего класса, появлением «новых бедных». Вместе с тем в программе реформ обеих стран не предусматривалось механизмов, предотвращающих обеднение населения.

В целом население России и Украины бедно. Об этом говорят самые разнообразные показатели: низкое качество питания, отток граждан за пределы страны, низкая рождаемость, высокая заболеваемость и смертность, неудовлетворенность широких слоев общества общеэкономической ситуацией и своим материальным положением. Наряду с этими общими признаками бедность в наших странах имеет целый ряд специфических особенностей:

- низкий уровень жизни населения в целом;
- психологическое неприятие экономического неравенства;
- высокий удельный вес людей, считающих себя бедными;
- распространенность бедности среди работающего населения;
- бедность семей с детьми и бедность пенсионеров;
- региональная бедность.

Реакцией граждан на низкий уровень жизни является миграционный отток населения. Так, в Украине ежегодно в течение 1997–2005 гг. из-за миграции общая численность населения сокращалась примерно на 90 тысяч человек. В течение 2006–09 гг. она сократилась более чем вдвое. При этом значительная часть мигрантов (особенно уезжающих на заработки) покидают

территорию страны нелегально. Украина превратилась в поставщика дешевой и достаточно квалифицированной рабочей силы во многие страны ближнего и дальнего зарубежья. По данным Национального института украинско-российских отношений, только в России работает более 300 тыс. чел.

Низкая рождаемость и высокий уровень смертности в двух странах связаны как с общими причинами, так и с бедностью. Известно, что суммарный коэффициент рождаемости снизился до уровня, не обеспечивающего даже простого воспроизводства поколений, еще в 1960-х годах. Вследствие этого изменилась половозрастная структура населения, в частности снизился удельный вес лиц репродуктивного возраста (15–49 лет), что в настоящее время определяет численность не только родившихся, но и умерших.

Бедность является относительным понятием и зависит от общего стандарта уровня жизни в данном обществе. Критерии относительной бедности базируются на социальных признаках и варьируют в разных странах. Отсюда согласно концепции относительной бедности человек (семья, домохозяйство) считается бедным в том случае, если средства, которыми он располагает, не позволяют ему вести образ жизни, принятый в обществе. Поэтому то, что считается бедностью в развитых странах, для развивающихся государств расценивается как роскошь. Так, например, в категорию относительно бедных на Западе попадают и те люди, которые не испытывают затруднений с питанием,

но не могут позволить себе удовлетворять потребности более высокого уровня (образование, культурный отдых, спорт и т. д.).

По этой причине в разных странах используются различные границы относительной бедности: в США она соответствует 40% медианного дохода, во многих странах Европы – 50%, в Скандинавских странах с социально ориентированной экономикой граница бедности определяется 60%, в России и Украине – 75% медианного душевого дохода [7, с. 262].

Отсюда бедные – это не просто те, кто имеет низкие доходы, а это прежде всего те, кто лишен основополагающей свободы действия и выбора. Индийский ученый, исследователь бедности Амартья Сен, удостоенный Нобелевской премии по экономике за свой труд «Политэкономия голода», писал, что бедность не связана с количеством благ, а определяется социальными возможностями людей получить доступ к этим благам [1].

Бедность связана с многими причинами: с социальной политикой, проводимой в стране; с уровнем безработицы, в том числе в скрытой форме (невыплаты заработной платы, ее задержка, предоставление вынужденных отпусков по инициативе работодателя без сохранения содержания); с уровнем образования населения [7, с. 207]; бедность определяется также низким уровнем пенсий и мерами социальной помощи, которые используются в странах, и др.

В табл. 1 приведены прямые и косвенные показатели, характеризующие бедность в двух странах.

Таблица 1

**Социально-экономические показатели
в России и Украине за 2000–2009 гг.**

Показатели	2000	2005	2008	2009
Россия				
Прожиточный минимум, долл.	64,2	105,0	155,2	160,0
Доля лиц с доходами ниже прожиточного минимума, %	49,3	21,5	13,4	13,2
Средний размер пенсии, долл.	29,3	88,2	155,0	163,4
Средняя заработная плата, долл.	79,3	297,3	588,5	586,6
Украина				
Прожиточный минимум, долл.	49,7	82,5	118,9	90,0
Доля лиц с денежными доходами ниже прожиточного минимума, %	87,9	55,3	25,6	30,4
Средний размер пенсии, долл.	15,4	79,4	170,6	128,2
Средняя заработная плата, долл.	42,3	105,7	342,9	245,0

Источники 3 и 4 <http://www.gks.ru/wps/portal>, www.ukrstat.gov.ua

Сравнение прожиточного минимума в двух странах показывает, что в течение 2002–2009 гг. в России прожиточный минимум пересмат-

ривался ежеквартально в сторону повышения, с учетом роста цен. Если в 2000 г. он составлял 64,2 долл., то в 2008 г. достиг 155,2 долл., а в

кризисом 2009 г. – 160 долл. В Украине в 2000 г. прожиточный минимум составлял почти 50 долл., но в отличие от России в 2002-м и 2003 гг. он не пересматривался, составляя 64 долл., несмотря на рост цен в стране. К 2008 г. прожиточный минимум достиг 118,9 долл., в период кризиса 2009 г. – 90 долл.

Нетрудно увидеть, что средний размер пенсий в 2000 г. в России был в 2,2 раза, а в Украине – в 3,2 раза ниже прожиточного минимума. И только к 2008 г. размер пенсии приблизился к прожиточному минимуму. В условиях кризисного 2009 г. средний размер пенсии в России был в 1,27 раза выше, чем в Украине. Заметим, что материальное положение сегодняшнего пенсионера (имеются в виду люди, получающие пенсии на общих основаниях) определяется не стажем работы, не заработком в течение трудоспособной жизни (с которого, кстати, платились взносы в Пенсионный фонд), а возможностью продолжать трудовую деятельность после выхода на пенсию и наличием детей, которые могут помочь материально.

И для России, и для Украины особым специфическим феноменом являются работающие бедные. Во всех динамично развивающихся странах наличие работы всегда является гарантией процветания, пристойного дохода. В наших странах, даже работая, можно пребывать в бедности. Достаточно проиллюстрировать это показателями средней заработной платы (табл. 1): в 2000 г. в России она была на 23,5% выше прожиточного минимума, а в Украине – на 17,5% ниже его. В то время как в 1998 г. за установленной российским правительством чертой бедности (около 80 долл. в месяц) проживало приблизительно 40% населения [2, с. 28]. Низкий уровень оплаты труда ограничивает покупательский спрос, тормозит развитие внутреннего рынка, снижает производительность труда и экономический рост в стране.

Характерным признаком для наших стран является бедность семей с детьми. При низком уровне оплаты труда работающие родители не всегда могут обеспечить даже по нашим низким национальным стандартам достойный уровень жизни своим несовершеннолетним детям. Например, в 2009 г. в Украине семей с уровнем доходов на человека до 480 грн. (около 60 долл.) с одним ребенком было 4,5%; с двумя – 12,6%; с тремя – 23,2%; с четырьмя и более – 29,3% [4].

Бедность проявляется и в региональном аспекте. Как отмечал В. М. Симчера, согласно данным первой российской переписи населения 1897 г., из 57,6 млн сельских жителей старой России (85% общей численности населения) бедных было всего 7,6 млн человек (13,2%).

Согласно переписи 2002 г., из 38,7 млн чел. за чертой бедности находилось свыше 28 млн (72,4%) [6, с. 37]. Это особенно заметно на фоне сильного расслоения, когда разница в доходах бедных и богатых составляет десятки, сотни и тысячи раз. И этот процесс имеет динамический характер, бедные становятся беднее, а богатые – богаче.

В настоящее время в России и в Украине значительная часть населения находится за чертой бедности или близко к границе «социального дна». По мнению В. И. Якунина, в настоящее время «разрывы в развитости регионов достигают сотен раз, и это одна из «мин замедленного действия» под устойчивостью государства. Расслоение населения по доходам вышло за пределы социально-политической безопасности, но практически ничего не делается, чтобы вернуть этот параметр в приемлемый коридор» [8, с. 36].

Следовательно, в структуре российских и украинский бедных примерно треть приходится на лиц с низким уровнем оплаты труда либо связана с потерей заработка из-за ее невыплаты и безработицы; еще одна треть формируется за счет низких пенсий и пособий; остальную часть составляют многодетные и неполные семьи и пр.

Каким бы ни был уровень жизни населения страны, всегда есть часть, которой живется значительно хуже. Такие люди считаются бедными по национальным стандартам. Понятно, что бедные, например, в Швейцарии или США могут быть вполне обеспеченными людьми по стандартам России или Украины, а наши бедные живут неплохо по сравнению с населением слабо развитых стран. Но не менее важна оценка, по которой само население относит себя к определенному классу.

В 70-е годы нынешнего столетия группа экономистов и статистиков Лейденского университета (Нидерланды) разработала *субъективный подход* к определению бедности, который базируется на обработке результатов опросов общественного мнения, основанных на выявлении самооценок населения относительно собственного материального положения и характеристик бедности. В этом случае к бедным относят тех, кто считает, что их материальное положение (доходы, имущество) не позволяет в полном объеме удовлетворять свои потребности. Такие исследования проводились социологами Московского центра Карнеги [2, с. 27]. По данным общенационального социологического мониторинга, который проводят ученые Института социологии НАН Украины, в 2005 году 65% населения считали себя бедными (в 1997 году таких было 47%).

Уровень бедности возрастает при имущественном расслоении граждан, что порождает психологическое неприятие экономического неравенства. С другой стороны, отсутствие экономического неравенства так же опасно для общества, как и его чрезмерность. Именно наличие состоятельных людей является важным стимулом к активизации жизненной позиции, стремлению получить хорошее образование, работу.

Расслоение населения замедляет формирование в наших странах «среднего класса», являющегося основным компонентом социальной стабильности и прогресса. Представители целого ряда профессиональных групп (врачи, учителя, ученые, инженеры), которые еще в начале переходного периода имели средние по национальным стандартам доходы и играли стабилизирующую роль в обществе, ныне в большинстве своем оказались среди «новых бедных», что сказывается на социальной ситуации. По оценкам Института социальных исследований, к среднему классу в Украине в 2005 г. относилось около 25%, а в России, по данным центра Карнеги, – свыше 30%, т. е. эта группа населения еще слишком мала, чтобы оказывать необходимое влияние на развитие общества.

Определяющую роль, касающуюся возможности бюджета оказывать материальную поддержку неимущим членам общества, играют действующие в обществе установки. Так, либеральная модель экономики предполагает максимальную ориентацию населения на собственные силы и ограниченную помощь трудоспособным людям. А социально ориентированная модель, наоборот, распространяет опеку на гораздо более широкие слои. Условием для формирования средств, направляемых на социальные выплаты, является экономический рост.

Академик Виктор Ивантер, директор Института прогнозирования РАН, отмечает, что в условиях России бедность – главный барьер для экономического роста. С одной стороны, при этом процветание экономики наталкивается на узость внутреннего рынка, которая не позволяет делать долговременные капитальные инвестиции. А с другой стороны, низкая оплата ведет к малопродуктивному, низкокачественному труду, что также тормозит развитие экономики [5, с. 92]. Аналогичная ситуация имеет место и в Украине.

Экономический рост в любой стране сам по себе не решает социальные задачи. Но зависимость между экономическим ростом и бедностью имеется. В этой связи проследим зависимость расходов на социальные выплаты от экономического роста в России и в Украине.

Зависимость расходов консолидированного бюджета на социальную политику в России и

сводного бюджета на социальную защиту и социальное обеспечение в Украине от достигнутого уровня экономического развития страны прослеживается на основе сравнения их уровней в процентах к ВВП (табл. 2). Так, в годы оживления экономики (2000–2004 гг.) уровень расходов к ВВП достигал 5–7%. Снижение темпов динамики ВВП в Украине, которое имело место в 2005 г. (102,7%), вызвало падение уровня жизни населения, что повлекло за собой повышение доли соответствующих расходов в ВВП до 9%. Последующий рост ВВП в 2006 г. (107,3%), в 2007 г. (107,6%) сопровождался снижением доли расходов на социальную защиту и социальное обеспечение до 7,6 и 6,8% соответственно. Аналогичные закономерности прослеживаются и для России.

Расходы бюджета на социальные цели в контексте социально-экономического развития страны могут выполнять две противоположные функции. С одной стороны, они зависят от достигнутого уровня социально-экономического развития, которое оценивается объемами ВВП и уровнем ВВП на душу населения, с другой стороны, уровень расходов на социальные цели, формируя и расширяя потребительский спрос, может выступать фактором экономического роста, одновременно определяя объемы конечного потребления. Эта закономерность установлена нами на основе парного регрессионного анализа. Были поставлены задачи: установить наличие связи между экономическим ростом и расходами бюджета на социальные цели, построить уравнения регрессии, параметры которых отражают сложившуюся зависимость между анализируемыми факторами, разработать социально-экономический механизм формирования расходов на социальные цели. Для решения поставленных задач использованы данные табл. 2 (при построении моделей не учитывались данные кризисного 2009 г.).

Для России зависимость расходов консолидированного бюджета на социальную политику (Y) от объемов ВВП (x) представлена в виде уравнения параболы второго порядка:

$$Yx = -1311 + 0,149x - 0,0000007x^2.$$

Данное уравнение означает, что с ростом ВВП расходы на социальную политику возрастают с незначительным замедлением. Следовательно, увеличение ВВП выступает фактором роста расходов консолидированного бюджета на социальную политику. Рассчитанный коэффициент детерминации (0,929) означает, что изменение расходов на социальную политику на 92,9% объясняется вариацией ВВП. Достоинством модели является то, что она позволяет рассчитать точку экстремума (перегиба), при

достижении которой направление выявленной зависимости может измениться, т. е. бюджетные расходы на социальные цели будут возрастать до тех пор, пока величина ВВП не достигнет точки экстремума. Расчеты показывают,

что точкой перегиба является величина ВВП, равная 106428 млрд руб. Это означает, что для изменения условий формирования расходов на социальную политику предстоит увеличить ВВП страны по сравнению с 2008 г. в 2,55 раза.

Таблица 2

Динамика социально-экономических показателей России и Украины за 2000–2009 гг.

Годы	Россия				Украина			
	ВВП, млрд руб.	Расходы на соц. политику, млрд руб.	Рас-ходы, % к ВВП	Индексы потребительских цен, %	ВВП, млрд грн.	Расходы сводного бюджета на соц. защиту и соц. обеспечение, млн грн.	Рас-ходы, % к ВВП	Индек-сы потребительских цен, %
2000	7306	120,2	170,07	5894,16	3,4	125,8
2001	8944	118,6	204,19	8332,8	4,9	106,1
2002	10831	626,5	5,8	115,1	225,81	12643,9	5,3	99,4
2003	13243	319,4	2,4	112,0	267,34	12953,2	5,2	108,2
2004	17048	404,1	2,4	111,7	344,82	19310,5	5,6	112,3
2005	21625	1889,3	8,7	110,9	441,5	39940,2	9,0	110,3
2006	26903	2359,1	8,8	109,0	544,2	41419,9	7,6	111,6
2007	33111	2851,6	8,6	111,9	712,9	48517,3	6,8	116,6
2008	41668	3607,7	8,7	113,3	948,06	74069,7	7,8	122,3
2009	38797	108,8	914,72	78775,4	8,6	112,3

Источники 3, 4 <http://www.gks.ru/wps/portal>; www.ukrstat.gov.ua

Для Украины выявлена аналогичная закономерность. Точкой перелома характера изменений соответствующих расходов бюджета, т. е. экстремумом функции является величина ВВП, равная 2700 млрд грн. (рис. 1).

Иначе говоря, после превышения ВВП 2700 млрд грн. направление установленной зависи-

мости может измениться на противоположное, т. е. при превышении указанного объема ВВП дальнейшее его увеличение будет сопровождаться замедлением скорости прироста соответствующих расходов сводного бюджета. Для достижения такого объема необходимо увеличить ВВП в 2,85 раза по сравнению с 2008 г.

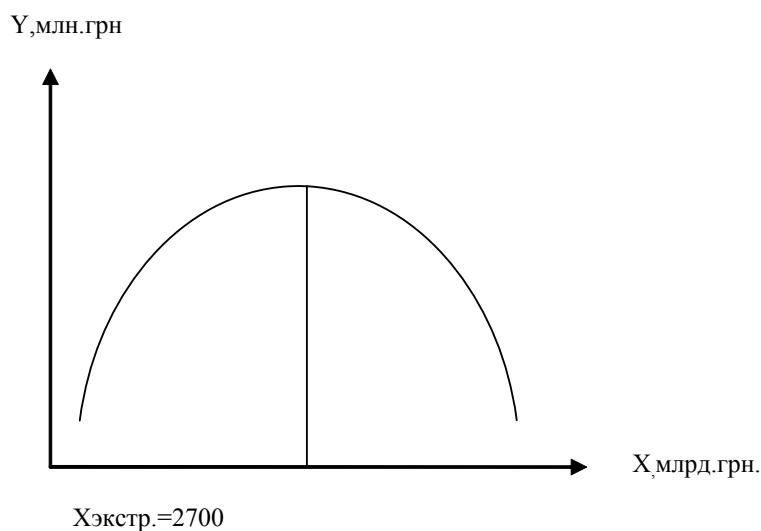


Рис. 1. Зависимость расходов сводного бюджета Украины на социальную защиту и социальное обеспечение от ВВП

Такой вывод объясняется тем, что *ускоренный экономический рост сопровождается повышением уровня жизни населения, что влечет за собой снижение социально незащищенного контингента населения*, т. е. чем выше в стране уровень жизни, тем ниже удельный вес бедных, тем меньшая доля населения нуждается в социальной защите, тем в меньшей степени растут выплаты из бюджета на социальные цели.

Для оценки возможности достижения валовым внутренним продуктом величины, способной изменить закономерность формирования расходов на социальные меры, выполнен прогноз ВВП России и Украины (табл. 3). Для про-

гнозирования использовались три класса моделей: трендовые, адаптивные и авторегрессионные. Наиболее адекватными являются авторегрессионные модели, для России – модель Бокса – Дженкинса, для Украины – модель Олимп по следующим критериям: для оценки достоверности моделей – критерий Фишера – 49,7 и 31,5 соответственно; для оценки точности моделей – минимальная относительная ошибка аппроксимации – по 6,5%; отсутствие автокорреляции в остатках – критерий Дарбина – Уотсона – 2,109 и 2,014. По всем критериям построенные модели удовлетворяют требованиям.

Таблица 3

Прогноз ВВП России и Украины на 2010–2014 гг.

Годы	Россия, млрд руб.			Украина, млрд грн.		
	Прогноз ВВП по модели Бокса – Дженкинса	Нижняя граница доверительного интервала	Верхняя граница доверительного интервала	Прогноз ВВП по модели ОЛИМП	Нижняя граница доверительного интервала	Верхняя граница доверительного интервала
2010	44422,8	39725,5	49120,1	1098,5	969,0	1228,0
2011	50881,9	46184,2	55579,5	1227,3	1096,6	1358,0
2012	54551,0	49853,2	59248,9	1368,9	1238,2	1499,6
2013	59467,3	54769,4	64165,1	1518,2	1387,5	1648,9
2014	63826,1	59128,2	68523,9	1675,2	1544,5	1805,9

Выполненные расчеты показали, что в ближайшие пять лет ни в России, ни в Украине ВВП не достигнет величины, достаточной для изменения сложившейся ситуации. В России ВВП к 2014 г. по сравнению с 2008 г. может возрасти в 1,53 раза, в Украине – в 1,77 раза. Кризис болезненно отразился на экономике обеих стран, но особенно для Украины. В результате увеличилось число бедных, которые до кризиса не входили в эту категорию.

Таким образом, в России и в Украине закономерности существования бедности схожие. Формальные статистические показатели, которые характеризуют бедность, улучшаются в обеих странах. Однако достигнутый к настоящему времени уровень экономического развития ограничивает возможности государств, при которых увеличение расходов на социальные мероприятия определяется положительной динамикой ВВП. Бюджетные расходы на эти цели не достигли объемов, которые в состоянии существенно увеличить потребительский спрос, определяя объемы конечного потребления, а

следовательно, они еще не стали фактором экономического роста.

По ряду показателей, характеризующих бедность, ситуация в Украине сложнее, здесь ниже показатели прожиточного минимума, выше доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, в меньшей степени учитывается рост цен при утверждении социальных стандартов, расходы на социальное обеспечение в большей степени зависят от экономического роста страны. В России более стабильная ситуация, что влияет на наполняемость доходов бюджета, учет темпов инфляции при определении прожиточного минимума и формировании расходов на социальные цели, шире возможности борьбы с бедностью.

Несмотря на то что борьба с бедностью остается важнейшей задачей социальной политики, правительства обеих стран недостаточно стимулируют развитие экономик, будущее которых должно быть связано с высокими и устойчивыми темпами роста, способными обеспечить социально-экономическое развитие.

Библиографический список

1. Батчиков С. А. Бедность в России как социальная и духовная проблема. Режим доступа: <http://www.contr-tv.ru/print/2193>
2. Блинов А., Сидорова А. Проблема бедности в России и Украине // Экономист. – 2006. – № 6. – С. 62-67.

3. Данные Российской федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/portal>
 4. Державний комітет статистики України. www.ukrstat.gov.ua
 5. Проблемы бедности в современной России // Аналитический вестник. – 2003. – № 20 (213). – С. 3-94.
 6. Симчера В. М. Управление эффективностью производства и эффективность государственного управления в России // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Вып. 3. Ч. 2. – М. : ИНИОН РАН, 2008. – С. 36-60.
 7. Удотова Л. Ф. Соціальна статистика : підручник. – К. : КНЕУ, 2002. – 376 с.
 8. Якунин В. И. Актуальная теория и методология формирования российской экономической политики // Проблемы модернизации экономики и экономической политики России. Экономическая доктрина Российской Федерации : материалы Российского научного экономического собрания. – М. : Научный эксперт, 2008. – С. 28-51.
-

A. O. Blinov*

**Blinov Andrei, Doctor of Economics, Professor of
Russian Correspondence Financial and Economic Institute, Moscow
aoblinov@mail.ru*

A. V. Sidorova*

**Sidorova Anthonina, Doctor of Economics, Professor of
Donetsk National University, Donetsk, Ukraine
prima100@list.ru*

«POVERTY» ISSUES IN RUSSIA AND UKRAINE

Key words: poverty, economic inequality, stratification of the population, State budget expenses, social benefits, economic growth.

The article studies the causes and the main indicators of poverty in Russia and Ukraine. The author evaluated the dependence of budget expenses for social activities on economic growth.

© Блинов А. О., Сидорова А. В., 2011

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

УДК 330.33

А. В. Швецов*

**Швецов Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент
Марийский государственный технический университет, г. Йошкар-Ола
shvetsoff@rambler.ru*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦИКЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Ключевые слова: экономический цикл, цикличность, факторы цикличности, экономические колебания, инвестиции, экономическая активность.

Рассмотрен ряд теоретико-методологических аспектов, связанных с явлением цикличности в социально-экономических системах. Проанализирована динамика некоторых социально-экономических показателей, связанных с явлением цикличности. Сделаны выводы о применении теории цикличности к российской действительности.

Известно, что всеобщей формой движения природы и общества выступает цикличность. В социально-экономическом развитии общества цикличность имеет менее выраженный, чем, например, природные явления, и более противоречивый характер.

Проблема циклов и кризисов экономики всегда находилась в центре внимания экономистов. Можно сказать, что именно экономические кризисы мотивировали экономистов изучать их природу для того, чтобы уменьшить их воздействие на экономику и общество. Для нашей страны проблема экономических циклов особенно актуальна, так как на протяжении 70 лет мы наблюдали их только со стороны – в странах с капиталистическим, рыночным типом экономики. Однако за двадцать последних лет, с момента перехода экономики страны на новый тип хозяйствования, мы успели пережить уже два кризиса, и каждый из нас почувствовал на себе их воздействие. Кроме того, появляются новые методы и инструментарий для анализа числовой информации, например нейронные сети, что также является стимулом для изучения взаимосвязей и скрытых взаимозависимостей. Поэтому явление цикличности необходимо и нужно изучать.

Проблемами экономических циклов и экономического развития занимались большое количество ученых-экономистов, среди которых можно выделить Э. Аткинсона, К. Маркса, Дж. Гелбрейта, Дж. М. Кейнса, У. Митчелла, П. Самуэльсона, Дж. Стиглица, Э. Хансена, Дж. Хикса, И. Шумпетера, М. Фридмана, М. И. Туган-Барановского, Н. Д. Кондратьева и других.

При решении проблемы цикличности многие экономисты надеялись выявить причины,

приводящие к кризисам, воздействуя на которые можно достаточно легко «исцелить» объект изучения. Их исследования сводились к поиску некоей точки равновесия в соотношении заработной платы и цен, улучшения отношений между предпринимателями и рабочими, перестройке налоговой системы и т. д. Они предполагали, что таким образом экономическая система должна оказаться в относительно здоровом состоянии и резкие колебания будут тем самым минимизированы или даже устранены совсем. Однако такие выводы следует считать заблуждением, так как для здорового функционирования экономической системы структурное равновесие действительно имеет значение, но тенденция к колебаниям зачастую не вредна. Например, для рыночной экономики или частного предпринимательства она является неотъемлемым свойством. Чтобы стать стабильной, всей системе требуется больше, чем только структурная перестройка, а именно обдуманная и позитивная программа мероприятий, призванных устранить циклические колебания [1].

Экономисты, выдвигавшие свои экономические теории, в качестве основных причин, воздействующих на цикличность в экономике, предлагали разные факторы (табл. 1).

Развитие мировой экономики в XX в. привело к отказу от крайностей во взглядах на цикличность процесса воспроизводства. Западная экономическая мысль признала цикличность и углубила исследование форм, структуры и причин циклов. Более того, экономическая наука Запада усиленно и небезуспешно ищет пути и методы нейтрализации отрицательных последствий влияния цикличности на социально-экономическое развитие общества [2].

Наиболее общая классификация экономических циклов приведена в исследовании Ю. В. Яковца [3]. Проводит он ее по нескольким основаниям: в функциональном разрезе – конъюнктурные, структурные, инвестиционные, ценовые, финансовые и т. д.; во временном разрезе – сезонные, годовые, краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные, сверхдолгосрочные и т. д.; в территориальном разрезе – отраслевые, региональные, национальные, глобальные.

Следует отметить, что явление цикличности признается как многомерное, ряд его форм носит общемировой характер. Каждый цикл не является повторением предыдущего; продолжительность цикла, сроки его протекания, социально-экономические последствия имеют страновые различия. Этот тезис также подтверждает приведенный график (рис. 1), согласно которому кризис 1998 года был более длительным и глубоким.

Таблица 1

Факторы циклических колебаний

Факторы	Ученые
Факторы производства	Маркс, Кларк
Спрос и предложение	Вальрас, Маршалл, Тинберген, Хикс
Деньги, кредит	Милль, Виксель, Мизес, Фишер, Фридман, Хаберлер
Инвестиции	Туган-Барановский, Кондратьев, Кейнс, Шумпетер
Ожидания предпринимателей	Пигу, Афталион, Мут, Лукас

Известный экономист Э. Хансен дает следующее определение экономического цикла: «...экономический цикл представляет собой колебание занятости, объема продукции и уровня цен (как розничных, так и оптовых). Действительно, как показывает график, построенный на основе российских статистических данных [6] (рис. 1), все три показателя цикли-

чески изменяются с интервалом в 10-11 лет. Резкие изменения показателей характерны для кризисных 1998-го и 2009 годов. В эти моменты индексы потребительских цен и безработицы (правая ось) существенно выросли по отношению к предыдущим периодам, а индекс физического объема валового внутреннего продукта уменьшился.



Рис. 1. Динамика изменения показателей, %, определяющих цикличность по Хансену, в России с 1996-го по 2010 г.

Зарубежные экономисты, изучавшие явление цикличности, отмечали, что причины экономических колебаний следует искать главным образом среди факторов, которые вызывают увеличение или снижение размеров реальных

инвестиций. Однако анализ табл. 2, которая содержит индексы физического объема инвестиций в основной капитал в Российской Федерации, показывает, что даже в кризисном 2008

году наблюдался рост этого показателя. В связи с этим можно сделать следующие выводы:

1) вливание в российскую экономику инвестиций в пределах 10-20 процентов не оказывает существенного влияния на антикризисную устойчивость. В США в кризисный 2009 год объем инвестиций превысил российский уровень в 10 раз, а Китаю даже удалось увеличить этот объем за 2 кризисных года на 44 процента [4, 5];

2) российская экономика сильно зависит от мировой экономики. Данный тезис подтверждается тем, что основные инвестиции в российской экономике приходятся на добывающие отрасли и металлургию, то есть экспорто-ориентированные отрасли, страдающие от мировых кризисов в первую очередь и особенно сильно.

Таблица 2

**Индексы физического объема инвестиций в основной капитал
(в постоянных ценах, %, к предыдущему году)**

1990	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
100,1	89,9	117,4	112,5	113,7	110,9	116,7	122,7	109,9	83,8

В общем случае объективным следствием экономических кризисов, как правило, служит появление новых технологий, новых продуктов, рост производительности труда и эффективности производства, структурные преобразования в национальной экономике, изменения в структуре спроса, обновление кредитно-денежной и налоговой политики государства. В конечном счете колебания в экономической активности оцениваются в качестве одного из условий обновления и роста. Однако не все сози-

дательные последствия кризисов характерны для российской экономики. Причина кроется в сырьевом ее характере, а высокие технологии, как правило, характерны для перерабатывающих производств, которых немного.

Так как характерной чертой цикличности признается движение не по кругу, а по спирали, это позволяет признать цикличность формой прогрессивного развития общества. Следует признать, что и в кризисах у России проявляется «свой путь».

Библиографический список

1. Хансен Э. Денежная теория и финансовая политика. – М. : Дело, 2006.
2. Харрод Р. Ф. К теории экономической динамики. – М. : Гелиос АРВ, 1999.
3. Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. – М. : Наука, 1999.
4. <http://www.bea.gov/> – Бюро экономического анализа США.
5. <http://www.stats.gov.cn/> – Китайское национальное бюро по статистике.
6. <http://www.gks.ru> – Федеральный орган государственной статистики РФ.

A. V. Shvetsov*

**Shvetsov Andrei, PhD in Economics, Associate Professor of Mari State Technical University, Yoshkar-Ola
shvetsoff@rambler.ru*

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF CYCLICITY
IN SOCIAL AND ECONOMIC PROCESSES**

Key words: economic cycle, cyclic recurrence, cyclical factors, economic fluctuations, investment, economic activity.

The article considers a number of theoretical and methodological aspects related to the phenomenon of cyclic recurrence in socio-economic systems. The author analyzes dynamics of certain socio-economic indicators related to this phenomenon. Certain conclusions are drawn about the application of cycle theory to Russian reality.

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

УДК 001.89

Р. М. Шафиев*

**Шафиев Руслан Мустакимович, доктор экономических наук, профессор
Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт, г. Москва
rshafiev@rambler.ru*

СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, нанотехнологии, научно-техническая деятельность, инновации, информационная экономика, потребитель.

Переход к новой экономике информационного типа требует большего внимания к развитию науки и техники, повышения уровня образования и культуры граждан, улучшения социально-экономической жизни общества. Наиболее ценными качествами являются уровень образования, профессионализм, обучаемость и креативность. В хозяйственную практику наряду с финансовым и материальным вводится новый вид капитала – интеллектуальный капитал, способный давать экономическое благо. Производственным ресурсом становятся информация и знания. Научные разработки превращаются в главную движущую силу экономики.

В условиях глобализации экономические отношения возникают на различных уровнях (национальном, региональном, международном), что требует понимания компетенций современных механизмов управления и регулирования. Это связано также с тем, что мировая экономика перешла к новому этапу своего развития, осуществив трансформацию от индустриального к информационному типу. Прежде всего такой переход был сделан в экономически развитых странах, уделяющих приоритетное внимание развитию науки и техники, высоких технологий, повышению образовательно-культурного уровня своих граждан, созданию социального благополучия в обществе. Основу экономики информационного типа, получившей и другое название – «экономика, основанная на знаниях», составляют информация и знания, которые рассматриваются и как ключевой фактор производства, и как продукт, имеющий ценность для потребителя.

Основными признаками, определяющими переход экономики на качественно новый уровень, являются:

1. Научно-технические признаки. Переход к новой экономике сопровождается: повышением бюджетных расходов государства и крупных корпораций на фундаментальную и прикладную науку; увеличением научных учреждений; ростом результатов их научно-технической деятельности; появлением новых научных направлений и наукоемких отраслей.

Высокий статус в мире экономически и индустриально развитых стран обеспечивается накопленным ими культурно-образовательным,

научно-техническим, промышленным, кадровым потенциалом, его целевой направленностью на технологическое совершенствование и ресурсосбережение. В эффективной экономике действие перечисленных производительных сил умножается в условиях их обеспечения всем необходимым за счет природно-ресурсного потенциала территории страны

По прогнозам, в течение следующих 10 лет на развитие нанотехнологий в мире будет потрачено 3 триллиона долларов США. Лидерами по объему инвестиций в нанотехнологии в период с 2006-го по 2010 г. стали Япония (8 млрд долларов), США (7,6 млрд долларов) и страны Евросоюза (676 млрд долларов). Европейская комиссия утвердила выделение на выполнение VII Рамочной программы по научно-исследовательским разработкам (2007–2013 гг.) 50,521 млрд евро.

Все больше средств в эту область вкладывают и развивающиеся страны: Китай выделил около 1,3 млрд долл. на 2007–2010 гг., Бразилия – более 300 млн долл. на 2007–2010 гг., Индия – 220 млн долл. на 2006–2009 гг.

В США выделено 43 млрд долл. в течение 2008–2010 гг. для поддержки инноваций и был удвоен бюджет Национального научного фонда (NSF) на фундаментальные исследования в области физических наук.

Результаты научно-технической деятельности равномерно распределяются и в производстве, и в потреблении, создавая новые, кажущиеся фантастическими производственные и потребительские возможности, которые, однако, многие эксперты оценивают как серьезные

опасности, способные нанести значительный необратимый ущерб человечеству.

Китайский рынок нанотехнологий в 2008 году оценивался примерно в 400 млн долл., уровень развития достаточно низкий, однако власти предпринимаят сверхусилия для стимулирования развития рынка. Так, в период с 2009-го по 2011 год китайское правительство запланировало потратить \$2,2 млрд на развитие нанотехнологий.

Отдел BVC по исследованиям и разработкам (BVC Research & Development) опубликовал прогноз развития рынка нанотехнологий до 2015 года. По оценкам аналитиков, объем рынка в 2010 году достиг 15,7 млрд долларов. Драйвер роста рынка – самый крупный сегмент нанотехнологий – наноматериалы. Его объем в 2015 году может приблизиться к 20 млрд долларов при средних ежегодных темпах роста в 15%. Эксперты считают, что именно нанотехнология будет тем «двигателем», который даст новый толчок развитию всех отраслей промышленности и торговли и выведет их из состояния длительного спада.

Современные технологические возможности для проведения НИОКР позволяют получать значительные научно-технические результаты малыми инновационными группами, что делает науку мобильной, способной быстро реагировать на требования рынка. Малые инновационные предприятия являются технологическими лидерами в зарождающихся отраслях экономики, они первыми приходят в новые сегменты рынка, осваивают и внедряют новые технологии.

2. Экономические признаки. Критерием перехода может служить различный объем инвестиций в материальную и информационную деятельность. Так, в экономике США в 1991 г. впервые инвестиции в информационные технологии превысили капиталовложения в производственные технологии (112 и 107 млрд долл. соответственно), что послужило основанием считать этот год переходным от индустриальной к информационной экономике. В хозяйственную деятельность, связанную с созданием и передачей информации и знаний, вовлекается все больше людей, что приводит к созданию информационного сектора экономики, включающего научную и образовательную деятельность, инжиниринг, консалтинг, информационное обеспечение, программирование, издательство, библиотечное дело, Интернет и т. д. Так, уже к 1990 г. информационный сектор (включая услуги) составил три четверти валового национального продукта (GNP – gross national product), и более половины рабочих в США за-

нимались деятельностью, связанной с обработкой информации.

Структура затрат производства и реализации материальных продуктов все в меньшей степени включает прямые затраты на материалы, энергию и оплату труда рабочих, но в большей степени – косвенные затраты на управление организацией, НИОКР, маркетинг, обучение и развитие персонала.

Так, до 70% стоимости современного легкового автомобиля образуют дизайн, электроника и другие интеллектуальные компоненты. По образному выражению редактора журнала World Кевина Келли, автомобиль сегодня – это уже не колеса с чипами, а чип с колесами.

Все более наукоемкими становятся такие «доиндустриальные» отрасли, как добыча полезных ископаемых, производство сельскохозяйственных продуктов. По оценкам Т. Стюарта, научные разработки образуют 50% стоимости нефти и 75% стоимости зерна.

В информационной экономике возникли и с каждым годом увеличиваются транзакционные затраты, связанные с маркетингом, логистикой, продажами, например затраты на поиск информации, исследование маркетинговой среды, переговорами с поставщиками, кредиторами, покупателями, заключением контрактов и контролем за их исполнением, защитой прав собственности и пр.

В хозяйственную практику наряду с финансовым и материальным вводится новый вид капитала – интеллектуальный капитал, способный давать экономическое благо. Это приводит, в частности, к превышению рыночной стоимости организации над стоимостью ее материальных активов, что повышает привлекательность фирмы для инвесторов и дает ряд других экономических выгод, но требует дополнительных управленческих усилий.

Конкурентная борьба промышленных предприятий переходит на новый уровень – «гиперконкуренцию», главной чертой которой является конкуренция «интеллектов организаций» и принимаемых стратегических решений.

3. Потребительские признаки. Информация и знания становятся коммерческим продуктом, источником дохода их создателей и собственников. Организация имеет возможность получать дополнительный доход от продажи знаний, зафиксированных как интеллектуальная собственность, и, соответственно, приобретать необходимые знания, экономя время и финансовые ресурсы на их разработку. Для потребителей нематериальные продукты имеют особую ценность, связанную с удовлетворением разнообразных социальных, познавательных, образовательных, духовных потребностей, потребно-

стей в отдыхе и развлечениях. Растет разнообразие нематериальных продуктов и наряду с традиционными появились новые продукты, например Blu-ray и DVD диски, содержащие информацию в мультимедийной и художественной форме; компьютерные игровые, развлекательные, развивающие программы; виртуальные пространства, создающие эффект реального присутствия и т. д. В сети Интернет продаются так называемые цифровые товары (е-товары), например электронные книги, журналы, газеты, фотографии, картины, игры, тематические подборки файлов и пр.

Материальные продукты, например автомобили, телефоны, одежда, обувь, жилье, все в большей степени включают информационную составляющую, отражая посредством торговой марки и дизайна этого продукта социальный статус, профессию, стиль, имидж, ценности и верования его обладателя. Следовательно, анализ информационных потребностей дифференцированных сегментов рынка приобретает особое значение и в производстве материальных товаров.

Наблюдаются явления индивидуализации в удовлетворении потребностей покупателей, демассификации производства продукции, увеличение влияния покупателей на ее проектирование и производство, уменьшения длительности отклика (реакции) предприятий на изменение потребительских предпочтений.

В маркетинге приоритетным становится не удовлетворение имеющихся потребностей потребителей, а предложение им новых, ранее не существовавших возможностей, основанных на использовании в продуктовой инновации (услуге) открытий, изобретений, высоких технологий.

4. Социальные признаки. В обществе возникает новый вид власти – власть, основанная на информации и знаниях, которая находится в руках информационной и интеллектуальной элиты – «когнитариата», «датократов», «инфократов», «нетократов». Создается возможность манипулировать сознанием масс, направлять их и подчинять своей воле. Эти возможности связаны со значительными социальными рисками невозвратимого разделения людей на классы по смешанному признаку: доход и владение информацией (знаниями).

Появляется новое компьютерно-сетевое поколение условно свободных людей, которые «уходят» в виртуальные пространства, создавая сообщества нового информационного типа, не имеющие социальных, возрастных, половых и других различий. Эти безликие интернет-существа обозначены вместо имен кличками (никами), внешний облик их скрыт за условными фигурами, картинками или символами. В

интернет-форуме могут «на равных» общаться пожилой профессор и молодой студент. Такое общение зачастую приводит к внутриличностным конфликтам, так как кому-то из них приходится жертвовать своим социальным статусом, принципами хотя бы на время общения.

5. Пространственные и количественные признаки. Переход к информационной экономике характеризуется «стиранием» географических границ, «крушением» пограничных столбов, сжатием времени и пространства. Интернет создает новые сетевые миры, сближая людей, предоставляя им новые реальные возможности для совместной познавательной и экономической деятельности. Например, это сайты, организованные по типу «Живого журнала» (Livejournal), на которых любой человек в любой точке Земли может создать интернет-страничку, где указать данные о себе и своих интересах, вести дневник, войти в тематическое сообщество, участвовать в форумах, размещать на своей страничке гиперссылки на источники интернет-информации, на сайты реальных и виртуальных друзей.

Растет количество пользователей «всемирной паутины», на сегодняшний день Интернет используют свыше двух миллиардов людей на планете.

По результатам исследования, проведенного аналитической фирмой eMarketer, двухмиллиардный рубеж был преодолен еще в конце 2010 г. и регулярно в Сеть выходят 1745 млн человек. По количеству пользователей лидируют страны Азии – 875 млн человек. В европейском регионе количество пользователей насчитывает 475 млн человек. В Северной Америке активно пользуются Интернетом 266 млн человек.

Внутри организаций создаются сети Интранет, которые предоставляют сотрудникам возможности оперативного получения информации, использования общих баз данных, обсуждения проблем на корпоративных тематических форумах и пр. Таким образом, создается единое информационное внутрикорпоративное пространство.

Развитие коммуникационных сетей посредством Интернет, Интранет и средств сотовой связи, по которым перемещаются потоки информации, привело к модификации структуры мировой экономики аналогично тому, как в XIX в. строительство железных дорог для перемещения материальных грузов изменило экономическое пространство стран Европы и Америки.

6. Признаки динамики изменений. Динамика изменений, происходящих в обществе, является, пожалуй, самым драматическим фактором, влияющим на жизнедеятельность людей. Если в традиционном обществе с индустриальной экономикой работнику организации

было достаточно один раз получить необходимые знания для всей трудовой деятельности, то в современном обществе работник сталкивается с несколькими циклами смены знаний. Причем эти изменения могут быть настолько радикальными, что потребуют перестройки мировоззрения, ценностей, активизации новых психо-физиологических, интеллектуальных и социальных способностей человека. Неготовность к освоению новой информации и знаний приводит к резкому моральному старению работника, его невостребованности на рынке труда с последующей деградацией.

Как показывает статистика, в США фактически 30% всех рабочих мест ежегодно находятся в процессе движения, т. е. осуществляется реструктуризация или ликвидация старых рабочих мест, появление новых. Это обуславливает необходимость постоянного обучения и переобучения персонала организации. Динамически увеличивается количество новой информации, которую необходимо воспринимать, усваивать, включать в действующую систему знаний. Так, ученые Университета Беркли в результате исследования объемов информации, произведенных на планете за последние три года, пришли к выводу, что каждый год объем производимой человечеством информации увеличивался в среднем на 30%, а средний житель США посвящает 46% своего времени ее восприятию.

Таким образом, изменения, сопровождающие переход от индустриальной к информационной экономике, комплексны и значительны. Для того чтобы функционировать и развиваться

в новых условиях, организация должна приобрести соответствующие компетенции. Что это за компетенции? Попробуем перечислить их:

- Способность аккумулировать инвестиционные ресурсы, обеспечивающие непрерывное организационное развитие.

- Умение оперировать человеческими ресурсами, направляя основные инвестиционные потоки в подбор, оценку, формирование и интеллектуальное развитие персонала.

- Умение прогнозировать, создавать, распространять новые знания, организуя инновационную и креативную деятельность персонала, его непрерывное обучение.

- Способность оценить и эффективно использовать в экономической деятельности организации результаты инновационной и креативной деятельности персонала.

- Умение осознавать групповой интеллект, имидж и, соответственно, способность создавать эти характеристики.

- Адаптироваться в мировое информационное пространство и создавать внутреннее информационное пространство.

- Способность учитывать изменения внешней среды, воспринимая компетенции и воспроизводя новые компетенции, в соответствии с жизненным циклом любого продукта, не допуская морального устаревания.

В современном мире регулирование на рынке интеллектуального капитала направлено на создание перечисленных организационных компетенций.

R. M. Shafiev*

**Shafiev Ruslan, Doctor of Economics, Professor of Russian Market Research Institute, Moscow
rshafiev@rambler.ru*

MODERN COMPETENCES IN THE MARKET OF INTELLECTUAL CAPITAL

Key words: intellectual capital, nanotechnology, scientific and technological activities, innovation, information economy, consumer.

Transition to the new economy of information type requires more attention to the development of science and technology, raising education and cultural level of citizens, improving social and economic life. The most valuable strengths are now education level, professionalism, ability to learn and creativity. In economic practice, along with financial and material capital, appears a new type - intellectual capital, which can provide economic benefit. Information and knowledge turn into productive resources. Scientific development becomes the main driving force of economy.

© Шафиев Р. М., 2011

МЕЗОУРОВЕНЬ**РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ**

УДК 330.12

С. В. Домнина*

**Домнина Светлана Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный архитектурно-строительный университет, г. Самара
swdomnina@mail.ru*

ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА¹

Ключевые слова: благосостояние, оценка благосостояния, индекс благосостояния населения региона.

Произведен анализ известных в экономической литературе интегральных показателей благосостояния. Показаны область их применения, достоинства и недостатки. В качестве обобщающего показателя благосостояния населения региона предложено использование индекса благосостояния населения региона (ИБНР). Приведена авторская методика расчета данного индекса.

Оценить благосостояние населения страны (региона) пытались многие поколения экономистов. Однако до сих пор эта проблема не является до конца решенной. Об этом свидетельствует присуждение в 1998 г. Нобелевской премии Амартья Сену за вклад в теорию благосостояния.

Одной из первых попыток формульной оценки общественного благосостояния была попытка В. Парето, который представил его в виде суммы индивидуальных благосостояний всех индивидов.

Общественное благосостояние как арифметическую сумму индивидуальных благосостояний определял и И. Бентам. Он определил функцию благосостояния через этический принцип пользы (наибольшее счастье для наибольшего числа людей), предлагая измерять благосостояние вычитанием из суммы удовольствий суммы страданий за данный период времени [1, с. 641-642].

Попытки улучшить критерий Парето предпринимались Э. Бароне, Н. Калдором, Дж. Хиксом. П. Самуэльсон стремился найти функцию благосостояния общества, представляющую вектор к функций индивидуальной полезности.

Значительный вклад в разработку индекса благосостояния внес А. Сен. Он предложил методику расчета индекса благосостояния для сравнения уровня и качества жизни разных стран:

$$J = E * (1 - G), \quad (1)$$

где E – национальный доход на душу населения;

G – индекс Джини [11].

В. Нордхаус и Дж. Тобин ввели в оборот показатель «чистое экономическое благосостояние» – ЧЭБ. При расчете ЧЭБ к ВВП прибавляются ценность свободного времени, услуг домохозяек и «работы для себя и вычитаются непокрытые издержки от загрязнения окружающей среды и другие потери, вызываемые самим процессом современной жизни» [8, с. 459].

Попытки улучшить показатель «чистое экономическое благосостояние» предпринимались Н. Ф. Новиковой. Она предложила рассчитывать «меру экономического благосостояния» (МЭБ). С его помощью корректируется ВВП (ВНП) путем вычитания из него величины, образуемой в результате действия отрицательных факторов, влияющих на благосостояние населения и экономическое развитие (воздействие теневой экономики, истощение ресурсов, неполная занятость экономически активного населения, чрезмерная бедность большинства людей, растущие цены на товары и услуги и др.), и добавления стоимости нерыночной деятельности» [5, с. 11-12].

¹ Работа выполнена в рамках Аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы» Мероприятия 1 «Проведение научных исследований на 2010–2011 гг. в рамках тематических планов по заданию Министерства образования и науки Российской Федерации». Тема научно-исследовательской работы: «Теоретическое исследование социально-экономических проблем собственности и общественного благосостояния».

Близкими к ЧЭБ являются «индекс устойчивого экономического благосостояния» – ИУЭБ (Г. Дейли, Дж. Кобб) [4]. По сути дела, это попытка создать адекватный измеритель экономического благосостояния, усовершенствовать показатель ВВП с учетом экстерналий. Индекс устойчивого экономического благосостояния является инструментом измерения, базирующимся на индивидуальном потреблении, учитывающим условия, характеризующие общественное благосостояние и качество природной среды. Данный показатель успешно используют экономисты-экологи.

Исследовательским институтом «Легатум» в 2006 г. предложено использование индекса процветания (или индекса глобального благосостояния). Его значения базируются на статистическом анализе, исследованиях объективных данных и на субъективных оценках участников опроса. Ранг каждой страны определяется путем вычисления средневзвешенного значения восьми субиндексов (ключевые макроэкономические показатели, качество образования и здравоохранения, бизнес и инновации, эффективность правительства, безопасность, социальный капитал и личная свобода), которые формируются на основе 79 показателей [3]. Россия занимала в «Рейтинге глобального благосостояния – 2008» 57 место среди 104 стран, в 2009 г. – уже 62 место, а в 2010 г. – 63-е, что говорит о постоянном снижении уровня общественного благосостояния в РФ. Пятерка мировых лидеров по уровню благосостояния в 2010 г. выглядела следующим образом: 1-е место – Норвегия, 2-е – Дания, далее – Финляндия, Австралия и Новая Зеландия [7].

Отразить «реальное» благосостояние людей и состояние окружающей среды призван «международный индекс счастья» – МИС, который был предложен New Economics Foundation (NEF) в 2006 г. Для расчета данного индекса используются три показателя: субъективная удовлетворенность жизнью людьми, ожидаемая продолжительность жизни и «экологический след». Индекс рассчитывался всего два раза – в 2006 г. (178 стран) и 2009 г. (143 страны). Самыми «счастливыми» странами в 2009 году оказались Коста-Рика, Доминиканская Республика и Ямайка. Самыми «несчастливыми» – Зимбабве, Танзания и Ботсвана. Россия по показателю РФ в 2006 г. была на 172 месте, а в 2009 г. – на 108-м [9, 10]. Достоинства этого показателя – сочетание субъективной и объективной оценки и учет экологического фактора.

Среди различных предложенных сводных индексов наибольшее применение имеет индекс развития человеческого потенциала

(ИРЧП), который был разработан в рамках Программы развития ООН и введен в практику в 1991 г. ИРЧП состоит из трех показателей (индексов): ожидаемой продолжительности жизни; интегрального показателя уровня образования; уровня жизни, измеряемого реальным ВВП на душу населения. По данному индексу РФ в последние пять лет находилась на 65-73 местах (по данным доклада ПР ООН по состоянию на ноябрь 2010 года – на 65 месте с показателем 0,719) [13]. Однако данный показатель имеет и недостатки. Он не отражает все стороны общественного благосостояния. На значение данного показателя могут оказывать влияние различия в национальных системах статистической отчетности. ИРЧП трудно использовать для оценки неравенства внутри страны, между регионами. Применяемый при расчете индекса математический аппарат корректно характеризует жизнь преобладающего в стране (регионе) благосостояния, то есть благосостояния среднего класса. Однако на сегодняшний момент средний класс в РФ еще не стал определяющим в обществе, поэтому показатель ИРЧП в большей степени характеризует уровень благосостояния населения ниже среднего уровня достатка. Поэтому возникают проблемы при межстрановом сравнении показателей ИРЧП. Кроме того, при расчете индекса используется среднеарифметическая из трех показателей, что не отражает значимость каждого фактора в общей величине ИРЧП. И еще: использование ВВП в качестве основного критерия при расчете ИРЧП может исказить его значение, так как возможна ситуация нелинейной зависимости между ростом ВВП и общественным благосостоянием на этапе низкого уровня экономического развития.

В таком контексте напрашивается вывод о необходимости включения в ИРЧП не только материальной составляющей благосостояния, но и интеллектуальной, социальной, экологической и др., не только объективных параметров, но и субъективных, формирующихся на основе изучения общественного мнения.

В связи с вышеуказанными недостатками показателя ИРЧП в экономической, социологической и статистической науке предпринимались попытки его улучшения. Так, А. Т. Петровой предложена методика отражения в модернизированном индексе развития человеческого потенциала (МИРЧП) объективной и субъективной оценки известных параметров интегрального индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП), позволяющая учитывать многомерный характер качества жизни. Показатель МИРЧП рассчитывается в три этапа.

Сначала необходимо на основе статистических данных рассчитать ИРЧП.

На втором этапе необходимо добавить субъективную оценку всех составляющих данного интегрального индекса, которая способна разрешить логическое противоречие «объективное – субъективное»:

$\text{СИРЧП} = (\text{СИПЖ} + \text{СИОБ} + \text{СИВВП}) / 3$, (2)
где СИРЧП – субъективный ИРЧП ($\text{СИРЧП}_{\text{max}} = 1$);

СИПЖ – субъективная оценка продолжительности жизни населения;

СИОБ – субъективная оценка уровня образования;

СИВВП – субъективная оценка уровня валового внутреннего продукта, приходящегося на душу населения.

На третьем этапе рассчитывается модифицированный индекс развития человеческого потенциала (МИРЧП):

$\text{МИРЧП} = (\text{ИРЧП} + \text{СИРЧП}) / 2$ [6, с. 221]. (3)

Мы согласны с такой позицией, что при оценке благосостояния необходимо учитывать не только статистические, объективные данные о развитии страны, но и результаты социологических исследований.

Известны в экономике, социологии и статистике методы расчета интегральных индексов качества жизни (С. Айвазян, М. Ахмедьярова,

А. Митрофанов, Н. Денисов, Г. Петропавлова, Е. Андрианова, методика ВНИИТЭ, ВЦУЖ, ЦЭМИ РАН и др.) и уровня жизни (ИС РАН, ИСЭПН РАН и др.). Однако эти индексы не полностью отражают категорию «благосостояние», состоящую из единства и противоречий качества и уровня жизни.

Несмотря на то что имеются серьезные разработки в области оценки благосостояния населения, до сих пор не существует однозначного решения относительно возможности достаточно обоснованного искусственного конструирования единого показателя благосостояния на макро- и мезоэкономическом уровне и практического использования его для сопоставлений. Все известные индексы благосостояния сильно отличаются по составу показателей, методике их сведения в интегральный показатель. Об этом можно судить, если проанализировать ранги стран по следующим показателям: «индекс глобального благосостояния» (Legatum), «международный индекс счастья» (New Economics Foundation) и «индекс развития человеческого потенциала» (United Nations Development Programme) (табл. 1).

Как видно из табл. 1, страны, которые по показателям ИРЧП и ИГБ занимают места в первой двадцатке, по показателю МИС занимают места ниже 50-го.

Таблица 1

Сравнение результатов расчета индексов благосостояния (место страны в рейтинге)

№ п/п	Страна	Индекс глобального благосостояния (ИГБ), 2010 г. [12]	Международный индекс счастья (МИС), 2009 г. [10]	Индекс развития человеческого потенциала (по данным отчета за 2010 г.) [13]
1	Норвегия	1	88	1
2	Дания	2	105	19
3	Финляндия	3	59	16
4	Австралия	4	102	2
5	Новая Зеландия	5	103	3
6	Швеция	6	53	9
7	Канада	7	89	8
9	Нидерланды	9	43	7
10	США	10	114	4
11	Белоруссия	54	104	61
12	Россия	63	108	65

Таким образом, известные показатели благосостояния отражают различные стороны общественного благосостояния (экономические, экологические, общественные, интеллектуальные, психологические демографические и др.), поэтому так сильно отличаются друг от друга результаты их расчетов. Кроме того, некоторые исследователи делают упор на использование официальной статистической информации, не-

которые – на использование социологической оценки. При расчетах интегрального индекса, как правило, используют среднеарифметическую всех его составляющих, что не учитывает степень важности каждого показателя в интегральном индексе. Поэтому целью данного исследования являлся поиск такого обобщающего интегрального показателя благосостояния, который бы адекватно определил уровень и место

страны/региона на основе объективно-субъективной оценки. Его необходимость не вызывает сомнений. «Любая система показателей должна завершаться обобщающим показателем, обеспечивающим методологическое единство всех частных показателей системы и однозначную оценку уровня и динамики исследуемого процесса» [3]. В качестве такого обобщающего показателя благосостояния населения региона мы предлагаем использовать индекс благосостояния населения региона (ИБНР).

Чтобы добиться синтеза объективного и субъективного в интегральном показателе благосостояния, предлагаем использовать известный метод сравнительного подхода в оценке – метод балльной оценки. Сущность этого метода заключается в том, что, с одной стороны, при расчете индекса благосостояния можно будет использовать количественные показатели официальной статистики, а с другой стороны – использовать социологические и экспертные методы оценки благосостояния для определения степени важности и субъективной оценки каждого показателя при определении сводного индекса. Качественную оценку предполагается получить на основе разработанной анкеты оценки благосостояния.

Этапы метода расчета *индекса благосостояния населения региона* (ИБНР) следующие:

1. Составляется выборка регионов (j), по которым будет осуществляться расчет индексов благосостояния населения.

2. Выбор количественных показателей, адекватно отражающих уровень благосостояния населения региона (X_i). При этом предлагается использовать авторскую трактовку составляющих благосостояния [2, с. 56-58]: климатическую, ресурсную, производственную, доходную, финансовую, обменную, распределительную, потребительскую, имущественную, интеллектуальную, экологическую, медицинскую, демографическую, психологическую, социальную, культурную, инфраструктурную, информационно-коммуникационную, составляющие безопасности, образования, развития предпринимательства. Выбор составляющих ИБНР должен быть направлен на раскрытие всех вышеперечисленных составляющих благосостояния населения.

3. Приведение их к единой шкале (от 0 до 1). Шкалирование необходимо проводить по следующим формулам:

$$I_j^i = \frac{X_i^j - X_{\min i}}{X_{\max i} - X_{\min i}}, \quad (4)$$

$$I_j^i = 1 - \frac{X_i^j - X_{\min i}}{X_{\max i} - X_{\min i}}, \quad (5)$$

где X_i^j – i-тый показатель j-того региона;

$X_{\min i}$ – минимальное значение i-того показателя среди всех j-x регионов,

$X_{\max i}$ – максимальное значение i-того показателя среди всех j-x регионов.

Преобразование по формуле (4) осуществляется, если большие значения соответствуют лучшему результату (то есть прямая зависимость между показателем и функцией) (например, значение показателя «валовой региональный продукт», «среднедушевые денежные доходы», «жидаемая продолжительность жизни при рождении» и др.), и по формуле (5), если меньшие значения соответствуют лучшему значению (то есть обратно пропорциональная зависимость) (например, для показателя «выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников», «заболеваемость населения психическими расстройствами поведения в среднем на 100 000 человек населения», «уровень безработицы»).

4. Проведение социологического опроса по всем составляющим данного интегрального индекса благосостояния – X_i (Sx_i). Благодаря этому в индексе будет присутствовать субъективная оценка составляющих данного интегрального индекса, которая способна разрешить логическое противоречие категории «благосостояние» – «объективное – субъективное».

5. Проведение экспертной оценки значимости (важности) каждой составляющей в интегральном индексе благосостояния. Цель этой оценки – отразить весомость влияния каждого из показателей на благосостояние по сравнению с другими критериями.

6. Обработка данных экспертной оценки с целью определения степени важности количественных показателей. Для каждого показателя рассчитывается коэффициент весомости K_i , отражающий его относительную значимость. При установлении коэффициентов весомости необходимо соблюдение условия, чтобы сумма коэффициентов весомости всех критериев (показателей) была равна единице.

7. Расчет индекса благосостояния населения региона с учетом объективной (Об), субъективной оценки (Sб) его составляющих и важности каждого показателя (K_i). Индекс благосостояния населения региона для каждого региона определяется как среднегеометрическое из объективной и субъективной оценки.

$$\text{ИБНР} = \sqrt{\text{Об} * \text{Sб}}, \quad (6)$$

$$\text{Об} = \sum(X_i * K_i), \quad (7)$$

$$\text{Sб} = \sum(Sx_i * K_i). \quad (8)$$

Таким образом, с помощью предложенного показателя удастся добиться синтеза социологической (субъективной) и статистической (объективной), количественной и качественной,

абсолютной и относительной оценки благосостояния, что позволит снять противоречия изучаемого феномена.

Библиографический список

1. Современная экономическая мысль / под ред. С. Вайнтрауб. – М. : Прогресс, 1981. – 815 с.
2. Домнина С. В. Анализ составляющих благосостояния региона (на примере Самарской области) / С. В. Домнина, Н. В. Овчинникова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – Саратов : Изд-во Саратов. гос. соц.-экономич. ун-та, 2010. – № 4 (33). – С. 56-58.
3. Елисеева И. И. Социальная статистика [Электронный ресурс] / Электронная библиотека Социологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/l/library?e=d-000-00---001ucheб--00-0-0-0prompt-10---4-----0-11--1-ru-50---20-help---00031-001-1-0windowsZz-1251-10&a=d&c=01ucheб&cl=CL1&d=HASH28edadd584ffacб0f3f072.4.5>
4. Мэйо Э. Болезни роста? Индекс устойчивого экономического благосостояния для Соединенного Королевства. 1950–1990 годы [Электронный ресурс] / Э. Мэйо, А. Мак-Джилливрей ; пер. С. Куратова. – Режим доступа: http://www.greensalvation.org/old/Russian/Publish/03_rus/03_09.htm
5. Новикова В. Ф. Проблемы благосостояния населения в условиях инновационного развития экономики : дисс. ... д.э.н. по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью, экономика труда). – М., 2003. – 317 с.
6. Петрова А. Т. Разработка методологических основ оценки качества жизни населения региона : дисс. ... д.э.н. по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика труда, 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика. – М., 2008. – 325 с.
7. Рейтинг национального благосостояния Legatum Prosperity Index 2010 [Электронный ресурс] / Новости политических партий России и стран СНГ. – Режим доступа: <http://www.prosperity.com/rankings.aspx>
8. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. – М. : Лаборатория Базовых Знаний, 2000. – 800 с.
9. Abdallah S. The Happy Planet Index 2.0 / S. Abdallah, S. Thompson, J. Michaelson, N. Marks, N. Steuer / New Economics Foundation. – URL: <http://www.happyplanetindex.org/public-data/files/happy-planet-index-2-0.pdf>
10. Abdallah S. The Happy Planet Index 1.0 / S. Abdallah, N. Marks, A. Simms, S. Thompson / New Economics Foundation. – URL: <http://www.neweconomics.org/publications/happy-planet-index;>
11. Sen A. K. Real national income // Review of Economic Studies, 1976. – V. 43. – P. 19-39.
12. The 2010 Legatum Prosperity Index// Legatum Institute. – URL: <http://www.prosperity.com/index2009.aspx>
13. 2010 Report HDR 2010 Statistical Tables (English) / United Nations Development Programme. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/statistics/mpi/>

S. V. Domnina*

**Domnina Svetlana, PhD in Economics, Associate Professor of Samara State Architectural University, Samara, Russia
swdomnina@mail.ru*

EVALUATION OF REGIONAL POPULATION WELFARE

Key words: welfare, welfare measurement, index of regional population welfare.

The article features the analysis of integral welfare indicators, mentioned in the economic literature. The author has shown the range of applying these factors; their advantages and disadvantages. It is proposed to use the index of regional population welfare as integrating indicator of regional population welfare. The author suggests her own method of calculating this index.

УДК 332.1.001.7

Е. В. Башмачникова*

**Башмачникова Елена Валентиновна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru*

ЭЛЕМЕНТЫ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Ключевые слова: активность, инновационная активность, информационная активность, факторы инновационной активности.

Представлена классификация основных факторов инновационной активности, необходимых для разработки механизма реализации инновационного развития территории.

В экономике под активностью понимают деятельное участие в чем-либо, энергичную деятельность. Поскольку управленческая деятельность аспектная, целесообразно рассматривать виды активности согласно исследуемым аспектам. В президентской Стратегии долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года определена концепция пяти аспектов управления: «Наши действия в экономике будут базироваться на уже заявленной концепции четырех «И» – институты, инвестиции, инфраструктура, инновации. Реализовать его нужно в полном объеме, добавив к нему пятую составляющую – интеллект». Согласно данной концепции предлагается рассматривать институциональную, инвестиционную, инфраструктурную, инновационную и интеллектуальную экономическую активность.

Под институциональной активностью предлагается подразумевать интегральную характеристику правовой, политической, экономической и социальной деятельности государственных и общественных организаций по установлению рамочного порядка для предпринимательства. Инвестиционная активность характеризуется поведением и предпочтением инвесторов, а также их способностью оказывать влияние на структурные преобразования в экономике. Изоструктурная свидетельствует о наличии и характеристиках деятельности субъектов экономики, обеспечивающих условия хозяйственных процессов. Инновационная активность представляется как деятельность, направленная на решение творческих нестереотипных задач, доведенное до степени коммерциализации. Интеллектуальная активность охватывает учебную и научную деятельность образовательных учреждений, в том числе и в области подготовки высококвалифицированных кадров. Инвестиционная, инфраструктурная, институциональная и интеллектуальная активность мультипликативно влияют на инновационную, являются ее основными факторами. Повышение каждой – отдельная проблема.

Сосредоточим внимание на инновационной активности. Ее можно рассмотреть по трем составляющим, характеризующим степень участия исследователей, избирателей и предпринимателей в осуществлении инновационной деятельности в течение определенного периода. Согласно этим социальным группам предлагаем различать разновидности информационной активности:

- исследовательскую – деятельность в области научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР);
- изобретательскую – деятельность физических лиц, отдельных предприятий, региона в области открытий, рационализаторских предложений, создания инноваций;
- деловую – экономическую деятельность.

Конкретизируются в виде производства того или иного товара или оказания конкретной формы услуг. Данная характеристика положена в основу международных стандартов классификации отраслей хозяйства, экономических классификаторов Системы национальных стандартов. Из сопоставительного анализа инновационной активности жизни (директивные 1988 г., рыночная 2009 г.) России и развитых стран можно утверждать, что российская рыночная экономика ни по одному показателю инновационной активности не продемонстрировала преимуществ по сравнению с зарубежной. Она существенно уступает даже собственной экономике директивного периода. Последнее сравнение наиболее достаточно отражает инновационную пассивность современной России, поскольку одна и та же сравнительная база: страна, люди и ресурсы. Налицо ситуация, когда неэффективная рыночная национальная инновационная система России разрушена, а новая, эффективная пока не сформирована.

В нашем исследовании мы сформулировали гипотезу о том, что показатели инновационной активности нарастают по мере укрепления доверия к региональной политике и удовлетворения духовных потребностей людей. Доверие

рождает потребность в творческой деятельности, а духовность придает ей положительный вектор, устремляющий к добру. При разработке данной гипотезы мы исходили из понимания сущности парадигмы социально ориентированной рыночной экономики не в том, чтобы в социальной сфере экономики государственное регулирование заменить либеральной рыночной моделью, а в смысле введения социальных ограничений в эту модель. Под такими ограничениями академик А. И. Анчишкин понимал «пределные требования к производству и технике со стороны человека, условий его труда и жизни», представляемые как «пограничные между допустимым уровнем какого-либо негативного явления и тем, который неприемлем». Роль таких ограничений он видел не только «в социальной ориентации научно-технического прогресса», но также в «жертве» предпринимателей и общества частью своей потенциальной

эффективности за недопущение нежелательных явлений. «Ущерб, к которому может привести неконтролируемое развитие науки и техники, должен заранее предотвращаться за счет потери части потенциального эффекта НТП». Обоснование эффективности инновационной деятельности предполагает оценку экономической выгоды с учетом социальных ограничений, которые выполняют функцию селекции инноваций. Следовательно, для экономического и социального развития территорий наряду с инновационным подходом нами предлагается рассмотреть поведенческий подход.

Социальный контекст инновационных процессов нашел отражение в предложенной классификации основных факторов инновационной активности (табл. 1), которые целесообразно учитывать при разработке механизмов реализации инновационного развития территории.

Таблица 1

Классификация основных факторов инновационной активности, необходимых для разработки механизма реализации инновационного развития территории

№	Признак классификации	Группа факторов и примеры их подгрупп
1	Направление действия	<ul style="list-style-type: none"> • <i>позитивные</i>: выявление одаренных детей и развитие их реактивных способностей в талант-инкубаторах, формирование культуры потребительского спроса на новые товары и услуги, достижение честности рекламных компаний; • <i>негативные</i>: падение нравственности общества, неприятие обществом одаренных и умных людей, недоступность объектов приложения творчества, неразвитость исследовательских подразделений организаций, несоответствие образовательных услуг потребностям бизнеса
2	Состав факторов	<ul style="list-style-type: none"> • <i>сложные</i>: формирование национальной инновационной системы, реформирование системы высшего образования, выбор ниш на мировых рынках, их форматизация общества; • <i>простые</i>: создание биржи инноваций, подготовка менеджеров по инноватике, повышение ставки авторского гонорара, предоставление кредитов и грантов на инновационные проекты
3	Природа факторов	<ul style="list-style-type: none"> • <i>рыночные</i>: развитие рынка инновационной продукции и инновационной инфраструктуры, формирование этичного конкурентного порядка на рынке, создание единого банка данных о новых технологиях и рынках сбыта; • <i>инвестиционные</i>: совершенствование кредитной политики по отношению к предпринимателям, осуществляющим инновационную деятельность; разработка государственных программ по их поддержке, поощрение талантливой молодежи; • <i>материально-технические</i>: развитие инновационного потенциала страны, компьютеризация, создание научно-исследовательских лабораторий и инновационных центров, улучшение материального положения вузов; • <i>организационные</i>: координация и согласованность усилий всех министерств, ведомств, регионов, госкорпораций в формировании и реализации научно-технической и инновационной политики; развитие системы партнерств «наука – образование – производство»; развитие сети технопарков, технополисов, бизнес-инкубаторов, производственных кластеров; • <i>правовые</i>: совершенствование и развитие законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих и мотивирующих инновационную деятельность, включая законодательство по страхованию инновационного риска, введение института прав собственности на организационные инновации; • <i>социально-экономические</i>: повышение уровня жизни инновационно активного населения, развитие рынка высококвалифицированного персонала, создание талант-инкубаторов, формирование системы мотивации творческой активности, повышение качества трудового потенциала, использование возможностей организационной культуры в продвижении инноваций

№	Признак классификации	Группа факторов и примеры их подгрупп
4	Время воздействия	<ul style="list-style-type: none"> • <i>постоянные</i>: финансирование науки из государственного бюджета, предоставление налоговых льгот на инновационную деятельность, формирование системы защиты прав собственности на инновации, развитие института спонсорства инновационной деятельности; • <i>временные</i>: действие программы поддержки предпринимательства, организация выставок и ярмарок инновационных продуктов, конкурсы и гранты инновационных проектов
5	Содержание	<ul style="list-style-type: none"> • <i>общие</i>: введение социальных ограничений, сглаживание процесса коммерциализации НИОКР, формирование информационно-поисковой системы инновационных процессов; • <i>специфические</i>: согласование принципов справедливости распределения полученного дохода, присуждение почетного звания «Заслуженный изобретатель России», установление других званий и наград
6	Масштаб объекта воздействия	<ul style="list-style-type: none"> • <i>глобальные</i>: ускорение научно-технологического прогресса, изменение философии хозяйства в связи с мировым финансовым кризисом, специализация инновационных процессов, присуждение Нобелевской премии, мировой рейтинг стран по их инновационной активности; • <i>локальные</i>: согласование экологических требований к инновациям; патентование организационных инноваций; создание комплексов, способных концентрировать ресурсы и выполнять крупные инновационные проекты
7	Влияние на характер развития	<ul style="list-style-type: none"> • <i>экстенсивные</i>: массовая доступность высшего образования, изменение численности научных работников, мотивирование инновационной деятельности опытных заводов, проектно-изыскательских организаций, научно-исследовательских и конструкторских подразделений в организациях, повышение загрузки производственных мощностей; • <i>интенсивные</i>: возникновение новых потребностей и предпочтений у потребителей, сокращение жизненного цикла товаров, организация кружков качества, мотивация обучения в аспирантуре и докторантуре, повышение требований к качеству научных исследований и учебных процессов, переориентация доходов сырьевых отраслей на развитие технологической базы
8	Возможность измерения	<p><i>поддающиеся измерению</i>: инновационный климат, конкурентоспособность продукции, уровень креативности, творческий потенциал сотрудников;</p> <p><i>не поддающиеся измерению</i>: философия инновационного менеджмента, перевод научных знаний в коммерчески привлекательные продукты, развитие инновационной деятельности в сфере некоммерческих организаций</p>
9	Источники возникновения	<ul style="list-style-type: none"> • <i>внешние</i>: законодательство, регулирующее инновационную деятельность; коррупция и политическое лобби в инновационной сфере, коммерциализация знаний, привлечение в состав Правительства РФ честных и умных специалистов; • <i>внутренние</i>: рационализаторство и изобретательство, партнерство с исследовательскими организациями и вузами; интеграция технологических и организационно-управленческих инноваций; система непрерывного и опережающего организационного обучения; формирование системы маркетинга инноваций; управление качеством, реструктуризация производства
10	Возможность влияния субъектов инновационной деятельности	<p><i>объективные</i>: экономические законы, действующие на рынке инноваций (законы синергии, получение прибыли, стоимости спроса и предложения, конкуренции и др.), интеллектуализация и социализация хозяйственной деятельности; инфляция квалификации в условиях ускорения НТП, неопределенность, ограничивающая возможности применения оптимизирующих методов управления;</p> <p><i>субъективные</i>: инновационная политика предприятия, поведение потребителей, структурные изменения производства</p>
11	Предмет инновационной активности	<p><i>факторы исследовательской активности</i>: налоговые льготы, численность творческих работников (креативного класса), лиц с высшим образованием и исследователей; затраты на НИОКР, ценности общества, толерантность, лобби иностранных конкурентов;</p> <p><i>факторы изобретательской активности</i>: мотивация труда изобретателей и рационализаторов, защита их авторских прав, создание условий их быта и плодотворной работы;</p> <p><i>факторы деловой активности</i>: стабильные конкурентные, информационные, инфраструктурные, инвестиционные факторы; кредитно-денежная, бюджетная, налоговая, энергетическая внешнеэкономическая политика государства в отношении инновационной деятельности предприятий</p>

Наиболее интересным моментом являются действия факторов последней группы, которые были подробно исследованы. Установлено, что повышению исследовательской активности наиболее всего препятствуют: снижение численности творческих работников (креативного класса), дефицит финансовых средств на НИОКР, отсутствие налоговых льгот, меркантильные ценности общества, лобби иностранных конкурентов. Изобретательскую активность сдерживают: неэффективная система мотивация труда изобретателей и рационализаторов, незащищенность их авторских прав, отсутствие условий для их плодотворной работы и быта. Тормозом деловой активности экономики являются: опережающий рост тарифов на газ и электроэнергию, отсутствие механизмов кредитования внутреннего производства, затягивание с изменением денежно-кредитной политики, невосприимчивость налоговой системы к инновациям, несоответствие внешнеэкономической деятельности задачам развития территории.

Таким образом, на основе полученных результатов для позитивного экономического развития территории необходимо:

- формирование этического коридора для участников «инновационного марафона» с по-

мощью применения социальных ограничений (рамочного порядка);

- развитие философии и культуры инновационной деятельности; установление этического вектора инновационной деятельности, направляющего ее результаты в общественной пользе;

- формирование инфраструктуры рынка инноваций;

- обеспечение благоприятного инвестиционного климата на рынке инноваций; необходимы «хорошо структурированный финансовый рынок», предполагающий широкий выбор финансовых продуктов для осуществления рискованных инвестиций, эффективная система принуждения и исполнения контактов», институт спонсорства инноваций;

- создание институтов для формирования креативной социальной группы населения и обеспечения условий их плодотворной деятельности;

- совершенствование законодательства в области мотивации труда изобретателей и рационализаторов и защиты их авторских прав; повышение лояльности налоговой системы к инновациям;

- формирование механизмов кредитования внутреннего производства.

Библиографический список

1. Концепция досрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. / Минэкономразвития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://deloros.ru/press/measures_9257.1705.2009.

2. Глазьев С. Стратегия и концепция социально-экономического развития России до 2020 года: экономический анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spkudymou.narod.ru/Glazev111.him/1705/2009>.

3. Львов Д. С. Социальная доктрина Российской Федерации (концептуальные принципы и направления реализации) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mironov.ru/public_coucils/35/htm#lvov/31/05/2009/

4. Официальный сайт Федеральной государственной службы статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/lgd/free/b01_19/IssWWW/exe/Stg.d000/dusha98-06.htm 17.05.2009/

E. V. Bashmachnikova*

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

ELEMENTS OF IMPLEMENTATION MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE REGION

Key words: activity, innovative activity, information activity, innovative activity factors.

The article features the classification of the main factors of innovative activity, required to work out the mechanism for regional innovative development.

УДК 332.1.001.7

П. В. Корчагин*

**Корчагин Павел Валентинович, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru*

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ПОЗИТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Ключевые слова: инновационные процессы, развитие территорий, социальное и интеллектуальное пространство.

Рассмотрены особенности формирования инновационного пространства для развития территории.

Возрастание роли инновационной проблематики в динамике территориального развития выявило ситуацию: только в современной России на одном полюсе сторонники сугубо практического взгляда, которые сводят успехи в этой области к политико-управленческим и финансово-экономическим действиям, на другом – те, кто предлагает более широкий взгляд на предмет, включая гуманитарно-социальное проектирование. Первый подход можно обозначить как «инвестиционно- административный» а второй «теоретико-проектный».

На наш взгляд, сторонники «инвестиционно-административного» подхода пытаются разобраться с обозначенными проблемами с помощью управленческих приемов, хорошо зарекомендовавших себя в развитых странах. Сторонники «теоретико- проектного» подхода стоят на менее оптимистических позициях. Они стремятся дистанцироваться от экономико-управленческой парадигмы в пользу подхода, учитывающего широкий спектр факторов, влияющих на развитие территории на основе формирования инновационного пространства. Этот подход включает уточнение предметного поля инноваций.

Анализ показывает, что все более отчетливо проявляется новая тенденция инновационной деятельности, вектор, который направлен в область ее инвестиционной составляющей, т. е. в область интенсивно интеллектуальной работы, рождающей креативные идеи, связывающие науку, производство, рынок. Такой поворот дел вызван не столько возрастанием науки, емкости производства и проблемами эффективного его управления, сколько потребностям интенсивно формируемого и все более прибыльного рынка знаний. В качестве особенностей этих процессов можно отметить междисциплинарно – коммуникативную среду развития, ориентированную на рынке знаний. В соответствии с теорией «дефектов рынка» знаний, сформулированной в

работе, рыночные механизмы не способны обеспечить эффективное распределение ресурсов, наталкивающиеся на проблему сопряжения инвенциональной (интеллектуальной) и практической (социальной) составляющей инновационной деятельности, выходящей за рамки видимого предметного поля инноватики.

В статье предлагается подход к осмыслению инновационных процессов для развития территории, основанный на анализе взаимодействия социальной действительности с полями другой природы, которые описываются по ходу изложения. Предполагается выход на более широкую предметную область, чем того требует привычная парадигма инновационного развития и применение несколько иных методов и языковых конструкций.

Перспективы формирования инновационного пространства для развития территории определяются именно фундаментальными и прикладными результатами по освоению предметного поля инноваций. Как показывает анализ, это поле невозможно описать в рамках узкого арсенала понятий, привычных для инноватики. Здесь требуется иной подход, в частности решающее значение имеет специфика научно-технического и культурного развития в XXI в. Такой подход в методологическом плане должен поддерживаться установкой на синтез предметов, знаний, методов, языков.

Всесторонний анализ позволил обозначить, на наш взгляд, некоторые особенности формирования инновационного пространства для развития территории:

1. Темпоральность инноваций, т. е. необходимость учитывать разные темы протекания процессов во взаимодействующих системах. Инновационная деятельность предусматривает координацию нескольких подсистем (наука и образование, производство, рынок), для каждой из них характерен свой метаболизм, отличающийся разными параметрами времени. Таким

образом, при проектировании инноваций требуется своя процедура «синхронизации часов».

2. Соотношение «социальное пространство – интеллектуальное пространство». Работа с инновационными технологиями нуждается в определенном обособлении «социального» и «интеллектуального» пространств. Это необходимо для понимания особенностей протекания процессов от инвенториальной фазы до рыночной реализации в жизненном цикле инновационного развития.

3. Механизмы формирования интеллектуального пространства. Переход к инновационному развитию лежит в реорганизации интеллектуального пространства. С одной стороны, требуется существование реформы образования и науки, где областями роста должны выступать университеты. С другой стороны, интеллектуальное пространство может раскрыть свой потенциал в направлении инновационного роста при условии изменений в сознании, где ведущее место должен занять инновационный сдвиг в мировоззрении ученых и преподавателей.

4. Проблема коммуникаций. В условиях предметного поля инноватики, «дефектов рынка знаний», в условиях постоянно меняющейся системы отношений возрастает роль коммуникаций как в плане обеспечения обмена информацией, процессов трансферта знаний, так и в организации наиболее эффективных форм инновационной деятельности ее управления (интеллектуальных сетей).

Обозначенные проблемы достаточно сложны, порождая серии вопросов, лежащих за рамками формирования инновационного пространства – практической сферы деятельности, направленной на разработку и внедрение инноваций. То есть речь идет о формировании предмета и, соответственно, поиска адекватных этому предмету методов исследования.

На схеме (рис. 1) стрелками выделены социально-экономические подсистемы разного уровня, обладающие определенными ресурсами, влияющие на развитие территории. Связующий их уровень (мезоуровень) представлен субъектом инновационной деятельности, обладающим интеллектуальными компетенциями (в активе).

Социальное пространство на рис. 1 может быть объединено посредством включения разных его компонентов в деятельность, направленную в сторону освоения инноваций. Под интеллектуальным пространством в этой схеме понимаются все те подсистемы территории (ученые, научные сообщества, институты, библиотеки, Интернет и т. д.), в которых производятся, хранятся и транслируются интеллектуальные продукты и знания. Замечаем, что имеет место существенная рассогласованность социального и интеллектуального пространств.

Пересечение социального и интеллектуального пространств означает развитие территорий и возможность формирования инновационного пространства.

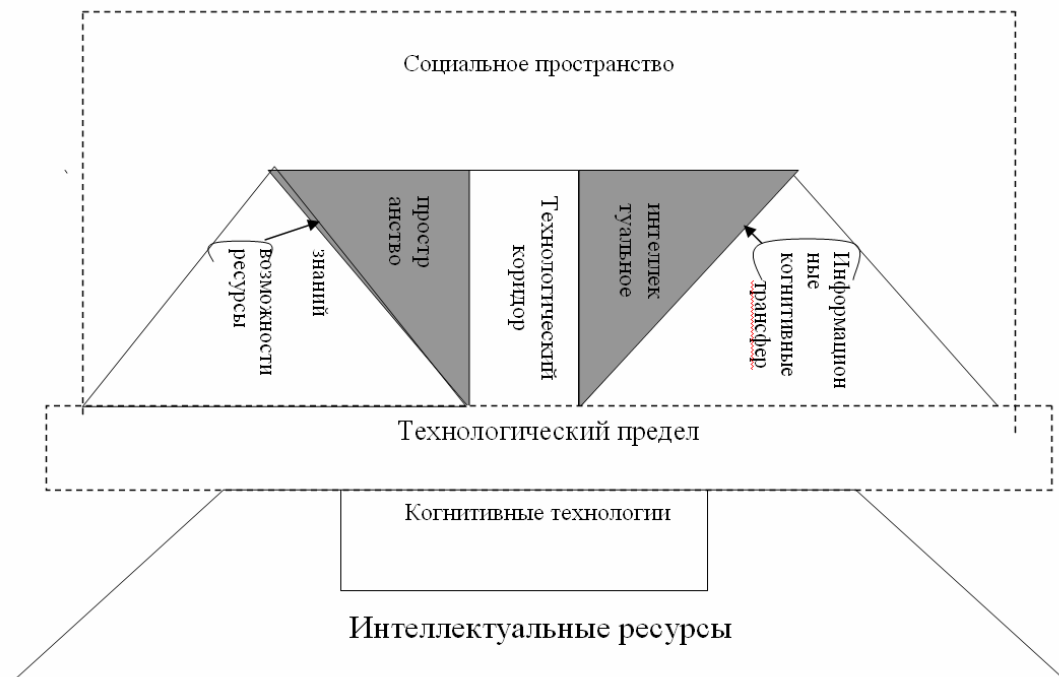


Рис. 1. Взаимодействие социального и интеллектуального пространства для формирования инновационного пространства

При рассмотрении модели, схематически изображенной на рис. 1, выявляется проблема соотношения социального и интеллектуального пространств, тесно связанная с недооценкой инновационной практикой ресурсных возможностей смысловой дихотомии «информация-знание». Из-за отсутствия соответствующих когнитивных инструментов такие возможности практически не используются для создания необходимых для развития социума новых смыслов как важнейших продуктов экономики знаний.

В мировой практике традиционной формой сближения интеллектуального и социального пространств в условиях догоняющего развития является концентрация инновационных процессов на ограниченном, специально выделенном для этой цели подпространстве. Китай (и ряд других государств) пошел по пути выделения особых территорий (особых экономических зон), отгороженных от остального сообщества колючей проволокой и обладающих максимально благоприятными условиями для инноваций. Россия во времена СССР также использовала этот прием, создавая закрытые города и Академгородки, которые в свое время с достаточно высокой эффективностью помогли осуществить технологический прорыв СССР. Сегодня потенциал этих территорий пыта-

ются реанимировать в рамках госкорпораций, отчасти это сохраняется в наукоградах.

Однако «особые зоны» могут рассматриваться только как временные меры, при которых все проблемы при достижении технологического потолка догоняющего развития воспроизводятся. Кардинальные действия должны быть иными. В целях инновационного развития требуется расширение в первую очередь интеллектуального пространства, чем обеспечивается «технологический коридор» продвижения инноваций (рис. 1).

В основе механизма расширения интеллектуального пространства лежит фундаментальный процесс взаимодействия информационных и знаковых потоков, определяющий конечный результат такого расширения. Если информационная масса в социуме успевает «выкристаллизовываться» в необходимые для инновационного прорыва знания, вышеуказанный механизм срабатывает. «Кристаллизация» обеспечивается за счет формирования так называемых «смысловых аттракторов», ядром которых являются инвенции (рис. 2). Конструирование подобных механизмов формирования новых смыслов, в которые упаковываются знания, лежит в основе постиндустриальной модернизации общества. Освоение подобных механизмов дает шанс вырваться из тупика «догоняющего развития».

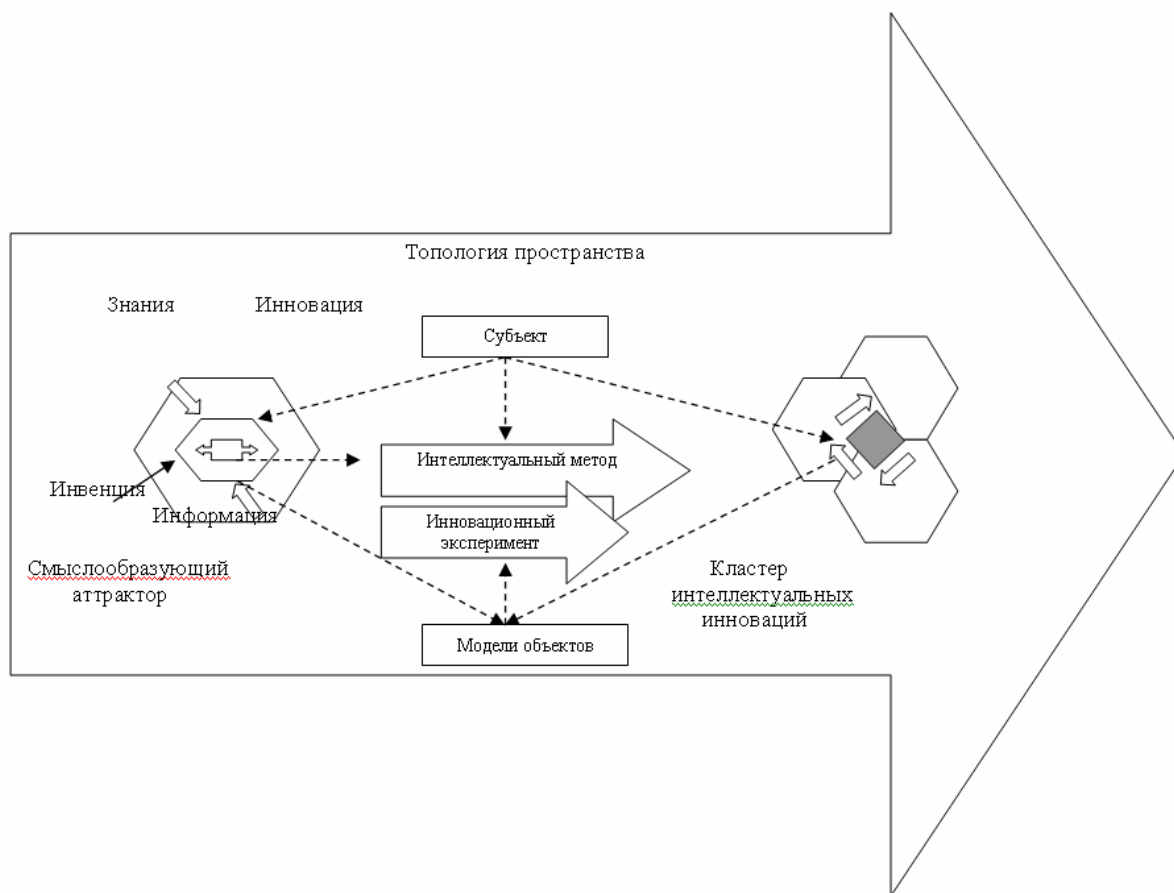


Рис. 2. Структурные элементы интеллектуального пространства

В основе конструирования инновационных проектов следует использовать не только новый язык, но оригинальные представления, позволяющие описывать ход согласования социального и интеллектуального пространств. Это должно описываться в моделях большим числом параметров, что ограничивается когнитивными возможностями субъекта. Возникает необходимость расширения его когнитивных и функциональных возможностей. В противном случае возникает «когнитивный тупик», обусловленный нарастанием информационных потоков, размывающих смысловые структурированные среды. Современную ситуацию можно охарактеризовать как гиперизбыток информации при недостатке знания.

Для стран «догоняющего типа» неспособность справиться с вышеуказанной проблемой «когнитивного тупика» в информационно-смысловой сфере (затрагивающей не только науку, но и культуру общества в це-

лом) означает принципиальную непреодолимость «технологического потолка» экономического развития по В. Г. Ясину.

Таким образом, решение обозначенной проблемы видится в проектной плоскости и должно заключаться в разработке когнитивных технологий проектирования новых, необходимых для модернизации смыслов. Такого рода деятельность должна затрагивать широкий спектр общественных отношений. Структурирование интеллектуального пространства, как правило, переопределяет смысловые акценты при реализации известных моделей инновационного развития. В частности, становятся убедительными преимущества управления инновациями с позиций событийно-деятельного подхода в сравнении с процессным подходом как в отношении организации инновационного развития, так и относительно механизмов формирования инновационной инфраструктуры территорий.

Библиографический список

1. Родионова Н. В. Взаимосвязи экономических и социальных показателей в системах управления предприятиями : монография. – СПб. : СПбГИЭУ, 2004.
2. Российский статистический ежегодник. 2008 : стат. сб. / Росстат. – М., 2008.

P. V. Korchagin*

**Korchagin Pavel, PhD in Technical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

CREATING INNOVATIVE SPACE FOR POSITIVE DEVELOPMENT OF THE AREA

Key words: innovative processes, regional development, social and intellectual space.

The article studies peculiarities of innovative space formation, needed for the development of the area.

© Корчагин П. В., 2011

РЕГИОНАЛЬНАЯ СФЕРА УСЛУГ: ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.465.2

Л. А. Абрамова*

**Абрамова Любовь Андреевна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

ДИАГНОСТИКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ В САМАРСКОМ РЕГИОНЕ

Ключевые слова: деловые услуги, структура рынка деловых услуг России, диагностика востребованности деловых услуг Самарского региона.

За последнее десятилетие экономические показатели России свидетельствуют об интенсивном росте экономики. Российский рынок деловых, профессиональных услуг открывает новые возможности как для российских, так и для иностранных компаний. Автором представлены результаты исследования востребованности деловых услуг в Самарском регионе.

Современная деловая Россия – это сложный и динамичный рынок. Ее коммерческая, экономическая и законодательная среда заметно улучшились, одновременно открывая возможности для последующего развития. По этой причине существует насущная потребность в проверенных мировым опытом консультационных и высококачественных деловых, профессиональных услугах.

В последние годы мировая торговля услугами делового характера в совокупной международной торговле составляет 35%, а от стоимости торговли материальными товарами производственного назначения – 45%. Структура рынка деловых услуг отражает специализацию экономики того или иного государства.

Рынок делового сервиса обладает особой спецификой:

- специфика рынка деловых услуг состоит в его большей сегментации, чем рынок товаров производственного назначения;

- более тесная привязанность производителей деловых услуг к определенной группе потребителей;

- большая капиталоемкость, более высокие темпы расширения спроса, существование большего количества неосвоенных рыночных ниш;

- повышенная и более агрессивная конкуренция продуцентов по сравнению с рынком материальных товаров.

При анализе состояния рынка деловых услуг необходимо акцентировать внимание на том, что его развитие идет очень быстрыми темпами по объемам производства и продаж. Типологическая и ассортиментная структура рынка деловых услуг очень разнообразна и многогранна, их можно классифицировать по различным признакам. Остановимся подробнее на деловых услугах интеллектуального характера.

В соответствии с исследованиями рейтингового агентства «Эксперт РА», рынок деловых интеллектуальных услуг России имеет следующую структуру (табл. 1).

Таблица 1

Структура рынка деловых интеллектуальных услуг России

Направление делового сервиса	Доля в общем объеме, %
Информационные технологии	43,6
Юридический консалтинг и аудит	18,3
Стратегическое планирование	14,0
Оптимизация налогообложения	8,5
Финансовый консалтинг	8,4
HR консалтинг	2,2
PR и маркетинг	1,2
Другие	3,8

В недавнем прошлом основными заказчиками деловых услуг были крупные промышленные компании нефтяной, химической отраслей, а также компании – производители товаров народного потребления. Сейчас тенденции на рынке поменялись. Все чаще за консультациями стали обращаться компании, представляющие средний бизнес. Такая тенденция послужила росту количества компаний, работающих на рынке профессиональных услуг.

Предприятия развивают деловую и информационную инфраструктуру, объединяя существующие информационные системы в единую глобальную сеть, которая охватывает все сферы бизнеса. Решение таких проблем в рамках реорганизации бизнес-процессов и технологических реформ является делом профессиональных международных консультантов.

Каждое предприятие в процессе своей деятельности на разных этапах развития и в разных ситуациях нуждается в получении тех или иных деловых услуг, предоставляемых сторонними организациями, степень востребованности которых зависит от целого ряда факторов, прежде всего от характера самих услуг. Деловые услуги могут обслуживать как текущую деятельность предприятия, и потребность в них будет достаточно стабильной, так и проблем-

ные ситуации, которые периодически возникают на предприятиях. Кроме того, степень востребованности данного вида услуг зависит от внутренних характеристик предприятия, таких как финансовое положение, наличие собственных профильных специалистов, положение на рынке и т. д.

Малый и средний бизнес, безусловно, нуждается в деловых услугах и является активным потребителем этого рынка, однако уровень спроса на разные услуги в разных группах предприятий имеет свои особенности.

Студентами 5-го курса специальности «Маркетинг» Поволжского государственного университета сервиса под руководством ассистента кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность» Абрамовой Л. А. было проведено исследование востребованности деловых интеллектуальных услуг предприятиями Самарского региона. Руководителям предприятий было предложено заполнить анкеты, последующий анализ которых позволил выявить наиболее и наименее востребованные группы деловых интеллектуальных услуг.

Также респонденты оценивали частоту использования 20 видов консалтинговых услуг, которые условно можно объединить в несколько групп (табл. 2).

Таблица 2

**Данные о степени востребованности деловых интеллектуальных услуг
в Самарском регионе, %**

	Постоянно	Достаточно часто	Иногда	Никогда	Трудно сказать
Юридическое, нормативно-правовое консультирование					
Консультации по юридическим вопросам	17,5	28,3	14,2	33,2	6,7
Регистрация и перерегистрация предприятий	3,3	-	7,5	82,5	6,7
Ликвидация предприятий	-	-	3,3	90,0	6,7
Защита интеллектуальной собственности	-	-	-	90,0	10,0
Лицензирование видов деятельности	3,3	6,7	48,3	35,0	6,7
Финансовое консультирование					
Бухгалтерское обслуживание и аудит	43,3	7,5	31,7	10,8	6,7
Консультации по финансовым вопросам	12,5	33,3	35,0	10,0	9,2
Бизнес-планирование	16,7	-	26,7	45,0	11,7
Лизинг оборудования	2,5	30,0	9,2	50,8	7,5
Управленческое консультирование					
Консультации по вопросам управления	15,0	4,2	52,5	13,3	15,0
Маркетинг и рекламные услуги	52,5	30,8	15,8	4,2	6,7
Поиск и подбор партнеров	12,5	24,2	9,2	44,2	10,0
Информационные услуги					
Информационные технологии, доступ в Интернет	9,2	53,3	2,5	28,3	6,7

	Постоянно	Достаточно часто	Иногда	Никогда	Трудно сказать
Предоставление информации, баз данных	35,8	3,3	13,3	13,3	34,2
Консалтинг в области управления персоналом					
Услуги в области подбора и управления персоналом	12,5	-	15,8	65,0	6,7
Обучение персонала	-	50,8	17,5	25,0	6,7
Консалтинг по вопросам качества					
Управление качеством	23,3	-	35,0	35,0	6,7
Сертификация продукции, работ, услуг	5,8	5,8	7,5	74,2	6,7
Консалтинг в сфере недвижимости					
Оценочная деятельность	-	-	34,2	50,8	15,0
Услуги по управлению недвижимостью	-	-	5,8	79,2	15,0

В группе «юридическое, нормативно-правовое консультирование» наибольшим спросом пользуются следующие виды услуг: консультации по юридическим вопросам, и лицензирование (60 и 58,3% соответственно). Такие услуги, как регистрация и ликвидация предприятий, можно отнести к числу слабо востребованных услуг (ими пользуются 10,8 и 3,3% опрошенных предприятий). Особое внимание следует обратить на то обстоятельство, что малые и средние предприятия Самарской области не нуждаются в настоящее время в услугах по защите интеллектуальной собственности – этим видом услуг не пользуется ни один субъект их числа опрошенных.

В группе «финансовый консалтинг» лидерство принадлежит бухгалтерскому обслуживанию и аудиту (82,5%). Также предприятия активно прибегают к консультациям по финансовым вопросам (80,8%). Бизнес-планирование и лизинг оборудования можно считать менее востребованными услугами (43,3 и 41,5%, соответственно).

В группе «управленческий консалтинг» первенство принадлежит такому виду услуг, как «маркетинг и рекламные услуги» (89,1%), а также консультациям по вопросам организации управления (71,7%).

В группы «консалтинг в области управления персоналом» и «консалтинг по вопросам качества» входят по два вида услуг. Один из них пользуется высоким спросом. Это обучение персонала (68,3%), а также управление качеством (58,3%). К числу менее востребованных следует отнести в первой группе услуги в области подбора и управления имеющимся персоналом (28,3%), во второй – услуги по сертификации (19,1% опрошенных предприятий).

Таким образом, если оценивать спрос на услуги в разрезе выделенных групп, то консалтинг в сфере недвижимости следует рассматривать как менее распространенный вид услуг в сфере малого и среднего бизнеса Самарской области. Во все другие группы входят услуги, имеющие, по оценкам респондентов, разный уровень спроса со стороны их предприятий, в том числе и высокий спрос, поэтому весь спектр услуг целесообразно структурировать в соответствии с востребованностью в секторе малого и среднего бизнеса.

По признаку востребованности все рассмотренные услуги можно разделить на три группы: пользующиеся высоким, средним и низким спросом.

В группу «высокий спрос» входят услуги, которыми пользуются более 60% опрошенных предприятий (рис. 1). Это 7 видов различных по своему содержанию услуг, охватывающих все основные направления деятельности предприятий. Наиболее востребованными являются: маркетинг и рекламные услуги (89,1%), бухгалтерское обслуживание и аудит (82,5%), а также консультации по финансовым вопросам (80,8%). Замыкают эту группу консультации по юридическим вопросам (60,0%).

Кроме общей востребованности услуг, входящих в данную группу, следует обратить внимание на интенсивность их использования. Оценивая частоту использования тех или иных деловых услуг, респонденты пользовались шкалой, имеющей позиции «постоянно», «достаточно часто» и «иногда». Если совокупность всех трех оценок указывает на использование услуги вообще, то две первые – на относительное постоянство, интенсивность ее использования.

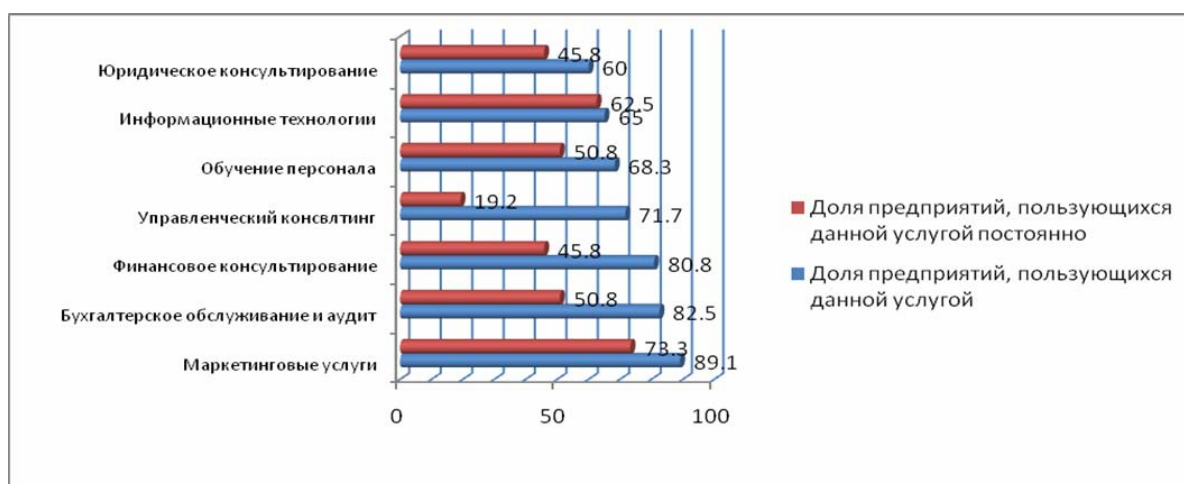


Рис. 1. Деловые услуги, пользующиеся высоким спросом, % от числа опрошенных

На рис. 1 наглядно представлено, что рейтинги востребованности услуги в целом и «постоянной» востребованности не всегда совпадают. Более постоянно используемыми услугами являются маркетинговые услуги, информационные технологии, а также бухгалтерское обслуживание и аудит, обучение персонала.

Важным фактором, влияющим на использование деловых услуг, является отраслевая принадлежность предприятий (табл. 3). Более равномерным спросом пользуются маркетинговые и рекламные услуги. Уровень спроса на эти услуги близок к средним значениям почти во всех

отраслях. По другим видам услуг, вошедшим в данную группу, существует явная отраслевая дифференциация, проявляющаяся в значительном отклонении уровня их использования от средних показателей у предприятий разных отраслей.

Наиболее активными пользователями основных деловых услуг являются предприятия промышленности, строительства, сферы услуг.

Малые и средние предприятия, относящиеся к розничной и оптовой торговле, отраслям рыночной инфраструктуры, в меньшей степени используют указанные деловые услуги, предоставляемые сторонними организациями.

Таблица 3

Степень использования деловых услуг, имеющих высокий спрос, предприятиями разных отраслей, %

	Информационные технологии		Бухгалтерское обслуживание и аудит		Маркетинговые услуги		Юридическое консультирование		Обучение персонала	
	А	В	А	В	А	В	А	В	А	В
1. Промышленность	77,2	72,7	90,9	59,1	91,0	77,3	68,2	50,0	81,7	59,1
2. Транспорт и связь	83,3	83,3	100,0	83,3	100,0	100,0	33,4	33,4	83,3	83,3
3. Строительство	59,1	59,1	86,4	50,0	95,5	77,3	63,6	50,0	77,2	54,5
4. Розничная торговля и общественное питание	62,7	57,4	68,4	42,1	89,5	57,9	52,6	36,8	57,9	42,1
5. Оптовая торговля и МТС	53,3	53,3	77,3	40,0	80,0	60,0	79,3	53,3	53,4	26,7
6. Отрасли рыночной инфраструктуры	60,0	60,0	80,0	60,0	80,0	80,0	60,0	40,0	60,0	40,0
7. Отрасли сферы услуг	69,2	69,2	92,4	46,2	92,4	92,4	61,6	61,6	61,5	61,5
8. Наука и научное обслуживание	50,0	50,0	50,0	50,0	100,0	50,0	-	-	50,0	50,0
В среднем	65,0	62,5	82,5	50,8	89,1	73,3	60,0	45,8	68,3	50,8

А – доля предприятий, пользующихся услугой; В – доля предприятий, пользующихся услугой постоянно.

Во вторую группу «деловые услуги со средним спросом» были включены 7 видов услуг, которыми пользуются от 30 до 60% опрошенных предприятий (рис. 2). Лидируют «управление качеством» и «лицензирование видов дея-

тельности». Замыкают эту группу услуги по оценочной деятельности, ими пользуются 34,2% опрошенных предприятий. По интенсивности использования деловые услуги данной группы значительно уступают первой.

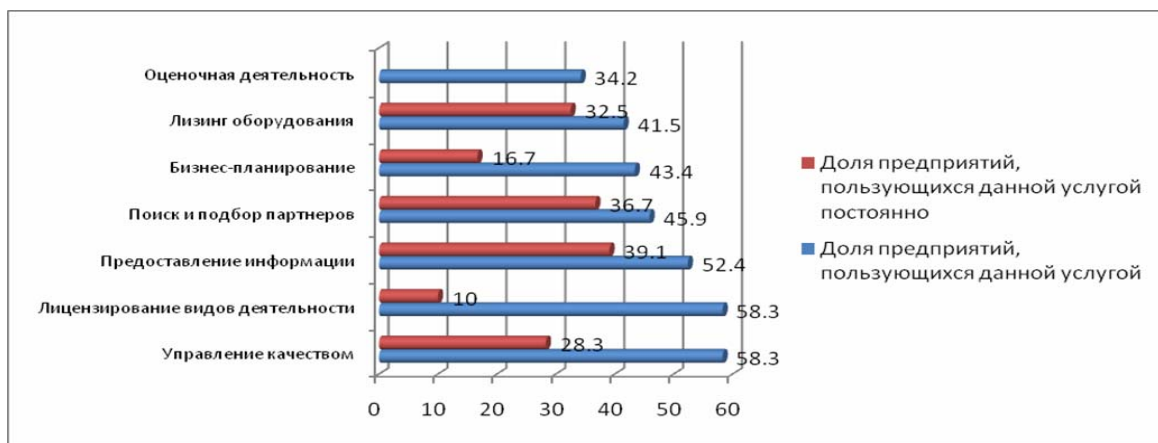


Рис. 2. Деловые услуги «со средним спросом», % от числа опрошенных

Группа «деловые услуги низкого спроса» – это 5 видов услуг, к которым прибегают до 30% опрошенных.

Самой маловостребованной услугой явилась «ликвидация предприятия» (3,3%), так как далеко не каждый день предприятия нуждаются в услуге данного рода. Эта же причина может обуславливать слабую востребованность услуг по регистрации предприятий (10,8%), хотя в других регионах она имеет достаточно высокий спрос. Слабая потребность наблюдается в услугах по управлению недвижимостью (5,8%) и услугах по сертификации продукции (19,1%).

Как уже указывалось, услуги по защите интеллектуальной собственности не имеют в Самарской области постоянного спроса со стороны малых и средних предприятий, по крайней

мере, так показали результаты проведенного опроса.

Таким образом, анализ представленной выше информации позволяет сделать вывод о достаточно высоком спросе на деловые услуги со стороны малых и средних предприятий Самарской области. Наиболее активными пользователями основных деловых услуг (бухгалтерское обслуживание, обучение, информационные технологии, юридические консультации) являются предприятия промышленности, строительства, сферы услуг и транспорта. По маркетинговым услугам, занявшим первое место по востребованности, отмечен достаточно высокий уровень спроса со стороны предприятий всех отраслей.

Библиографический список

1. Башмачникова Е. Профессиональные консультанты: классификация и функции // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 8.
2. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Теоретические аспекты развития регионального сегмента отрасли профессиональных услуг // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 3.
3. Кулапина Г. М., Чапурина Е. В. Учебно-методическое пособие по курсу «Управление предприятием сферы услуг». – Тольятти : Волжский университет им. В. Н. Татищева, 2006. – 90 с.
4. Сфера услуг: новая концепция развития / В. М. Рутгайзер, Т. И. Корягина, Т. И. Арбузова и др. – М. : Экономика, 1990.
5. Предводителяева М. Д., Балаева О. Н. Основные тенденции развития российской сферы услуг // Маркетинг услуг. – 2008. – № 4.

L. A. Abramova*

**Abramova Lubov, Assistant of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

STUDIES OF DEMAND FOR BUSINESS SERVICES IN SAMARA REGION

Key words: business services, structure of business services market in Russia, studies of demand for business services in Samara region.

Over the last decade, Russia's economic performance proves its intensive economic growth. The Russian market of business and professional services opens up new possibilities for Russian and foreign companies. The author presents the research results of demand for business services in Samara region.

© Абрамова Л. А., 2011

УДК 338.486.2

А. Р. Давыдович*

**Давыдович Анна Рудольфовна, кандидат экономических наук, доцент
Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, г. Сочи
davyanna@yandex.ru*

ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ СИСТЕМ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ключевые слова: социальная политика государства, социальное питание, коммерческие предприятия питания, организованные коллективы, комбинат коллективного питания.

Рассмотрена проблема формирования социально ориентированной системы питания в РФ. Дано определение «социальное питание», обозначены основные направления, цель и задачи социального питания. Приведены официальные статистические данные, характеризующие потенциальный объем торгового оборота товаров и услуг социального питания. Предложены основные этапы проекта по созданию системы социального питания и единой системы товаропроводящей инфраструктуры в виде комбинатов коллективного питания.

Рыночная экономика выдвигает перед государством в лице органов регионального управления целый ряд проблем. Одной из них является проблема привлечения предприятий различных отраслей к решению задач социальной политики. Эта весьма неоднозначная по возможным способам решения проблема остро встает и перед такой отраслью, как общественное питание, а именно социальное питание.

Основная задача социального питания – производство безопасных и качественных пищевых продуктов для обеспечения питанием организованных коллективов, в том числе в учреждениях образования, здравоохранения, социальной защиты, в воинских частях и иных бюджетных организациях, а также на предприятиях (организациях) любых форм собственности. По своим основным показателям (специфике продукции, производственным технологиям и кругу потребителей) производство пищевых продуктов и оказание услуг для обеспечения социальным питанием организованных коллективов можно классифицировать как специализированную отрасль экономики.

Социальное питание – это форма организации коллективного питания групп населения по официально утвержденным рациональным нормам потребления за счет или с участием бюджетов всех уровней непосредственно в государственных (муниципальных) учреждениях (организациях).

Существует шесть основных направлений социального питания: питание в образовательных учреждениях (включая дошкольное, школьное, среднее, высшее); корпоративное питание (питание на промышленных предприятиях); питание в армии; питание в медицин-

ских, санаторно-курортных и социальных учреждениях и питание на транспорте.

Перечисленные виды социального питания объединяет одна приоритетная национальная задача: повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения и создание системы социального коллективного питания [1].

Таким образом, целью социального питания является предоставление качественных услуг питания самым незащищенным слоям населения, для которых эта услуга более чем актуальна и, как правило, безальтернативна. Так как большинство групп данного сегмента не в состоянии пользоваться услугами питания коммерческих предприятий питания. Это огромная социальная нагрузка как на собственно предприятия питания, так и на все задействованные в этом процессе структуры.

В условиях применявшейся в директивной экономике модели социальной политики общественное питание было жестко встроено в систему мероприятий, направленных на достижения социального равенства между различными слоями и группами населения. Это предопределило организационные особенности деятельности предприятий общественного питания, привлекавшихся к решению определенных социальных задач, специфику их хозяйственного механизма, целевые показатели эффективности работы и качества оказываемых услуг.

В настоящее время переработка пищевых продуктов и приготовление блюд для обеспечения социальным питанием организованных коллективов представляет крупный и социально важный сектор экономики, в состав которого

го входит свыше 200 тысяч предприятий, в которых занято более 4,5 млн работников [1]. Общая численность населения, входящего в организованные коллективы – потребители пищевых продуктов, – достаточно стабильна и оценивается в размере 68-69 млн человек, в том числе более 5,8 млн человек из малообеспеченных семей. Потенциальный объем торгового оборота товаров и услуг для социального питания организованных коллективов (при 100% охвате) составляет 910 млрд рублей в год при потреблении порядка 17,7 млн тонн сельскохозяйственного сырья [1].

По данным Росстата, в 2010 году общая потребность в строительстве и реконструкции промышленных объектов системы социального питания в Российской Федерации составляет более 2500 единиц. Из них: промышленно-логистические центры – порядка 500, базовые столовые – более 1000, столовые со специализированными цехами – 1000–1100. Кроме того, из общего количества объектов строительства и реконструкции системы коллективного (социального и корпоративного) питания более 80% (свыше 2000) составят основу районных производственно-логистических центров для обеспечения пищевыми продуктами и полуфабрикатами поселков городского (с населением до 3000 человек) и сельского типа [1].

Вместе с тем существующие коммерческие предприятия питания практически не в состоянии обеспечить все направления системы социального питания качественными услугами. Это происходит по разным причинам: чаще всего это несоответствие услуг требованиям Роспотребнадзора, в том числе из-за низкого качества исходного сырья, недостаточного профессионального уровня производственного персонала и нарушений им правил личной гигиены – и, как следствие, участвовавшие случаи пищевых отравлений по всей стране.

Во-вторых, даже в случае предоставления услуг общественного питания на льготной основе данные предприятия сталкиваются с низкой платежеспособностью обслуживаемых групп населения, что не дает возможности наладить приготовление высококачественных блюд, соответствующих вкусам и научно обоснованным диетам.

В-третьих, прошедший в отрасли процесс приватизации затронул и предприятия, функционирующие в высших и средних учебных заведениях. Приватизированные предприятия весьма сложно встраивались в нынешнюю систему взаимоотношений с администрацией организаций и учреждений социальной сферы, часто весьма негативно относящейся к тоталь-

ной коммерциализации предприятий общественного питания.

В-четвертых, вышеперечисленные факторы обусловили низкую инвестиционную активность предприятий отрасли, решающих конкретные задачи социальной политики. Это, в свою очередь, привело к физическому и моральному износу их материально-технической базы, резко диссонирующей с коммерческими структурами, такими как рестораны, бары и т. п. И наконец, отсутствие современных технологов и методистов, способных предложить современные формы предоставления услуги и нежелание многих руководителей что-то менять.

Именно поэтому последние годы на федеральном и региональных уровнях приходит понимание целостного и серьезного подхода к созданию и развитию социально ориентированных систем общественного питания, способствующих решению задач социальной политики государства, и формирование механизмов управления данными системами. А когда данное понимание будет подкреплено финансированием в рамках национальных проектов или крупными целевыми инвестициями, то реализация этих проектов станет «делом техники». Общеизвестно, что «техника» воплощения любого, даже самого прогнозируемого и хорошо финансируемого проекта в жизнь должна быть структурированной в последовательности шагов. Поэтому автор предлагает следующие этапы реализации проекта по созданию системы социального питания:

1. Создание механизма социальных гарантий государства (для социального питания) и обязательств руководителей предприятий (для корпоративного питания).

2. Разработка и нормативное закрепление рациональных норм потребления.

3. Консолидация заказов на ведомственном и региональном уровнях.

4. Совершенствование механизма закупок для возможности прямых поставок от отечественных сельхозпроизводителей.

5. Формирование современной индустрии питания.

6. Переоснащение пищеблоков бюджетных учреждений.

7. Подготовка и повышение квалификации кадров.

Кроме того, необходимо создание единой системы товаропроводящей инфраструктуры, производства и поставок рационов питания потребителям в организованных коллективах («от поля до стола») в виде комбинатов коллективного питания. Развитие комбинатов коллективного питания позволит применить промышлен-

ные способы производства социального питания, обеспечить его гарантированное качество, исключить необоснованные посреднические звенья и эффективно расходовать бюджетные средства.

Таким образом, реализация этапов проекта по созданию системы социального питания и комбинатов коллективного питания будет в

наибольшей степени способствовать решению задач социальной политики государства, повышению эффективности работы коммерческих предприятий питания, сельхозпроизводителей и выработке рациональных управленческих решений в рамках реализации программ социальной политики.

Библиографический список

1. Анализ, тенденции, прогноз. Министерство сельского хозяйства РФ // [www.mcsx.ru / documents](http://www.mcsx.ru/documents)
 2. Россия в цифрах : стат. сб. / Росстат. – М., 2010.
 3. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации от 30.01.2010 № 120 // special.kremlin.ru
-

A. R. Davidovich*

**Davidovich Anna, PhD in Economics, Associate Professor of Sochi State University of Tourism and Recreation, Sochi*
davyanna@yandex.ru

FEATURES AND TRENDS OF SOCIAL ORIENTED CATERING SYSTEMS

Key words: State social policy, social catering, commercial catering companies, organized groups, catering complex.

The article considers the problem of forming socially oriented catering system in Russia. The author provides the definition of «social catering» and outlines its main components, purpose and objectives. The work features the official statistics, characterizing potential volume of trade turnover of social catering goods and services. The author suggests basic stages of the project to establish the system of social catering and the unified system of distribution infrastructure in the form of catering complexes.

© Давыдович А. Р., 2011

УДК 336.717.06

А. С. Гончарук***Гончарук Александр Сергеевич, ассистент**Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса, г. Шахты*

Goncharuk_gas@mail.ru

СТРУКТУРА УСЛУГ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: структура услуг, статистика, потребление, производственные отношения, прибыль, финансовый рынок, коммерческий банк.

Проводится исследование структуры услуг российского рынка, проблем и перспектив развития российского рынка услуг, а также недостатков статистического учета различных количественных показателей на государственном уровне и их влияние на развитие рынка услуг.

Услуга как специфическая деятельность домашних хозяйств, бизнеса и государства удовлетворяет потребности такого рода, которые не могут быть удовлетворены товарами в их традиционной форме. В то же время сам процесс производства и обмена товарами и доведение их до конечного потребителя генерирует экономическую необходимость генезиса и развития услуг, обеспечивающих в конечном счете повышение полезности и качества товарной массы как в сфере производства и обмена, так и в потреблении. По мере экспансии экономической науки за пределы товарного производства в ней наблюдаются существенные изменения, трансформационные преобразования. Объектом познания внутренних причинно-следственных связей становятся не только традиционные взаимосвязи, которые имманентны стадиям производства и потребления товарной массы, но и тем связям, которые генерируют условия самого производства и воспроизводства. Тенденции развития экономики осуществляются в таком направлении, которые ее преобразуют из экономики товаров в экономику услуг. В науке этот процесс трансформационных преобразований назван «тихой революцией». Это хотя и тихая, но все же революция, а потому происходят изменения в экономическом развитии базисного характера, обуславливающие повышение степени институционализации экономических процессов и повышение степени взаимодействия услуг на конечные результаты деятельности.

Известно, что в развитых странах рост сферы услуг привел к структурным изменениям в таком обобщающем показателе, как ВВП. Сфера услуг в его создании достигает 70 процентов, в Российской Федерации она уже превышает 50-процентный рубеж. Научно-технический прогресс, информатизация экономики, ее институционализация и трансформа-

ция в экономику знаний усиливают тенденции в развитии сферы услуг и превышают темпы развития других экономических формирований и процессов, относящихся к традиционной экономике, экономике ценностей. Выбор потребителя в этих условиях перемещается из выбора товаров в сферу удовлетворения потребностей услугами и их финансового обеспечения.

Учитывая характер деятельности исполнителя-услугодателя, а также согласованный сторонами результат такой деятельности, обязательства об оказании услуг можно подразделить на:

- услуги нематериальные (исполнение песни, музыкального произведения, чтение литературного произведения, медицинская помощь и т. п.);
- услуги материальные (ремонт бытовой техники, индивидуальный пошив одежды и т. п.).

Данная классификация имеет практическую значимость, поскольку настоящий период характеризуется устойчивой тенденцией диверсификации услуг во всех областях деятельности человека, трансформируясь в зависимости от целей их оказания, а также согласованного результата в материальные или нематериальные. В свою очередь, материальные услуги в зависимости от содержания можно подразделить на:

- услуги денежно-кредитного характера (заем и кредит, факторинг, банковский счет, банковский вклад, а также безналичные расчеты, страхование);
- услуги фактического характера (перевозка, хранение, возмездное оказание иных услуг);
- услуги юридического характера (поручение, комиссия и т. п.);
- комплексные услуги - как фактического, так и юридического характера (транспортная экспедиция, агентирование, доверительное управление имуществом).

Каждый из представленных видов услуг имеет реальное практическое значение. Так, без

использования финансовых услуг невозможно развитие производства, добывающей промышленности, транспорта, торговли, науки, здравоохранения, системы социального обеспечения. Услуги нематериального характера также имеют тенденции к расширению своего спектра. Более того, деятельность по оказанию услуг осуществляется уже в макроэкономических масштабах, удовлетворяемых, например, с помощью Интернета [1].

Развитие рынка услуг, проникающего во все области деятельности человека, позволяет сказать, что настоящий период развития общества характеризуется фундаментальным прогрессом, повлекшим разделение и трансформацию услуг, в результате которого возник широкий спектр видов услуг. Так, по форме потребления услуги разделяются на индивидуальные (персональные уроки) и массовые (концерты, транспорт).

С точки зрения потребителя услуги разделяются на: платные (оплачиваемые потребителем) и бесплатные (оказываемые, например, за счет бюджетных средств). С развитием товарного производства услуги приобретают форму товара и становятся объектом производства. Как товар услуга обладает потребительной стоимостью (полезным эффектом живого труда) и экономической стоимостью (воплощенным в услугу общественно необходимым трудом). С экономической точки зрения это означает, что сфера услуг сама воспроизводит фонд своего существования и развития, а труд, затраченный на ее оказание, является источником доходов. Иными словами, труд, создающий услугу, является трудом производительным, если он, с одной стороны, обладает полезным эффектом, позволяющим ему участвовать в воспроизводстве прежде всего личного фактора, а с другой – явля-

ется источником прибыли и, следовательно, участвует в производственных отношениях. В структуре общественного разделения труда сфера услуг относится к «третичному» сектору, уступая место промышленности и экономике. Доля сферы услуг в системе общественного производства является своего рода показателем уровня экономического развития страны.

С учетом изложенного вопрос о разграничении эффективной, результативной работы и результата, получаемого от услуги, и на сегодняшний день не утратил своей актуальности, несмотря на, казалось бы, достаточно устойчивую позицию законодателя отделять работу от услуги по критерию предоставления о вещественного результата: подрядчик – лицо, выполняющее работу, – обязан не только осуществить предусмотренную соглашением сторон деятельность, но и сдать заказчику материальный результат. В то время как исполнитель услуг выполняет только определенную деятельность и не обязан предоставлять какой-либо вещественный результат [1].

Количественные характеристики и динамика развития услуг в соответствии с законами диалектики, модернизма и постмодернизма ведут к качественным изменениям в самих услугах, что прослеживается и в изменении их структуры. Вместе с тем структура услуг не стала предметом пристального внимания экономистов и поэтому и в настоящее время тяготеет к традиционной их классификации исходя из отраслевой направленности. Примером такого традиционного подхода является структурирование услуг на статистическом уровне. В статистической информационной базе содержится количественная определенность услуг исходя из их функциональной направленности.

Таблица 1

Объем платных услуг населению [2]

	Сентябрь 2010 г.				Январь-сентябрь 2010 г. в % к январю-сентябрю 2009 г.
	в % к				
	млрд рублей	сентябрю 2009 г.	августу 2010 г.	Итогу	
Платные услуги, в том числе:	413,2	102,5	101,4	100	101,1
бытовые	41,6	100,9	100,2	10,1	100,8
транспортные	91,1	108,1	100,1	22,0	100,7
связи	79,7	103,2	99,4	19,3	104,6
жилищные	22,7	103,1	102,2	5,5	103,7
услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	10,8	102,3	105,2	2,6	101,8
коммунальные	73,6	103,6	101,0	17,8	102,6
культуры	6,5	92,9	108,8	1,6	94,0
туристские	8,2	106,4	82,7	2,0	110,1
физической культуры и спорта	2,0	88,1	108,9	0,5	99,8
медицинские	20,1	102,4	107,2	4,9	101,0

Продолжение табл. 1

	Сентябрь 2010 г.				Январь-сентябрь 2010 г. в % к январю- сентябрю 2009 г.
	в % к				
	млрд рублей	сентябрю 2009 г.	августу 2010 г.	Итогу	
санаторно-оздоровительные	5,4	99,7	75,0	1,3	95,4
ветеринарные	0,7	94,4	105,0	0,2	96,9
системы образования	30,4	97,3	122,1	7,3	99,5
прочие виды платных услуг	20,4	...*	...*	4,9	...*

*Не рассчитывается индекс цен.

Из данных табл. 1 следует, что структурирование услуг и их статистическое отражение на государственном уровне носит достаточно консервативный характер и не представляет собой целостную картину развития и проникновения услуг во все сферы товарного производства. Такой статистический учет не позволяет выявить динамику количественного и качественного развития услуг, не дает возможности провести полный анализ различных отраслей экономики. Обращает на себя даже название данной таблицы, которая представлена в статистическом сборнике Службы государственной статистики РФ, где учитываются платные услуги населению. Институциональные, финансовые, факторные и нефакторные услуги структурам, бизнесу, организациям и учреждениям в настоящее время не подлежат статистическому учету. Все это свидетельствует о низкой степени информационной обеспеченности в научной разработке структуры услуг.

С другой стороны, можно констатировать, что исследование структуры услуг не достигло той степени аргументации, которая привела бы к изменению их учета. Содержащаяся в статистике информационная база услуг не является полной еще по той причине, что нет четкого научного обоснования отнесения конкретной деятельности, конкретного процесса к услуге.

Идеология услуг расширяет значимость собственной институциональности. Она предопределяет культурную диффузию, благодаря которой формируются культура производства, культура потребления и обслуживания, а также многих других составляющих воспроизводственного цикла, относящихся к материальным и нематериальным, факторным и нефакторным, информационным, институциональным, финансовым и банковским. Поэтому качественные признаки идеологии услуг требуют не только их структурного анализа, но и раскрытия компонентов, обусловленных целями и противоречиями их создания, а также динамики развития.

В экономической литературе понятию «структура услуг» практически не уделяется внимание. Степень его разработанности не дос-

тигла даже стадии определения как самостоятельной экономической категории, что не способствует научному познанию услуги как взаимодействия и взаимообусловленности внутренних связей ее структурных элементов.

Известно, что под структурой (от лат. *structura* – «строение») понимают способ организации элементов и характер связи между ними. При этом часто существенна не сама природа элементов, а совокупность отношений между ними [3]. Она есть «упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие всей системы как единого целого» [4].

Следовательно, в научной трактовке понятия «структура» выражается не только отношения частного, элементного восприятия явления и процесса, а целостной комплексной определенности ее природы. Поэтому структурная характеристика услуг позволяет познать как конкретное, частное явление, трансформирующая ее в единое целое. Следовательно, с позиции методологии познания услуги важное значение, если не определяющее, имеет их структура, обеспечивающая их функционирование на системной, взаимообусловленной и целостной основе.

Исходя из данного методологического подхода под «структурой услуг» следует понимать взаимосвязь отраслей экономики, предоставляющих услуги населению, или отдельных видов услуг, объединенных по определенным общим характеристикам (платные и бесплатные услуги, материальные, духовные, массовые, финансовые услуги и т. д.), представляющая собой конкретную сферу экономической деятельности, обеспечивающую ее единство и системный характер.

Научный подход к познанию взаимосвязанных элементов структуры услуг позволяет проводить анализ ее элементов и на этой основе определять перспективы развития экономики на различных уровнях хозяйствования. Существующий структурный подход к сфере услуг в России, который включает культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреацион-

ные услуги, общественное питание, в настоящее время не дает представления ее роли в развитии экономики страны, влиянии на уровень ВВП, так как не в полной мере отражает необходимость ее трансформации в экономику знаний, не показывает ее научно-технический уровень, инновационную направленность. А между тем все структурные элементы взаимосвязаны между собой товарно-денежными отношениями и на этой основе они могут быть представлены как система услуг.

Таким образом, анализ структуры услуг на статистическом уровне, при ее изучении на основе специальной литературы, законодательных актов дает основание для вывода о его ограниченности, односторонности и высокой степени консервативности подходов. Это ограничивает исследование услуг с позиций их институциональных изменений, динамической направленности и перспектив развития, в направлении повышения значимости степени научных методов их познания.

Динамика сферы услуг складывалась при довольно заметных отраслевых различиях в ее темпах, что порождало непрерывные изменения в общей структуре, заметно ускорившиеся в последней четверти прошлого века. По темпам роста во всех странах устойчиво лидирует комплекс деловых и профессиональных услуг, представленный службами маркетинга, рекламы, менеджмента, лизинга, научных исследований, а также информационно-компьютерными, консультационными, аудиторско-бухгалтерскими услугами и так далее. В функции этих услуг входят создание и внедрение новых технологий, разработка и распространение организационно-управленческих научно обоснованных моделей, методов повышения эффективности использования ресурсов и т. д. Быстрее всего растут объемы информационно-компьютерных услуг, использование которых ускоряет процессы информатизации и компьютеризации хозяйства. Стремительно прогрессируют и консультационные услуги по разработке и предоставлению фирмам научных решений в виде информации, экспертизы, рекомендаций по самым разным аспектам бизнеса - производственным, финансовым, управленческим. В последние годы консультанты все чаще непосредственно участвуют в формировании контрактов и управленческих решений фирм или их подразделений, в маркетинговых исследованиях, программах повышения эффективности их деятельности. В число лидеров по динамическим показателям входит и ряд очень популярных в предпринимательской среде нетехнических видов бизнес-услуг – по подбору персонала, связям с общественностью,

поддержанию на фирмах нормального психологического и социального климата.

К быстро растущему ядру рассматриваемой сферы относятся также услуги телекоммуникаций и кредитно-финансовых учреждений. Опираясь на новые технологии и результаты либерализации рынков, эти отрасли вышли в последние десятилетия на новый виток развития и ныне играют решающую роль в технологическом прогрессе общества и глобализации экономики [5].

Структура и динамика развития отечественного рынка услуг определяется сложившейся социально-экономической ситуацией в стране и в отдельных ее регионах, уровнем доходов населения, платежеспособностью, объемом и характером предложения услуг на рынке, притоком инвестиций в сферу услуг и рядом других факторов. Это можно объяснить как воздействием конкуренции со стороны товаров-субститутов, так и изменением в уровне и стиле жизни людей. Главными ограничениями рыночного спроса на услуги в России являются низкие доходы значительной части населения, ограниченность ассортимента услуг и низкое их качество, «самообслуживание» населения и, как следствие, отсутствие у большей части россиян традиций получения услуг, таких как «уход» за автотранспортом, уборка квартир, доставка товаров на дом через сеть Интернет [6], но эта специфика рынка услуг в России, его структура, проявляется на востребованности услуг научно-исследовательского характера, услуг сферы образования.

Развитие экономики на постиндустриальном уровне предопределяет необходимость познания качественных, функциональных, культурно-этических, временных характеристик финансовых услуг как услуг, определяющих ценность блага, соизмеряющего ее количественно, и, в конечном счете, обеспечивающих его потребление. В составе финансовых услуг определяющее место занимают банковские услуги, так как денежный оборот в стране осуществляется через банковскую и казначейскую системы.

Традиционно в качестве совокупности операций, представляющих законченный комплекс финансовых услуг, отвечающих потребностям клиентов, выступают банковские услуги, предоставляемые коммерческими банками.

Деятельность современного коммерческого банка в условиях развития международных отношений, обусловленных во многом процессом глобализации, должна быть направлена на удовлетворение потребностей клиентов в финансовых услугах на международных рынках.

Учитывая тот факт, что клиент банка уже является полноправным участником международных

отношений, так как наличие потребности в финансовых услугах предполагает уже наличие у субъекта договорных или партнерских отношений с иностранными контрагентами, клиент нуждается не в абстрактной финансовой услуге, а в услуге, удовлетворяющей его потребности и соответствующей международному уровню. Поэтому особые требования предъявляются к качественным характеристикам предоставляемых коммерческими банками услуг.

Однако деятельность коммерческого банка на современном этапе глобализации заключается не только в удовлетворении потребностей клиента в качественных финансовых услугах международного уровня и представлении интересов клиентов банка, но и в самостоятельной деятельности коммерческого банка на международных финансовых рынках, которая становится все более доступной в условиях усиливающихся интеграционных процессов [7].

Одним из условий работы коммерческого банка на международном финансовом рынке является соответствие его деятельности международным правилам, обычаям и стандартам ведения банковского дела. Это обусловлено тем, что развитие услуг в условиях глобализации экономических процессов идет прежде всего на уровне оптовых финансовых услуг – услуг, оказываемых банком банку или банком международной компании в условиях жесткой международной конкуренции, предъявляющей особые требования не только к коммерческим банкам как к участникам финансовых отношений, но и к качеству предоставляемых последними услуг.

Деятельность коммерческого банка на международном финансовом рынке связана прежде всего с установлением долгосрочных корреспондентских, в случае взаимодействия с иностранными банками, и партнерских, в случае взаимодействия с международными компаниями, отношений. Установление долгосрочных деловых отношений обычно происходит после встречного анализа деятельности каждой из сторон. В связи с этим наличие у российского коммерческого банка финансовой отчетности, соответствующей международным стандартам финансовой отчетности; квалифицированного персонала, знакомого с особенностями проведения операций на международных рынках; достаточного размера капитала по международным стандартам является одним из необходимых условий для выхода на международные финансовые рынки и оказания услуг, соответствующих международным стандартам.

Все большее приближение деятельности российских коммерческих банков к международным стандартам ведения банковского дела

позволяет клиентам банка получать доступ к репрезентативному набору качественных финансовых услуг, максимально удовлетворяющих потребности клиентов и соответствующих международному уровню.

Усиление глобализации, создание надгосударственных структур, крупных транснациональных компаний способствует расширению круга предоставляемых коммерческими банками услуг и требует единых стандартов качества услуг, создание которых возможно на уровне международных организаций и заключения различного рода международных соглашений.

Так, Всемирной торговой организацией было принято Генеральное соглашение о торговле услугами (GATS), главная цель которого – проведение общей политики странами-участниками ВТО в сфере внешней торговли услугами. В соответствии с Классификационным перечнем секторов услуг банковские услуги включены в пункт «В» седьмого раздела классификатора, что подразумевает распространение международных стандартов и основных принципов международной торговли услугами и на банковские услуги. Наряду с Генеральным соглашением, фактически закрепляющим обязательства стран-участниц ВТО по соблюдению правил в сфере внешней торговли услугами, в международной практике применяется международный стандарт ISO 9004-2, предназначенный для обеспечения качества услуг, в том числе финансовых и банковских.

Тем не менее предоставление коммерческими банками качественных услуг является не столько результатом выполнения требований различных международных стандартов и соглашений, сколько объективным результатом поддержания конкурентоспособности финансовых услуг, предоставляемых российскими коммерческими банками в условиях интеграционных процессов, и постепенного вовлечения российской банковской системы в мировую. Оказание коммерческим банком качественных услуг во многом способствует поддержанию стабильности, прибыльности и динамики развития деятельности банка, напрямую зависящих от объема произведенного банком специфического товара – финансовой услуги.

Как видно, в условиях глобализации банк заинтересован в предоставлении своим клиентам большого количества качественных финансовых услуг, реализация которых невозможна без наличия качественного банковского обслуживания международного уровня, подразумевающего активное и плодотворное взаимодействие служащих банка и клиентов, требующего выполнения условий личной персонифи-

кации услуги и индивидуализированного подхода к каждому клиенту.

Заинтересованность банка в увеличении количества клиентов, безусловно, требует определенной унификации предоставляемых коммерческим банком услуг, при этом критерий качественной услуги требует выполнения выше обозначенной персонификации услуги.

Соблюдение атрибутов качественной банковской услуги, отвечающей требованиям персонификации при определенной доле унификации услуги, необходимо при преодолении всевозрастающей конкуренции на рынке банковских услуг. Все это приводит к возникновению и внедрению высокотехнологичных персонифицированных банковских продуктов, а также различных технологий оказания банковских услуг.

Соблюдение требования оказания финансовых услуг международного уровня требует изменения подходов к оказанию банковских услуг; так, современные банковские услуги должны оказываться с учетом механизмов и инструментов денежного рынка, разработанных и применяемых банками развитых стран мира, ставших доступными российским банкам в условиях финансовой глобализации.

Таким образом, банковская услуга в условиях финансовой глобализации представляет собой профессиональный интеллектуальный продукт, способный удовлетворять изменяющиеся потребности клиентов банка, поддерживать конкурентоспособность банка, отвечать международным стандартам качества и служить основой развития современного коммерческого банка [7].

С позиции методов измерения услуг и их статистической классификации следует подчеркнуть, что экономика многих стран трансформируется в экономику услуг, а структура услуг до сих пор остается отраслевой направленностью и не включает тот сегмент рынка услуг, который связан с финансовыми и банковскими услугами. Этот вид услуг как бы обслуживает все имеющиеся структурные элементы услуг. Например, Интернет-услуги – разве они финансово не обеспечиваются услугами, разве они предоставляются вне банковской деятельности и услуг банков? Ответ однозначен и ясен, но он имеет отношение ко всем видам услуг.

В этой связи значимость финансовых и банковских услуг такова, что они «заслужили» учет на уровне государственной статистики и должны включаться и отражаться в информационной базе органов статистики. Необходи-

мость такого подхода объективно обусловлена и высокой степенью асимметричной информации, которая присуща рынкам финансовых и банковских услуг. Для экономики эти рынки во многом сравнимы с «черными ящиками», у которых вход открыт, но его внутреннее содержание для клиента – потребителя этих услуг – полностью не просматривается, а что получит потребитель «на выходе» из него, в конечном счете, подвержено высокой степени риска.

Государственная статистика в части формирования и обобщения информационной базы данных рынков, вводя в структуру услуг финансовые и банковские услуги, сделает более прозрачной систему предоставления данных услуг, а также понизит степень рисков. Поэтому необходимы меры по совершенствованию информационной базы в сфере структуры услуг.

Таким образом, структурный анализ услуг позволяет констатировать необходимость активизации усилий в направлении познания и выявления взаимосвязей и диффузии в элементах услуг, исходя из их единства на системной основе. Данный вывод обуславливает необходимость выделения услуг особого рода в качестве структурного элемента институционального, научно-исследовательского и образовательного характера, а также источников их финансового обеспечения.

Банковские услуги как специфическая деятельность по финансовому обеспечению, развитию, сопровождению функционирования экономических институтов в их взаимодействии и единстве с целью сокращения транзакционных издержек предстают как необходимый элемент развития сферы услуг. Их изучение на различных уровнях, в том числе и на уровне функционирования такого крупного универсального банка, как Юго-Западный банк Сбербанка России, позволит выявить качественные изменения, определить динамику развития банковских услуг в экономической системе таким образом, чтобы стало возможным выявить трансформацию их видов в систему услуг. Это будет способствовать приращению знания в области определения их роли в прогрессивной направленности развития. Вне финансовых и банковских услуг нельзя анализировать состояние и перспективы развития сферы услуг в целом, так как именно эти услуги осуществляют интеграцию услуг в воспроизводственном процессе, который относится не только к определенным видам экономической деятельности, а к экономике услуг в целом.

Библиографический список

1. Пучков Е. А. Договор возмездного оказания услуг [Электронный ресурс] // Викор-Медиа. – 2007 // <http://www.lawlibrary.ru/izdanie62339.html>.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] // <http://www.gks.ru>.
 3. Глоссарий философских терминов ИФ им. Киренского РАН [Электронный ресурс] // <http://www.term.ru/dictionary/197/word>.
 4. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2002. – С. 367.
 5. Беляев М. И. Милогия [Электронный ресурс] / Основные тенденции развития сферы услуг по регионам мира//<http://www.milogiya.narod.ru/mireconom8.htm>.
 6. Бреусова Е. А. Сервисное направление реформирования российской экономики : монография. – Шахты : Изд-во ЮРГУЭС, 2007. – С. 45.
 7. Есенский С. В. Банковская услуга как профессиональный интеллектуальный продукт на финансовом рынке // Рыночная экономика и финансово-кредитные отношения : ученые записки. Вып. 10 / отв. ред. К. В. Кочмола / Рост. гос. эконом. ун-в. «РИНХ». – Ростов н/Д, 2004. – 34 с.
-

A. S. Goncharuk*

**Goncharuk Alexander, Assistant of
South-Russian State University of Economics and Service, Shakhty
Goncharuk_gas@mail.ru*

STRUCTURE OF SERVICES AND ITS IMPROVEMENT IN CONDITIONS OF MARKET ECONOMY TRANSFORMATION

Key words: structure of services, statistics, consumption, industrial relations, income, financial market, commercial bank.

The article considers the structure of Russian service market, analyzes its problems and prospects. It also studies the shortcomings of statistical accounting of various quantitative indicators at the national level and their impact on service market development.

© Гончарук А. С., 2011

УДК 334.001.7

Г. В. Ветошко*

**Ветошко Галина Владимировна, ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eiu@tolgas.ru*

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Ключевые слова: инвестиции, сфера обслуживания, рынок услуг.

Рассматриваются вопросы привлечения инвестиций в сферу обслуживания. Особое внимание уделяется привлечению инвестиций для развития сферы услуг в регионах в условиях резкого сокращения возможностей бюджетного финансирования.

Одной из острейших проблем развития сферы обслуживания является проблема финансирования и инвестиционной поддержки предприятий соответствующих отраслей. Привлечение инвестиций для развития сферы услуг в регионах в условиях резкого сокращения возможностей бюджетного финансирования предполагает необходимость поиска качественно новых методов и механизмов реализации этой работы, адекватных экономической ситуации в стране.

Предприятия сферы обслуживания в силу небольших размеров, технологической замкнутости, повсеместного распространения и ряда других причин явились объектами первоочередной приватизации. В целом процесс приватизации отраслей сферы обслуживания носил административный характер. Как показал анализ послепrivатизационных процессов в сфере обслуживания, несмотря на значительную долю конкурсов в способах приватизации этих предприятий, в послепrivатизационный период в ряде случаев происходило частичное свертывание или перепрофилирование деятельности предприятий. Основная причина – влияние рыночной ситуации, снижение рентабельности тех или иных видов услуг вследствие изменения спроса и предложения. В результате проведения приватизации единое руководство данной сферой было утрачено и предприятия оказались один на один со стоящими перед ними проблемами, в том числе и в инвестиционной сфере. Рост цен вследствие инфляции на сырье, материалы, увеличение арендной платы привели к росту стоимости услуг. Изменение структуры спроса на услуги явилось следствием глубокой дифференциации населения по уровню доходов. Все это находит выражение в двух наиболее общих особенностях инвестиционной деятельности в сфере услуг:

1. Изменение рыночной конъюнктуры далеко не везде сопровождается внедрением новых тех-

нологий и оборудования на предприятиях сферы услуг, поскольку значительная часть предприятий сферы услуг оказалась не готова к разработке и осуществлению инвестиционных проектов в условиях отсутствия вышестоящих структур.

2. Высокая дифференциация уровня доходов населения в результате проведения экономических реформ привела к образованию двух рынков услуг – для высокообеспеченных и малообеспеченных групп населения. Для обслуживания первого рынка создаются новые предприятия сферы услуг, имеющие самое современное оборудование. Малообеспеченные группы населения обслуживаются в основном на старом. Следствием переориентации последних с долгосрочных программ на текущую деятельность стало сокращение, а на части предприятий – полное прекращение инвестиционной деятельности.

В современных условиях рынка основные задачи финансового управления на предприятиях сферы услуг сводятся к следующим пунктам:

1. Определение потребностей предприятия в финансовых ресурсах с целью реализации наиболее эффективных инвестиционных проектов по оказанию услуг населению.

2. Анализ альтернативных источников финансирования, их оценка и использование оптимальной структуры собственных и заемных средств предприятия на данном этапе.

3. Обеспечение своевременного получения финансовых средств из выбранных источников.

4. Оптимизация доходов предприятия как от основной деятельности оказания услуг населению, так и за счет дополнительных видов деятельности

5. Наиболее эффективное применение полученных финансовых ресурсов, т. е. грамотное использование основного и оборотного капитала в процессе оказания услуг.

6. Планирование обеспечения устойчивого роста предприятия при использовании различных методов предотвращения банкротства или развала предприятия.

7. Осуществление взаимоотношений предприятия с банками, налоговыми органами, страховыми компаниями, внебюджетными фондами.

8. Эффективность функционирования финансового менеджмента на предприятиях сферы услуг, которая зависит от быстроты реакции на изменение условий рынка и финансовой ситуации в регионе.

Как правило, предприятия сферы услуг не ведут инвестиционной деятельности. Однако именно с помощью инвестиционной политики предприятия могут реализовать свои возможности к предвосхищению долгосрочных тенденций экономического развития и адаптации к ним.

Опираясь на базовые положения инвестиционного анализа, можно сказать, что инвестиции в сферу услуг будут целесообразны, если:

- чистая прибыль от них будет превышать чистую прибыль от помещения средств на банковский депозит;
- рентабельность инвестиций будет выше уровня инфляции;
- рентабельность проекта с учетом фактора времени (временной стоимости денег) будет выше рентабельности альтернативных проектов;
- рентабельность активов предприятия после осуществления проекта увеличится и в любом случае превысит среднюю расчетную ставку по заемным средствам.

При анализе инвестиционных проектов в сферу услуг венчурный инвестор, как и любой другой инвестор, учитывает такие факторы, как:

- рискованность проектов – чем длительнее срок их окупаемости, тем рискованнее проект;
- временную стоимость денег, так как с течением времени деньги изменяют свою ценность;
- привлекательность проектов по сравнению с альтернативными возможностями вложения средств с точки зрения максимизации доходов и имущества акционеров предприятия при приемлемой степени риска, так как именно эта цель является главной.

Для понимания особой специфики инвестирования венчурного капитала в сферу обслуживания следует уточнить характер хозяйственной деятельности ее субъектов и выделить из всего многообразия оказываемых услуг те из них, которые действительно являются привлекательными для инвестиций. Для этого, во-первых, необходимо выявить и обосновать основные показатели, которые, на наш взгляд, будут являться ключевыми при принятии решения об инвестировании венчурного капитала

в сферу услуг. Во-вторых, следует предложить группировку этих показателей по уровню их значимости для сферы обслуживания. К таким показателям можно отнести:

- норму прибыли;
- уровень риска;
- размер бизнеса;
- стадию ведения бизнеса;
- квалификацию управленческого персонала;
- уровень налогообложения.

Прежде всего следует более детально рассмотреть структуру рынка услуг в зависимости от функционального назначения ее основных групп (рис. 1). Как видно из рисунка, весь рынок услуг делится на четыре укрупненных блока:

1. Рынок услуг сферы коммунально-бытового обслуживания.

2. Рынок услуг в сфере сохранения и восстановления здоровья.

3. Рынок услуг культурно-просветительской сферы.

4. Рынок услуг сферы управления, регулирования и обмена.

Следует остановиться подробнее на каждом из них, чтобы выяснить, какие имеются объективные предпосылки для инвестиционной деятельности на этих рынках.

Жилищно-коммунальный рынок, рынок общественного питания и рынок бытовых услуг одними из первых прошли этап приватизации при реформировании системы платных услуг в нашей стране. Характер этих видов деятельности подразумевает оказание услуг, которые направлены на восстановление потребительных свойств предметов домашнего обихода, одежды, бытовой техники, личных автомашин или результатом которых является появление новых товаров (строительство жилья, пошив одежды, услуги фотографий). Оказание услуг подобного характера ориентировано на широкую аудиторию людей, которые желают, не тратя своего личного времени, получить высококачественную услугу. В большинстве своем эта категория людей платежеспособна и обладает стабильно высоким или средним покупательским спросом. Поэтому предложение такого рода услуг на рынке поддерживается на достаточно высоком уровне, имеет свою рыночную нишу и, как следствие, обладает всеми необходимыми условиями для привлечения инвестиций.

Рынок услуг в сфере сохранения и восстановления здоровья направлен на создание условий для обеспечения населения необходимыми медицинскими услугами и укрепления здоровья человека. Отличительной особенностью этой группы услуг является их направленность на обслуживание человека с точки зрения его физиологии (са-

наторно-курортные услуги, аптечные услуги). Приобретение подобного рода услуг является насущной потребностью каждого человека, но в силу большой дифференциации населения по уров-

ню доходов и высокой стоимостью этих услуг они доступны не всем.



Рис. 1. Укрупненная структура рынка услуг

Поэтому говорить о высоком платежеспособном спросе на услуги здравоохранения, физкультуры и спорта пока не приходится. Рынок покупателей этих услуг, как правило, составляет население с высоким и средним уровнем достатка, а проблема расширения рынка упирается в отсутствие полномасштабного платежеспособного спроса. Последнее обстоятельство не создает предпосылок для проявления со стороны инвесторов интереса к данной группе услуг.

Рынок услуг культурно-просветительской сферы в последнее время стал активно развиваться, что было отмечено по динамике последних лет. По объему предоставленных услуг в Самарской области он уже сейчас сравнился с предложением на рынке бытовых услуг, и, учитывая возросший интерес населения к образованию и связанным с ним всякого рода вспомогательным услугам, можно прогнозировать высокий темп его роста в будущем, что является позитивным фактором в вопросе принятия решения об инвестировании.

Рынок услуг сферы управления, регулирования и обмена.

Следует подробнее остановиться на шести вышеперечисленных показателях, так как они являются ключевыми условиями привлекательности сферы бытового обслуживания для венчурных инвестиций.

Получение прибыли является главной целью любого предприятия, поскольку прибыль есть результат и цель любой инвестиции. Норма прибыли характеризует величину полученных в результате осуществления инвестиционной деятельности доходов и рассчитывается как разница между положительными и отрицательными потоками денежных средств. Как результирующий показатель хозяйственной деятельности любого коммерческого предприятия прибыль находится в зависимости от влияния различных факторов, способных повлиять на инвестиционный результат хозяйствующего субъекта.

Осуществление предпринимательской деятельности всегда находится в ситуации неопределенности, когда существует вероятность банкротства предприятия, вызванного как действием факторов внешней среды, так и процессами внутри предприятия. Чтобы оценить степень их влияния на бизнес, необходимо на стадии составления бизнес-плана определить характер возможных рисков, их диапазон, наметить план мероприятий, направленных на его снижение и устранение последствий его появления. Порой от того, насколько предприятие сумеет определить риски, присущие конкретному бизнесу, зависит успех его деятельности в будущем.

Размер бизнеса, в который венчурный инвестор собирается вложить свои финансовые

средства, не является менее значимым, чем другие характеристики предприятия. Наоборот, инвестор отчетливо понимает, что чем меньше бизнес, тем выше риск невозврата вложенных средств, потому что малый бизнес менее защищен и сильнее подвержен разного рода неблагоприятным моментам. У малого бизнеса отсутствуют гарантии, их заимствования менее обеспечены. Срок кредитования малого бизнеса, как правило, всегда больше, потому что ниже скорость оборота капитала, а значит, риски инвестора только возрастают. Но при всем при этом инвестор бывает заинтересован в инвестировании малого бизнеса, потому что ожидаемый результат может превзойти все ожидания и дать хорошую прибыль.

От того, когда инвестор сделает первые инвестиции в предприятие, зависит не только финансовое состояние бизнеса, от этого напрямую зависит и экономический интерес самого инвестора. Известно, что любое предприятие развивается по определенному сценарию, когда сначала оно заявляет о себе на рынке и проверяет его первую реакцию на предлагаемую им услугу, после чего начинается активная стадия захвата своей рыночной ниши и поддержание покупательского спроса на высоком платежеспособном уровне. И поэтому чем раньше инвестор профинансирует предприятие, тем больше экономических выгод он получит. Но при этом существует опасность отсутствия у потребителей интереса к предлагаемой услуге, что может повлечь потерю инвестиций.

Подготовка специалистов, их профессиональный уровень, практические навыки ведения дела являются залогом успеха любого предприятия. Инвестор критически относится к оценке трудового потенциала, менеджмента, потому что от его грамотных производственных, хозяйственных, экономических, социальных и финансовых решений будет зависеть процветание бизнеса, а значит, и судьба сделанных им инвестиций.

Уровень налогообложения определяет характер взаимоотношений предприятия с налоговыми органами и внебюджетными фондами. Налоги выполняют стимулирующую функцию, если они способствуют развитию бизнеса, как, например, регрессивный характер некоторых налогов, но в то же время могут явиться ограничителем для дальнейшего роста, если будут изымать прибавочный продукт в размерах критичных для бизнеса. В таком случае у предприятия не останется оборотного капитала, оно не сможет дальше активно заниматься инвестиционной деятельностью.

Подробное рассмотрение каждого из шести существенных, на наш взгляд, факторов, способных повлиять на окончательное решение об инвестировании венчурного капитала в сферу обслуживания, позволяет проранжировать их по степени значимости для данной формы капитала:

- норма прибыли;
- уровень риска;
- размер бизнеса;
- стадия ведения бизнеса;
- квалификация управленческого персонала;
- уровень налогообложения.

Вышеперечисленные показатели являются ключевыми в числе условий привлекательности сферы обслуживания для привлечения венчурного капитала. Но помимо них следует обозначить и другие, которые в той или иной мере должны приниматься венчурными инвесторами во внимание при оценке перспективности вложения капитала в сферу обслуживания. К ним можно отнести характер привлекаемых заемных средств, скорость оборота капитала, уровень спроса на данную услугу, платежеспособность потребителей.

Так, для любого предприятия существенным является вопрос привлечения финансовых ресурсов и распределения структуры своего капитала на категорию собственных и заемных. Как правило, предприятия вынуждены прибегать к привлечению сторонних источников финансирования для пополнения своего оборотного капитала или расширения существующего бизнеса. Это практически всегда несет в себе риски, поскольку возникает вероятность невозврата полученных средств или неполного погашения обязательств перед инвесторами, что ведет в конечном итоге к утрате предприятием экономической самостоятельности или даже к банкротству. Заемные средства бывают разного вида. Обычно это кредиты банков, займы других предприятий, иных кредитных учреждений. Это также могут быть иностранные заимствования или бюджетные средства.

Инвесторов, вложивших свои финансовые средства, может интересовать такой показатель, как скорость оборота капитала. Существует правило: чем выше скорость оборота капитала, тем быстрее возмещаются с полученной прибыли издержки и, соответственно, предприятие более эффективно работает для своих акционеров и учредителей. Поэтому анализу данного показателя инвестор уделяет пристальное внимание. Скорость оборота капитала зависит от маркетинговой, сбытовой, финансовой политики предприятия. Юридически правильно оформленные отношения предприятия с деловыми партнерами позитивно воздействуют на этот показатель.

Ключевым пунктом бизнес-плана предприятия, нуждающегося в инвестициях, является ожидаемый уровень спроса на предлагаемые им услуги. Емкость рынка, степень его насыщения, состояние конкурентной среды, доля предприятия на рынке – вот далеко не полный перечень критериев, по которым потенциальный инвестор пытается понять, насколько предприятие, куда он собирается вложить деньги, будет конкурентоспособно на рынке, а значит, иметь устойчивый платежеспособный спрос и положительный денежный поток, перекрывающий размер сделанных инвестиций.

Из предыдущего условия логично следует другой – платежеспособность потребителей. Каждый бизнес конкретно ориентирован на свою целевую группу потребителей, которая является для него источником извлечения до-

хода и будущего развития. Но данный фактор подвержен динамике, вызванной как внутренними обстоятельствами, так и проявлением макроэкономических последствий. Общая система налогообложения физических лиц, ее уровень, кризисные явления в экономике, демографические и социальные причины могут стать как положительными, так и отрицательными факторами изменения уровня платежеспособности потребителей.

Таким образом, для сферы услуг характерны как общеэкономические тенденции, проявляющиеся в процессе осуществления инвестиционной деятельности в любом сегменте национальной экономики, так и специфические, обусловленные особенностями услуг как экономической категории и продукта экономической деятельности.

Библиографический список

1. Абрютин М. С. Финансовый анализ коммерческой деятельности : учеб. пособие. – М. : Финпресс, 2006. – 136 с.
2. Бездудный Ф. Сущность понятия инновации и его классификация / Ф. Бездудный, Г. Смирнова, О. Нечаева // Инновации. – 2008. – № 2-3. – С. 98.
3. Бочаров В. В. Финансовое моделирование : учеб. пособие. – СПб. : Питер, 2007.
4. Гуськова Н. Д. Инвестиционный рейтинг региона / Н. Д. Гуськова, Ю. Ю. Домнина / под ред. Н. П. Макаркина. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2005. – 120 с.
5. Липсиц И. В. Экономический анализ реальных инвестиций : учебник / И. В. Липсиц, В. В. Косов. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Экономист, 2008.
6. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2007.
7. Попов В. М. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика. – М. : Финансы и статистика, 2006.
8. Трифилова А. А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 304 с.
9. Трифилова А. А. Оценка инновационной активности предприятия // Инновации. – 2003. – № 10. – С. 51-55.
10. Шахназаров А. Национальная система гарантирования инвестиций на региональном уровне / А. Шахназаров, И. Гришина, И. Ройзман // Инвестиции в России. – 2008. – № 10. – С. 66.

G. V. Vetoshko*

**Vetoshko Galina, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eiu@tolgas.ru*

PECULIARITIES OF INVESTMENT ACTIVITIES IN THE FIELD OF SERVICE

Key words: investment, service sphere, service market.

The article considers the ways of attracting investments in the service sphere. Particular attention is paid to attracting investments for service development in the regions by sharp reduction of budget funding.

© Ветошко Г. В., 2011

УДК 338.465.2

Л. А. Хохленкова*

**Хохленкова Людмила Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
lyuda-khokhlenkova@yandex.ru*

**РОЛЬ ЛИЧНОСТНО-РАЗВИВАЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА
ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ
В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, личностно-развивающий потенциал, коммуникативная компетенция, межкультурная коммуникация, личностно-ориентированный подход, принципы личностно-ориентированного подхода.

Рассматривается процесс обучения иностранным языкам будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля в контексте межкультурной парадигмы, которая имеет большой личностно-ориентированный потенциал, представляющий собой многогранное педагогическое явление. Интегативность цели современного обучения иностранному языку проявляется во взаимодействии и взаимообусловленности прагматического, когнитивного и педагогического аспектов.

Современная геоэкономическая и геокультурная ситуации вынуждают человека уметь сосуществовать в общем жизненном мире, что означает быть способным строить взаимовыгодный диалог со всеми субъектами этого общего жизненного пространства, уметь наводить гуманитарные межкультурные мосты между представителями различных конфессий, культур и стран. Важную роль в этом играет язык, выступающий единственно возможным инструментом общения и взаимопонимания. Отсюда совершенно очевидна переориентация лингводидактических и методических исследований на проблемы межкультурной коммуникации. Как известно, межкультурная коммуникация трактуется отечественными лингводидактами как совокупность специфических процессов взаимодействия партнеров по общению, принадлежащих к разным лингвоэтнокультурным сообществам [1]. Общению в межкультурных ситуациях, даже в случае если его участники владеют общим языковым кодом, всегда присущи конфликты между знанием и незнанием, между чужим и своим, между готовностью и нежеланием понять. Таким образом, основной вектор современных лингводидактических и методических научных исследований должен быть направлен на разрешение этих конфликтов, т. е. на теоретическое обоснование наиболее оптимальных путей развития у будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля способности реализовать и понимать иноязычные лексико-грамматические конструкции, соответствующие нормам коммуника-

тивной деятельности индивида, иной лингвоэтнокультурной общности и иной национальной языковой картины мира. Этот процесс осуществляется в учебных условиях, в процессе преподавания иностранного языка, во взаимосвязи, во-первых, освоения обучающимися иноязычного кода (развития речевого опыта) и, во-вторых, развития его культурного опыта.

Осваивая каждый новый язык, человек расширяет не только свой кругозор, но и границы своего мировосприятия и мироощущения. При этом то, как человек воспринимает мир и что он в нем видит, всегда отражается в понятиях, сформированных на основе его исходного языка с учетом всего многообразия присущих этому языку выразительных средств. Более того, ни одна ситуация, ни одно событие не воспринимаются человеком беспристрастно. Они оцениваются им, равно как и явления иных культур, всегда через призму принятых в родном лингвосоциуме культурных норм и ценностей, через призму усвоенной индивидуумом модели миропонимания.

В условиях межкультурного взаимодействия очень важно, когда между общающимися в этих условиях складываются межкультурные отношения в которых «культурная системность познается в моменты выхода за пределы границ системы» [1]. Это значит, что, используя свой лингвокультурный опыт и свои национально-культурные традиции и привычки, субъект межкультурной коммуникации одновременно пытается учесть не только иной языковой код, но и иные обычаи и привычки, иные нормы социального поведения, при этом он осознает

факт их чужеродности. Именно это обстоятельство дает основание считать, что межкультурная компетенция охватывает в основном онтологический аспект становления личности, в то время как коммуникативная – ее языковые и речевые способности.

Требования межкультурного общения ставят перед необходимостью научить будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля (на разном уровне владения) таким умениям, как:

а) употреблять иностранный язык (во всех его проявлениях) в аутентичных ситуациях межкультурного общения (процесс формирования навыков и умений);

б) объяснить и усвоить (на определенном уровне) чужой образ жизни/поведения (процессы познания);

в) расширить индивидуальную картину мира за счет приобщения к языковой картине мира носителей изучаемого языка (процессы развития).

Как известно, навыки и умения, познание и развитие есть звенья одной цепи – формирования личности. Таким образом, обучение иностранным языкам в контексте межкультурной парадигмы имеет большой личностно-развивающий потенциал. Современную цель обучения иностранным языкам можно рассматривать как интегративное целое, имеющее «выход» на личность обучаемого.

Интегративность данной цели проявляется во взаимосвязи и взаимообусловленности трех ее аспектов: прагматического (или практического), когнитивного и педагогического. Первый аспект – прагматический – связан с формированием у будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля коммуникативной компетенции, а второй – когнитивный – с использованием инструмента познания иной межкультурной компетенции и личности в целом. В свою очередь, педагогический аспект призван определить модус «внелингвистического существования» би/поликультурной языковой личности. Личностно-ориентированный подход в обучении иностранным языкам можно рассматривать как многогранное психолого-педагогическое явление, которое тесно связано с поведением и деятельностью личности, как организацию усвоения знаний и формирования навыков и умений через систему коллективных действий, как подход к обучаемому – равноправному партнеру учебной деятельности.

Рассматривая личностно-ориентированный подход в обучении иностранному языку в высшей школе, уместно вспомнить идеи известного болгарского психотерапевта Г. К. Лозанова, суть которых состоит в использовании скрытых психических резервов личности в процессе

учебной деятельности. Воплощение этих идей мы находим в вариации суггестопедического подхода – эмоционально-смысловом методе [7], в интенсивном обучении [3]. Г. А. Китайгородская подчеркивала, что идеи Г. К. Лозанова явились отправным моментом для построения ряда методических систем интенсивного обучения иностранным языкам, каждая из которых выявляет дальнейшие резервы повышения эффективности обучения. Г. А. Китайгородская и ее последователи начали внедрять суггестопедическую систему при обучении иностранным языкам за счет использования современных данных таких областей знаний, как социопсихоллингвистика, психология общения, психология познавательных процессов (памяти, восприятия, мышления) и возрастная психология, социальная психология и педагогика. Е. Н. Пассов [6] расслаивает личность обучаемого с точки зрения культурологии (познать культуру страны изучаемого языка). А. В. Леонтьев формулирует понятие креативной личности обучаемого, доминирующими чертами которой являются интеллигентность, образованность, толерантность [4]. А. В. Леонтьев подчеркивает особо роль владения иностранным языком в формировании мыслящей личности, что может достигаться постоянным осложнением речемыслительных заданий, решаемых иноязычными средствами.

Эти движущие силы процесса обучения, условия реализации личностно-ориентированного подхода к обучению вытекают из его принципов. Принципы личностно-ориентированного подхода – это исходные, основополагающие положения, в которых отражаются и обобщаются самые существенные стороны познавательной и практической деятельности:

1. Принцип личностного общения, реализуется при максимальном слиянии общения и обучения. В данном случае раскрывается обучающая и развивающая функция общения, происходит всестороннее личностное развитие.

2. Принцип ролевого общения сохраняет все психологические характеристики истинного общения и реализуется коммуникативной познавательной игровой деятельностью.

3. Принцип коллективного взаимодействия способствует мобилизации возможностей личности обучаемого, совершенствует навыки и умения общения, создает благоприятные условия для общения.

4. Принцип концентрированности в организации учебного материала и учебного процесса. Для его реализации необходим большой объем учебной информации и активный режим деятельности.

5. Принцип коммуникативной направленности заключается в отборе и организации лин-

гвистического материала, конкретизации сфер и ситуаций общения, овладении устной и письменной формами общения.

6. Принцип профессиональной направленности способствует формированию профессиональной личности специалиста, эффективному саморазвитию личности, формированию системности знаний.

7. Принцип мотивации является резервом повышения качества обучения, мотив способствует овладению техникой общения, формирует значимые качества личности в обществе.

8. Принцип социокультурной/ культуроведческой/межкультурной направленности обучения формирует человека культуры с развитыми ценностными ориентациями, высоким самосознанием.

9. Принцип дифференциации и индивидуализации обучения широко активизирует интеллектуальную сферу обучаемого.

10. Принцип учета и развития профессиональной ориентации способствует осознанию роли иностранного языка в планах на будущее.

11. Принцип возрастания удельного веса самостоятельности реализуется через самоопределение и самореализацию.

12. Принцип интенсификации речевого и социального взаимодействия направлен на корпоративность учения, использование новых педагогических технологий.

13. Принцип реальной преемственности языкового образования между всеми основными звеньями системы образования требует учитывать профессиональные устремления и ориентируется на продолжение образования.

14. Принцип продуктивности, нацеливающий на совершенствование материальных продуктов учебной деятельности, реализуется через проектную деятельность и развитие мировосприятия.

Рассмотрим принцип личностного общения. Современную педагогику и психологию характеризует тенденция к слиянию процессов обучения и общения. Чтобы создать необходимые для этого условия, надо построить учебный процесс таким образом, чтобы отношение к изучаемому предмету формировалось через отношение к другому человеку, а отношение к другому – через групповое взаимодействие, иными словами, необходимо обеспечить максимальное слияние общения и обучения. Именно в этом случае, по утверждению психологов, общение выполняет обучающую и развивающую функции и приводит к наиболее продуктивному овладению изучаемым предметом при одновременном всестороннем личностном развитии. В понятие «личностное» вкладывается психотерапевтическое и психологическое содержание: доверительность, поддержка. Для препода-

вателя это особо важное качество, так как он должен уметь строить общение в учебной группе по типу реального общения, «вплетая» в этот контекст неформального личностного общения учебный материал (упражнения). Организация такого обучающего общения требует от преподавателя специальных умений и определенных усилий, особенно на начальном этапе, когда обучаемый еще ограничен в выборе языковых средств и, кроме того, в сознании обучаемого действует стереотип учебного взаимодействия, созданный предшествующим опытом учения и преподавания. Деятельность общения – две стороны социального бытия человека, его образ жизни. Общение неотрывно и от процесса познания. Развитие личности обучаемого протекает в двух взаимосвязанных аспектах деятельности: учебно-познавательной и общения. Успешное развитие личности зависит прежде всего от неразрывного единства этих аспектов.

Принцип ролевого общения характеризуется большими потенциальными возможностями. Специфика ролевого учебного общения заключается в том, что оно сохраняет все социально-психологические характеристики истинного общения в процессе обучения иностранному языку. Поэтому общение является для обучаемого целью его речевого действия в условиях, максимально приближенных к неучебной совместной деятельности. С позиции преподавателя ролевая игра, ролевое общение – форма организации учебного процесса, а с позиции обучаемых – коммуникативная, познавательная, игровая деятельность. Организованная как личностное общение, учебная деятельность протекает в форме общения – игры. Психологи определяют игру как важный тип и уровень функционирования личности взрослого человека, как условие сохранения его психологического здоровья и полноценной созидательной деятельности. Психологическое, психотерапевтическое значение роли огромно. Преподаватель продуманно вовлекает каждого в общую деятельность, распределяет роли в ситуации, делает временным лидером каждого, одним словом, управляет общением, учит общаться.

Принцип концентрированности в организации учебного материала и учебного процесса в обучении иностранному языку отражает не только особо тесную взаимосвязь и взаимозависимость двух компонентов системы – содержания учебного предмета и учебного процесса, но и характеризует качественную и количественную специфику интенсивного обучения иностранным языкам. Учет всех сторон концентрированности в обучении позволяет высказать мнение о том, что в условиях обучения

иностранному языку будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля оказываются принципиально важными количество (объем) учебного материала и его распределение в курсе обучения. Принцип концентрированности учебного процесса характеризует не только качественную, но и количественную специфику интенсивного обучения. Эта специфика проявляется в различных аспектах: концентрированность учебных часов и занятий, концентрированность учебного материала, связанная с его объектом и распределением в курсе обучения. Большой объем учебного материала, особенно на начальном этапе обучения, дает возможность преподавателю на первом занятии организовать ситуации, максимально приближенные к реальному общению, и тем самым создать высокую мотивацию учения, приближая результат обучения к его началу.

Суть принципа коллективного взаимодействия состоит в организации групповых действий, способствующих внутренней мобилизации возможностей личности обучаемого. Принцип коллективного взаимодействия определяет такой способ организации учебного процесса, при котором обучаемые активно общаются друг с другом, обмениваясь учебной информацией, расширяя за счет этого свои знания, совершенствуя умения и навыки; между участниками складываются благоприятные взаимоотношения, служащие условием и средством эффективности обучения и творческого развития каждого; условием успеха каждого является успех всех остальных.

Активное общение преподавателя с обучаемыми и обучающимися между собой является социально-психологическим фактором успешности процесса обучения, одновременно обеспечивая эффективность формирования познавательных действий и приемов общения на изучаемом языке. В активном взаимодействии друг с другом обучаемые не только обмениваются знаниями о системе языка, но и учатся общаться. Преподаватель не только организует иноязычное общение, но и управляет им в группе. Особую значимость приобретает вопрос о типах учебного взаимодействия. Типы и способы учебного взаимодействия должны обеспечивать постоянную и активную вовлеченность обучающихся в процессе обмена информацией. Организация речевого общения в условиях коллективной познавательной деятельности предполагает особую роль преподавателя. Речь идет о таком типе педагогического общения, который близок к оптимальному – взаимно развивающемуся и обогащающему друг друга человеческому общению. Поэтому понятие профессионализма преподавателя требует пере-

смотра, включения в него особых педагогических способностей, связанных с реализацией коллективных форм сотрудничества как преподавателя с обучаемым, так и обучаемых между собой.

На наш взгляд, среди указанных выше принципов имеют важное значение: принцип коммуникативной направленности, принцип мотивации, принцип профессиональной направленности. Рассмотрим их подробнее.

Принцип коммуникативной направленности означает, что направленность всего учебного процесса связана с целью формирования у обучаемых умений общения на изучаемом языке. С этих позиций педагогом определяются конечная и промежуточные цели, производится отбор языкового материала, необходимого для общения, строится процесс овладения языком и контроль результатов обучения.

Понимание собеседниками друг друга в процессе общения связано не только с владением языковым материалом, но и с обоюдным знанием ими основной части содержательной стороны речи, то есть ее предметного содержания, в том числе знания особенностей культуры стран, представителями которых являются собеседники, так называемые фоновые знания. Данный факт имеет огромное значение в нашем случае: так, будущим специалистам сферы сервиса экономического профиля придется много контактировать с людьми, вести переговоры, заключать контракты, обсуждать условия сделок и т. д. Отсутствие фоновых знаний в процессе общения может вызвать и вызывает непонимание. Поэтому коммуникативная направленность процесса обучения языку означает также приобщение к культуре страны изучаемого языка. Только в этом случае достигается формирование языкового сознания (пусть в ограниченных пределах) – обязательного условия осуществления акта коммуникации.

В научной литературе Н. Д. Гальскова считает, что этот принцип подразумевает опору «процесса обучения на аутентичный инофонный текст как единицу коммуникации, в котором представлены признаки другой иноязычной общности» [5].

Принцип коммуникативной направленности определяет и содержание обучения – отбор и организацию лингвистического материала, конкретизацию сфер и ситуаций общения, например какие коммуникативные умения необходимы, чтобы вступить в общение, осуществлять его в устной и письменной формах, и с помощью каких средств можно обеспечивать овладение коммуникативной функцией языка. Принцип коммуникативной направленности ставит перед необходимостью соответствующую

щей организации обучения, использования различных организационных форм для осуществления общения. И наконец, принцип коммуникативной направленности призван обеспечивать результаты обучения, удовлетворяющие требованиям развитого общества в отношении такого предмета, как «Иностранный язык».

Принцип профессиональной направленности личностно-ориентированного подхода в обучении иностранным языкам имеет целью формирование профессиональной компетенции специалиста. Наличие направленности обеспечивает эффективное саморазвитие личности, позволяет использовать или преодолевать ситуацию, ориентироваться в ней. Выражением принципа профессиональной направленности обучения иностранному языку является интегрированный подход, который устанавливает и подчеркивает связь иностранного языка со специальными дисциплинами путем выявления в них комплекса необходимых сведений.

Принцип профессиональной направленности способствует формированию у обучаемых системности знаний, динамичности мышления, способов творческой познавательной деятельности и ценностных ориентаций, развития самостоятельности в накоплении и осмыслении новых знаний.

Принцип мотивации рассматривает проблему мотивации как серьезный резерв повышения качества обучения иностранным языкам, организации обучающего процесса, способствующего формированию, развитию и трансформированию мотивации, которая позволяет сделать иностранный язык реальным инструментом трудовой, познавательной деятельности специалиста с высшим образованием.

Мотивационно-стимулирующий компонент состоит в создании (доступными средствами иностранного языка) внутренней потребности у студентов пользоваться иностранным языком как средством общения. Согласно основным положениям теории деятельности потребность находит свое выражение в предмете деятельности, после чего предмет становится мотивом деятельности. Создание мотивационной основы достигается путем использования естественных, речевых, деловых ситуаций, а также информативно интересных текстов для чтения, различных форм внеурочной работы. Однако следует отметить, что мотив имеет, как правило, функцию побуждения к деятельности, а функцией направленности деятельности обладает цель. Как отмечают исследователи, в практической деятельности на почве одного мотива могут возникнуть разные цели, поскольку потребность может быть удовлетворена разными способами. Для нас важно то, что цель сохра-

няется на всем протяжении деятельности и остается устойчивой. А цель, как и мотив, в профессионально-коммуникативной деятельности определяет объекты восприятия для студентов.

В наших учебно-методических пособиях и хрестоматии по иностранному языку для студентов экономического профиля «Иностранный язык (английский) для студентов специальностей «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Коммерция (торговое дело)», «Экономика и управление на предприятии», предназначенного для II, III, IV этапов обучения, познавательные мотивы в овладении иностранным языком дифференцируются следующим образом: интерес к иностранному языку как таковому способствует формированию мотивов к использованию иностранного языка как средства обмена информацией, получения знаний с его помощью, расширение кругозора формирует мотив отношения к иностранному языку как необходимому средству познавательной деятельности; интенсивно-коммуникативные технологии побуждают к поиску необходимой информации в иноязычных текстах, к формированию навыков и умений реального чтения; использование приемов интенсивно-коммуникативной технологии способствует формированию мотивов овладения техникой общения, формированию и развитию значимых качеств личности в общении; обучение чтению формирует социальные мотивы овладения иностранным языком (престиж знающего, осведомленного человека, умение поддерживать разговор, быть компетентным в ряде вопросов и т. д.). Использование иностранного языка для получения определенной информации (чтение словарей, международных каталогов, справочников, журналов по специальности) делает данный язык незаменимым в познавательной деятельности обучаемого, вместе с тем сам язык усиливает общую познавательную деятельность обучаемых.

Личностные факторы мотивации овладения иностранным языком можно дифференцировать на факторы, связанные со статусом личности; факторы, обусловленные потребностями обучаемого; индивидуально-типологические факторы; социально-психологические факторы; факторы реализации мотивов.

Мотивационная основа учебного процесса включает личностно значимую цель, осознанную потребность, положительные внутренние и внешние мотивы [2]. Таким образом, основным средством мотивации, обеспечивающей направленность, избирательность процесса обучения, переработку информации на основе своих взглядов, считается ориентация на коммуни-

кацию обучаемых, учет их ожиданий, интересов и всего спектра коммуникативных потребностей. Достигается такой уровень межкультурной компетенции, который обеспечивает владение иностранным языком студентов экономических специальностей в их профессиональной деятельности; конструируется такая система отношений, которая позволяет как можно полнее раскрыть возможности каждого; коллективные формы познавательной деятельности порождают взаимоотношения ответственной зависимости, когда успех и неудачи одного выступают как условия успеха или неудачи всех; способствует развитию профессиональной ориентации, интеллектуальной творческой индивидуальности.

В квалификационных характеристиках иностранный язык рассматривается как неотъемлемый гуманитарный компонент подготовки будущих специалистов. Специалисты, владеющие иностранным языком специальности, могут иметь прямые деловые контакты с носителями языка (например, при ведении переговоров о за-

купке оборудования или при длинной командировке; во время участия в международных симпозиумах, конференциях; при обмене технической документацией и другой специальной информацией в ходе переписки). Анализ перечисленных возможностей свидетельствует о том, что специалистам необходимо прежде всего владеть устной речью, вести деловую переписку, читать специальную литературу, изучать зарубежные источники, а также фиксировать на родном языке извлеченную при этом информацию, имеющую для них большое значение.

Учебные пособия становятся необходимым инструментом межкультурной коммуникации в условиях вузовской подготовки будущих специалистов сферы сервиса экономического профиля на занятиях по иностранному языку, обеспечивающим реализацию одной из главных задач обучения иностранному языку – достижение взаимодействия будущих специалистов как деловых партнеров в сфере бизнеса внутри страны и за рубежом.

Библиографический список

1. Елухина Н. В. Источники информации, используемые для обучения устной речи // Средства обучения иностранному языку. – М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1982.
2. Калмыкова Е. И. Условия формирования лингвистической и коммуникативной компетенции // Формирование коммуникативной иноязычной компетенции (в неязыковом вузе). Вып. 437. – М., 1999.
3. Китайгородская Г. А. Психолого-педагогические принципы метода активизации резервных возможностей обучаемого // Активизация учебной деятельности. – М. : МГУ, 1981.
4. Леонтьев А. А. Общение как объект психологического исследования // Методические проблемы социальной психологии. – М. : Наука, 1975.
5. Методика обучения иностранным языкам: традиции и современность / под ред. А. А. Миролубова. – Обнинск : Титул, 2010. – 464 с.
6. Пассов Е. И. ОСНОВЫ коммуникативной методики обучения иноязычному общению. – М. : Русский язык, 1989.
7. Шехтер И. Ю. Методологический аспект активности бессознательного психического и речевая деятельность // Проблемы бессознательного : материалы международного симпозиума. – Тбилиси, 1985.

L. A. Hokhlenkova*

**Hokhlenkova Lyudmila, PhD in Pedagogical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
lyuda-khokhlenkova@yandex.ru*

THE ROLE OF PERSONAL-DEVELOPMENT POTENTIAL OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN FORMING CROSS-CULTURAL COMPETENCE AMONG FUTURE SERVICE INDUSTRY SPECIALISTS OF ECONOMIC PROFILE

Key words: cross-cultural communication, personal-developmental potential, communicative competence, cross-cultural communication, student-oriented approach, principles of student-oriented approach.

The article considers the process of teaching foreign languages for future service industry specialists of economic profile in the frame of cross-cultural paradigm, possessing great personality-oriented potential and regarded as complex pedagogical phenomenon. Integrative purpose of modern foreign language teaching is expressed in interaction and interdependence of pragmatic, cognitive and pedagogical aspects.

УДК 338.465 : 332.87 - 047.36

Ш. З. Валиев*

*Валиев Шамиль Зуфарович, доктор экономических наук, профессор
Уфимская государственная академия экономики и сервиса, г. Уфа
uop-ugaes@mail.ru

И. Г. Гавриленко*

*Гавриленко Ирина Григорьевна, аспирант
Уфимская государственная академия экономики и сервиса, г. Уфа
Gavrilenko.i.g@mail.ru

**МОНИТОРИНГ РЫНКА УСЛУГ
ПО УПРАВЛЕНИЮ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ – РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Ключевые слова: рынок услуг по управлению многоквартирными домами, конкуренция, товарищества собственников жилья, тарифная политика, контроль.

Представлены результаты анализа состояния жилищно-коммунального хозяйства г. Уфы Республики Башкортостан и мониторинга рынка услуг по управлению многоквартирными домами. Выявлены основные проблемы, сформулированы взаимоувязанные задачи, решение которых позволит создать условия для эффективного развития отрасли ЖКХ на основе рыночных преобразований.

Коренные изменения в проводимой жилищно-коммунальной политике востребованы сегодня как обществом, так и властью. Главная цель преобразований жилищно-коммунального сектора российской экономики – создание условий для приведения жилищного фонда в состояние, обеспечивающее комфортные условия проживания граждан и обеспечение качественного, надежного и доступного предоставления им жилищно-коммунальных услуг.

Для реализации данной цели необходимы согласованная и совместная работа в данном направлении федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления; включение в процесс распределения и контроля финансовых потоков собственников жилья.

Рассматривая механизмы реформирования системы управления ЖКХ, следует обратить внимание на целевые программы развития отрасли. На федеральном уровне следует прежде всего указать на федеральную целевую программу «Жилище» на 2002–2010 годы, являющаяся частью приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России». В программу, в частности, включена отдельная подпрограмма «Реформирование и модернизация жилищно-коммунального комплекса Российской Федерации». В 2007 году был принят Федеральный закон «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства». В Республике Башкортостан в целях

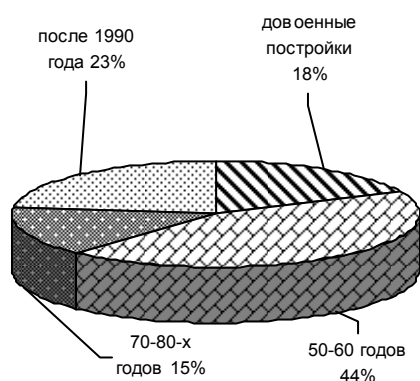
реализации названного закона Постановлением Правительства РБ утвержден План мероприятий по реформированию жилищно-коммунального хозяйства Республики Башкортостан до 2011 года, другие правовые акты. План мероприятий предусматривает развитие следующих инновационных направлений в ЖКХ республики: создание условий для развития конкурентного рынка в сфере управления жилищным фондом и коммунальном комплексе; разработка механизма взаимодействия собственников жилья и их объединений, органов местного самоуправления, государства по вопросам управления многоквартирными домами; развитие финансовых инструментов и институтов в целях привлечения инвестиций для модернизации жилищно-коммунального комплекса; совершенствование процедур тарифного регулирования в жилищно-коммунальном комплексе; создание условий для привлечения средств частных инвесторов для модернизации и развития объектов коммунальной инфраструктуры, государственная финансовая поддержка процессов модернизации и развития коммунальной инфраструктуры, обеспечение условий по минимизации рисков инвесторов; развитие приборного учета в сфере предоставления коммунальных услуг.

Основной целью деятельности предприятий жилищной сферы города Уфы в 2008–2010 годах являлась реализация целевых программ по указанным направлениям. Характеристика жилищного фонда города Уфы представлена в табл. 1 и на рис. 1 [9].

Уровень износа жилищного фонда городского округа Уфа

Степень износа	Количество домов	Доля от общего числа
до 30%	3392	31%
до 65%	5981	54%
66–70%	713	6%
свыше 70%	996	9%

по возрастным группам



по форме собственности

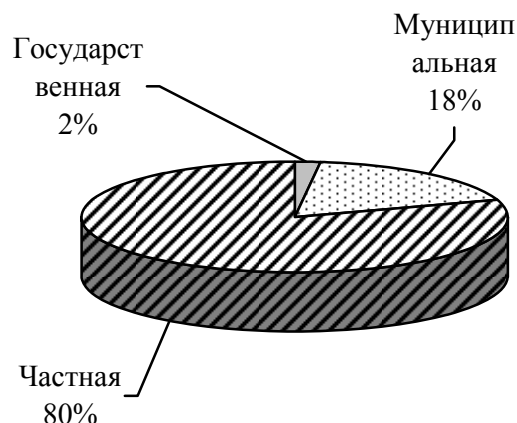


Рис. 1. Структура жилищного фонда г. Уфы

В городе Уфе действует 21 управляющая организация, из них восемь самых крупных управляющих компаний (ОАО УЖХ районов и ООО «Сипайловское»). Все они выступают единым заказчиком на предоставление собственникам, избравшим их управляющей организацией, услуг по эксплуатации и ремонту жилищных объектов, водо-, тепло-, электро- и газоснабжению жилого фонда, организуют конкурсный отбор подрядчиков по обслуживанию и ремонту, обеспечивают сбор платы за жилищно-коммунальные услуги. ОАО УЖХ районов собственниками помещений переданы в управление более 5,5 тысячи жилых домов общей площадью свыше 15 млн кв. м. Обслуживанием жилищного фонда города Уфы занимаются 78 организаций различной организационно-правовой формы с количеством работающих более 8 тысяч человек.

Целевые городские программы реформирования системы управления жилищным фондом направлены на реализацию требований Жилищного кодекса Российской Федерации и Федерального закона № 185 «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства». Деятельность указанного фонда направлена на предоставление финансовой поддержки субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям на проведение капитального ремонта многоквартирных до-

мов, переселение граждан из аварийного жилищного фонда при соблюдении получателями средств ряда условий [1, ст. 14]. Указанные условия предусматривают коренное изменение структуры городского хозяйства, передачу многих функций коммерческим предприятиям, прекращение перекрестного субсидирования, развитие производственных программ предприятий и другие вопросы.

В соответствии с законодательством собственники многоквартирных домов (МКД) в городе Уфе выбрали один из трех способов управления, предусмотренных ЖК РФ. Из 11 тыс. многоквартирных домов: в 40% – выбрали непосредственное управление собственники малоэтажных и малоквартирных домов; в 50% собственники помещений в МКД выбрали управляющую организацию. Около 10% собственников помещений в МКД вошли в товарищества собственников жилья (ТСЖ). Динамика создания ТСЖ в г. Уфе как одного из важнейших критериев получения финансовых средств на проведение капитального ремонта жилых домов представлена в табл. 2 [8].

Наблюдается консолидация движения ТСЖ в союзы и объединения. В Уфе создано некоммерческое партнерство «Содружество товариществ собственников жилья и управляющих организаций в жилищной сфере городского округа город Уфа Республики Башкортостан».

Основные цели деятельности этой организации – объединение творческого и интеллектуального потенциалов членов партнерства для представления и защиты общих интересов, решения организационных, технических, профессиональных и других вопросов, выработка согла-

сованной политики деятельности на рынке оказания услуг по управлению жилищным и нежилым фондами города Уфы и их эксплуатации, а также взаимодействие с органами исполнительной и законодательной власти.

Таблица 2

Динамика создания ТСЖ в г. Уфе

Год	2008	2009	2010
Число ТСЖ	529	880	912

Уровень оплаты населением г. Уфы всего комплекса жилищно-коммунальных услуг с 2006 г. был доведен до 100% от полной стоимости предоставления услуг.

Уфа выполнила все условия, предусмотренные 185-ФЗ, с 2008 года вошла в программу

получения субсидий от Госкорпорации – Фонд содействия реформированию ЖКХ (табл. 3) [5]. За три года капитальный ремонт был выполнен в 467 домах, это составило 7% от общего количества многоквартирных, многоэтажных домов в городе.

Таблица 3

Финансирование Адресной программы по проведению капитального ремонта в городе Уфе за 2008-2010 гг.

Год	Федеральный бюджет, млн руб.	Республиканский бюджет, млн руб.	Городской бюджет, млн руб.	Средства собственников, млн руб.	Итого, млн руб.
2008	459,9	-	244,5	39,5	743,9
2009	1561,3	148,4	-	94,5	1804,2
2010	413,6	-	39,3	31,2	484,1
Итого	2434,8	148,4	283,8	165,2	3032,2

Однако несмотря на положительные результаты в области развития рыночных механизмов в жилищной сфере города, достигнутые региональными и местными властями, необходимо отметить, что в большинстве случаев практика реформирования ЖКХ не приносит желаемого результата и не способствует развитию эффективной системы управления жилищным фондом. Так, за 2010 год из общего числа поступивших обращений и жалоб граждан в Государственную жилищную инспекцию Республики Башкортостан 53% касаются вопросов неудовлетворенной работы управляющих компаний и, как следствие, неудовлетворительного состояния многоквартирных домов; 29% – нарушений при предоставлении коммунальных услуг, 10% – начисления оплаты за жилищно-коммунальные услуги [6].

Среди проблем, препятствующих эффективному управлению многоквартирными домами (МКД) и развитию конкуренции, можно выделить следующие:

1. Пассивность собственников жилья, их недостаточная осведомленность о своих правах, плохое знание современного жилищного законодательства. Активизации участия населения в управлении жилищным фондом по мере роста платежей за жилищно-коммунальные услуги не

наблюдается. Доля домов, в которых были созданы жилищные или жилищно-строительные кооперативы и товарищества собственников жилья, остается незначительной. Жители многоквартирных домов не хотят брать на себя ответственность, которую должны нести собственники за управление и приумножение своей собственности. Сегодня они имеют возможность избежать подобной ответственности, поскольку муниципальные структуры по умолчанию продолжают управлять частным жилищным фондом как муниципальным, кроме того, по отношению к частному жилищному фонду сохраняются риски, связанные с неопределенностью источников финансирования капитального ремонта, неразвитостью механизмов страхования жилья и т. п.

Анализ показывает, что созданию и функционированию ТСЖ препятствует целый комплекс проблем как правового, организационного, финансового, так и социально-психологического характера. А ведь по жилищному законодательству именно товарищества собственников жилья (как форма управления МКД) способны непосредственно участвовать в управлении жилищным хозяйством, устанавливать общественный контроль над деятельностью предприятий и организаций ЖКХ, расходованием финансовых средств и

влиять на принятие решений относительно обслуживания и эксплуатации своих домов.

Преимущества создания в многоквартирном доме ТСЖ:

- во-первых, ТСЖ может выполнять работы по содержанию общего имущества жилого дома либо самостоятельно штатом собственных сотрудников, либо выбирать обслуживающую компанию (управляющую организацию). При этом в случае если качество предоставляемых услуг обслуживающей организации не соответствует требованиям жильцов (например, несвоевременная или некачественная уборка территории), ТСЖ вправе расторгнуть договор и заключить его с другой организацией или отдельными лицами;

- во-вторых, ТСЖ самостоятельно планирует ремонтные работы в своем доме, определяет их очередность. План таких работ и смета расходов на год утверждаются на общем собрании членов ТСЖ;

- в-третьих, ТСЖ самостоятельно заключает прямые договоры с предприятиями – поставщиками коммунальных ресурсов, а также контролирует качество и своевременность их исполнения;

- в-четвертых, ТСЖ имеет возможность получения доходов от хозяйственной (предпринимательской) деятельности. Дополнительный доход от хозяйственной деятельности ТСЖ может быть направлен на цели деятельности товарищества, предусмотренные ЖК РФ и уставом;

- в-пятых, в настоящее время государством для собственников, которые выбрали способ управления в виде управляющей организации или ТСЖ, предоставляются на условиях софинансирования субсидии из бюджетов всех уровней на проведение капитального ремонта жилого дома;

- в-шестых, сознательность и ответственность обитателей домов, где есть ТСЖ, во много раз выше, чем разрозненных горожан. «Товарищи» знают, что в случае поломки или порчи общего имущества им придется за это платить. Поэтому разбитых стекол и разрисованных стен в таких домах практически не бывает. Развитие товариществ собственников жилья – важный ресурс формирования у людей чувства подлинного хозяина, их сопричастности к общественно-политическим процессам. Собственник, поняв принципы управления и научившись эффективно содержать свою общедолевую собственность в многоквартирном доме, сможет в дальнейшем реализовать основные положения закона о местном самоуправлении, создавать территориальные общественные советы и т. д.

2. Незрелость конкуренции, наличие административных барьеров. Проведенный ана-

лиз показывает, что основной проблемой отрасли, мешающей ее дальнейшему развитию, в настоящий момент является сохранение административных принципов управления, в том числе и по причине отсутствия эффективного рынка предложения услуг и неготовности населения и органов местного самоуправления эффективно управлять принадлежащей им собственностью как в жилищной, так и в коммунальной сфере. Принятая Концепция преобразований в жилищно-коммунальном хозяйстве основывалась на предпосылке, что местные власти, ориентируясь на объективные потребности развития сектора и интересы жителей, будут активно предпринимать меры, фактически выводящие из-под их контроля тот самый сектор экономики, который во многом является базой их роли и влияния в муниципальном образовании. При этом местная власть значительно ограничивала бы сферу своего административного контроля, лишалась существенных финансовых средств, собранных с населения за услуги ЖКХ и далеко не всегда полностью используемых по назначению. Таким образом, основная проблема заключается в том, что, будучи теоретически вполне правильной, Концепция реформирования не соответствует ничьим интересам. Ни муниципальные власти, ни собственники жилья, ни население в целом, ни частный бизнес не имеют ни желания, ни возможности способствовать рыночным преобразованиям в ЖКХ [7]. Не стал исключением в данном ракурсе и город Уфа.

На рынке жилищных услуг г. Уфы доминируют муниципальные управляющие организации. Органы местного самоуправления на практике часто противодействуют вхождению «чужих» форм управления на рынок: продолжают распределять дома кварталами и районами, создают преимущества для своих муниципальных управляющих (ЖЭКи, ДЕЗы), преобразованные в коммерческие компании (как правило, в ООО и ОАО) со 100-процентной долей участия города или района. Получается, что формально все «порыночному», а на деле просто смена вывески. Качественно ситуация не меняется [3].

3. Неэффективный контроль расходования финансовых средств. Согласно утвержденному стандарту раскрытия информации управляющая компания обязана разместить на сайте (своем или муниципалитета) полную информацию о предоставляемых услугах, а также отчет о проделанной работе с указанием, на что потрачена каждая копейка, собранная с жильцов за оказание жилищно-коммунальных услуг [2]. В настоящее время у многих управляющих компаний города подобные сайты либо отсут-

ствуют вообще, либо на них представлены обобщенные, трудно проверяемые данные. Основные нарушения и злоупотребления, выявленные в данной области:

- несвоевременный расчет с поставщиками ресурсов. Пример, 1 октября 2010 года в Уфе из-за долгов не дали отопление в дома 45 частных управляющих компаний. Часть домов не имели паспортов готовности к отопительному сезону вообще, другая часть их имели, однако дома к зиме были не подготовлены. В целом по этим вопросам Государственной жилищной инспекцией РБ было выдано 2700 предписаний [6];

- нецелевое расходование средств. По оценкам специалистов, средств, собираемых по статье «содержание и текущий ремонт», при разумном их использовании вполне хватает на то, чтобы дом был в приличном состоянии. Однако зачастую деньги тратятся непонятно на что или – тоже распространенный случай – идут на ремонт другого дома [12]. По Уфе на содержание и текущий ремонт и вовсе собирается в течение года достаточно значительная сумма – 2,5 млрд рублей. При этом многие дома находятся в неудовлетворительном состоянии. За израсходованные средства управляющие компании не могут порой отчитаться даже документально, не говоря о фактическом отчете, проверить который еще сложнее.

4. Несовершенство тарифной политики. Проблемы реформирования системы тарифного регулирования отрасли ЖКХ имеют особое значение. Как правило, основные нормативные документы, принятые в целях реализации реформы жилищно-коммунального хозяйства, содержали положения по изменению политики оплаты населением жилищно-коммунальных услуг, но не касались вопросов тарифного регулирования организаций коммунального комплекса. Это во многом предопределило сегодняшнюю ситуацию в этой области, а также стало источником целого ряда проблем, связанных с финансированием данных предприятий. В общественном сознании жилищно-коммунальная реформа в настоящее время ассоциируется в первую очередь с ростом стоимости жилищно-коммунальных услуг без сколько-нибудь существенного улучшения их качества. Например, с 1999-го по 2008 год тарифы на жилищно-коммунальные услуги в Республике Башкортостан выросли более чем в 9,5 раза при общем росте потребительских цен примерно в 3,5 и номинальных доходов населения – в 5,5 раза [10]. Стоимость жилищно-коммунальных услуг и их динамика в среднем по Республике Башкортостан представлены в табл. 4 и на рис. 2 [9].

Таблица 4

Стоимость жилищно-коммунальных услуг в РБ

Рублей на 1 человека в месяц	2005	2006	2007	2008	2009
Стоимость жилищно-коммунальных услуг населению по экономически обоснованным тарифам, в том числе:					
жилищных услуг	121,68	166,40	210,99	260,47	310,34
коммунальных услуг	388,68	418,90	425,69	538,70	627,50

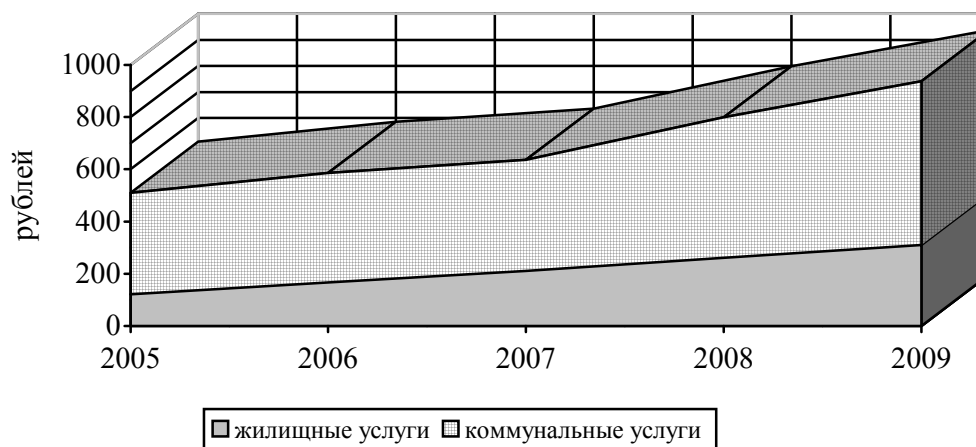


Рис. 2. Динамика роста тарифов на ЖКУ в РБ

Анализ показывает, что в Уфе в нарушение Жилищного кодекса Российской Федерации продолжается практика применения управляющими организациями тарифа на содержание и ремонт общего имущества многоквартирных домов, установленных для муниципального жилья органами местного самоуправления, без учета реального объема выполняемых в каждом доме работ и предоставляемых услуг. В то время как размер платы за жилищные услуги должен устанавливаться исключительно на общем собрании собственников помещений по предложенному управляющей организацией перечню работ и услуг. До сих пор не обеспечена прозрачность их деятельности. Протоколы собраний собственников жилья оформляются в основном формально, стандарты раскрытия информации не соблюдаются. Это относится и к организациям коммунального комплекса. В республике сегодня нет ни одного информационного ресурса, где можно было бы увидеть четкое разъяснение формирования коммунальных тарифов.

5. Низкая энергоэффективность жилищного фонда. Уфа – крупный промышленный и культурный центр России, в котором наблюдается устойчивый рост потребления энергоресурсов. Дефицит свободных электрических и тепловых мощностей составляет порядка 200–300 мВт. А это существенно влияет на темпы жилищного строительства и развитие социальной инфра-

структуры. Следовательно, необходимо эффективно использовать имеющиеся энергоресурсы, резервы экономии которых есть практически во всех сферах жизнедеятельности города. Специалисты считают, что в Уфе имеется значительный потенциал экономии практически всех видов энергоресурсов. Резервы в конечном потреблении по тепловой энергии составляют 20–25%, по электроэнергии – 15–20%, по воде – 17–22% [4]. Это касается основных затрат энергоресурсов на отопление жилых зданий, горячее водоснабжение населения, отопительно-вентиляционные нужды бюджетных объектов, лифтовое хозяйство, освещение. Основная сфера потребления (жилищный фонд, социальная сфера и муниципальные предприятия города) расходует 25% электроэнергии, 48% тепловой энергии и 80% воды. Одним из основных мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности в жилищно-коммунальном хозяйстве является установка приборов учета энергетических ресурсов. Это прежде всего установка приборов учета по теплу, воде, газу, электроэнергии. Для полного охвата жилищного фонда общедомовыми приборами учета до 01.01.2012 необходимо установить: электросчетчиков – 4509; теплосчетчиков – 3483 [5]. Приборы учета холодной и горячей воды на объектах жилого фонда г. Уфы и социальных объектах установлены в полном объеме (рис. 3).

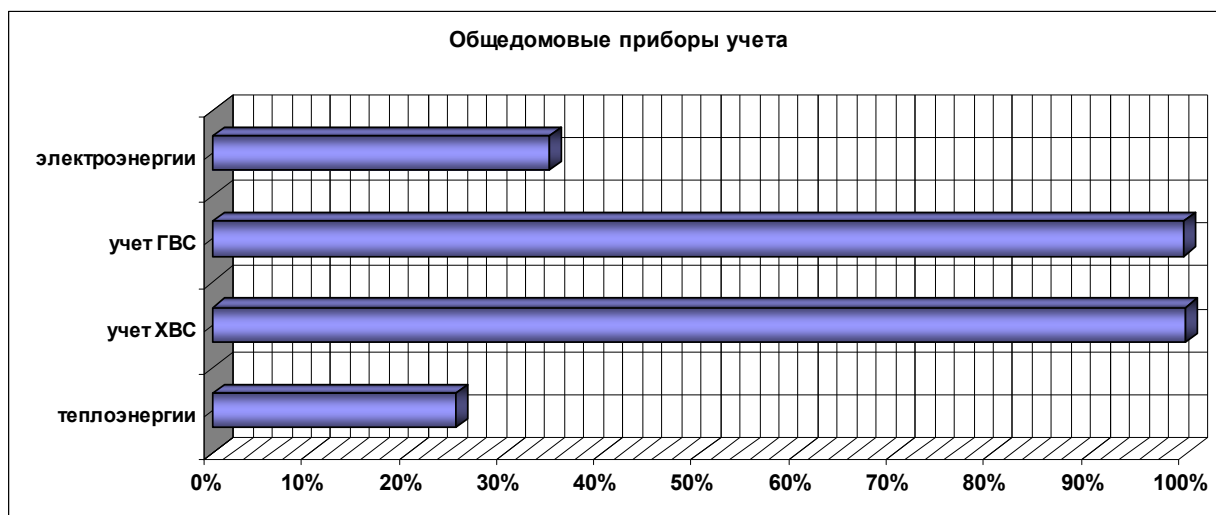


Рис. 3. Оснащенность жилищного фонда г. Уфы общедомовыми приборами учета

По расчетам они позволяют экономить до 30 процентов ресурсов, однако на их установку требуются средства. Например, общедомовые приборы учета расхода воды стоят около 10 тысяч рублей, газа – 50 тысяч рублей, а вот теплосчетчик

обойдется в куда более значительную сумму – в пределах 200–250 тысяч рублей [11].

Установка приборов учета позволит контролировать объем потребления ресурсов, даст возможность регулировать их использование. Без них невозможно оценить эффективность

мер по реновации жилых зданий и повышению их энергоэффективности.

Развитие энергосбережения в городе позволит не только высвободить энергетические мощности для обеспечения темпов роста экономики города, но и снизить у населения возрастающие расходы на коммунальные платежи, таким образом, энергосбережение имеет еще и социальную направленность.

6. Незрелость рынка профессиональных услуг в жилищной сфере. Наряду с реформированием экономического механизма жилищно-коммунального хозяйства возросла актуальность эффективного кадрового сопровождения проводимых преобразований. Одной из основных проблем, препятствующих внедрению и эффективному функционированию рыночных механизмов в жилищной сфере, является отсутствие квалифицированных управленческих кадров. Между спросом и предложением на рынке профессиональных менеджеров в ЖКХ – огромный разрыв. Низкая заработная плата в отрасли – в среднем 12 тысяч рублей в месяц — и отсутствие профильных специальностей в учебных заведениях (сегодня специалистов для ЖКХ не готовит ни один вуз республики) в итоге негативно отражаются на эффективности работы отрасли.

С развитием товариществ собственников жилья к управлению многоквартирными домами пришла масса людей, имеющих самое смутное представление о тех проблемах, которые возникают в процессе этой деятельности. Ежегодная сменяемость председателей правлений ТСЖ, в среднем по России, достигает 25-30%. Одни уходят сами. Других сменяют бесконфликтно. Третьих – привлекают к уголовной ответственности за нанесение материального ущерба собственникам помещений. Не наблюдается высокого профессионализма и в управляющих организациях. В эту сферу, почувствовав «запах легких денег», хлынули непрофессионалы. Бесконтрольная эксплуатация МКД такими организациями стимулируется разрозненностью собственников жилья и отсутствием системного контроля.

За рубежом необходимость получения специального образования для работы управляющим жилым домом возникает не из-за законодательных требований, а по условиям рынка: собственники не доверяют управление своим имуществом неквалифицированным специалистам. И наоборот, наличие сертификатов о специальном образовании, особенно общепризнанных на национальном или международном уровне, повышает шансы управляющего на получение заказа от собственников и высокую оплату своего труда. Все это говорит о крайней

актуальности и своевременности постановки вопроса не только о разработке новых образовательных продуктов (учебных программ и планов, методик преподавания и пр.) для обучения специалистов в жилищно-коммунальной сфере, но и повышения квалификации, обновления знаний преподавателей по тематике предоставления жилищных и коммунальных услуг.

Результаты мониторинга рынка услуг по управлению многоквартирными домами в г. Уфе позволили выявить основные проблемы в данной сфере и сформулировать механизмы по их разрешению:

1. Вовлечение населения в сферу управления собственной недвижимостью. Основные механизмы решения данной задачи:

- активизация информационно-разъяснительной работы. С целью разъяснения положений действующего законодательства в городе должна проводиться информационная работа по следующим направлениям: подготовка пособий для собственников помещений в многоквартирных домах, в которых будут содержаться рекомендации по выбору способа управления многоквартирным домом, сведения о нововведениях в жилищном законодательстве, комментарии специалистов и т. п.;

- создание системы «одного окна» по всем вопросам, связанным с реформой управления жилым фондом, созданием и функционированием ТСЖ;

- проведение регулярных «круглых столов» с представителями общественных организаций, с представителями управляющих жилищных компаний для рассмотрения насущных вопросов;

- формирование и развитие института старших по дому и советов домов, куда могли бы войти наиболее активные граждане, представители от каждого подъезда. Через них управляющие организации выстраивали бы отношения со всеми остальными жильцами.

2. Мониторинг управляющих жилищных организаций, повышение эффективности контроля за их деятельностью. В данном направлении необходимо:

- активизировать работу по реализации Постановления Правительства Российской Федерации № 731 «Об утверждении стандарта раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами». Обязать все управляющие организации в ближайшие сроки создать официальные сайты, где разместить полную информацию о предоставляемых услугах, а также отчет о проделанной работе с указанием, на что потрачена каждая копейка, собранная с жильцов за оказание жилищно-коммунальных услуг;

- подобный контроль должен осуществляться не только заинтересованными субъектами рынка жилищных услуг (население, муниципалитеты, ведомства), но и средствами массовой информации;

- регулярное проведение социологических опросов населения, выявление наиболее «острых» проблем, мнений горожан о проводимых преобразованиях, пожеланий и т. д.;

- и конечно, необходим государственный контроль всей системы ЖКХ.

3. *Совершенствование тарифного регулирования организаций жилищно-коммунального комплекса.* Сдерживание роста цен на рынке жилищных услуг и повышение их качества возможно осуществлять только путем:

- развития конкуренции в данном секторе, в том числе за счет привлечения в него частных организаций;

- принятия комплекса мер по стимулированию развития малого бизнеса и улучшению бизнес-среды посредством демонаполизации рынка и открытия его для эффективных управляющих и обслуживающих организаций;

- на федеральном уровне – обеспечения методической и организационной поддержки тарифного регулирования;

- перехода от краткосрочного, годового тарифного планирования к установлению среднесрочных тарифов, увязанных с производственными задачами, решаемыми предприятиями отрасли;

- введения в процессы ценообразования двуставочных тарифов для потребителей, что позволит устранить имеющийся дисбаланс доходов и расходов организаций коммунального комплекса и добиться ликвидации перекрестного субсидирования.

4. *Стимулирование ресурсосбережения всех субъектов ЖКХ* через реализацию следующих мероприятий: энергоресурсоаудит жилого фонда; повсеместный приборный учет расходования ресурсов; экономическая мотивация ресурсосбережения управляющими жилищными организациями; популяризация лучшего опыта российских регионов по внедрению инновационных подходов к энерго- и ресурсосбережению.

5. *Формирование и развитие кадрового потенциала отрасли ЖКХ.* Важнейшая задача сегодня – выработка стратегических направлений по подъему уровня квалификации и компетентности работников предприятий ЖКХ независимо от формы собственности. Разработка региональной концепции формирования и развития кадрового потенциала отрасли должна быть направлена на решение следующих задач:

- определение профессиональных и квалификационных требований по основным функционально-должностным категориям (в том числе и ТСЖ) с учетом технического переоснащения предприятий ЖКХ;

- формирование системы подготовки, переподготовки, повышения квалификации как технического персонала, так и управленцев;

- создание кадрового резерва предприятий ЖКХ, управляющих компаний и ТСЖ на региональном и муниципальном уровнях;

- координация деятельности по обучению и аттестации кадров руководителей и специалистов в регионах и муниципальных образованиях;

- финансирование методического и информационного обеспечения всей работы по подготовке и повышению квалификации кадров;

- финансирование консультационной поддержки кадров (в первую очередь в ТСЖ);

- определение порядка стимулирования персонала предприятий ЖКХ в повышении качества услуг.

Таким образом, приоритетными задачами, решение которых позволит сформировать условия для развития эффективного, конкурентного рынка в жилищной сфере г. Уфы, должны быть:

- вовлечение гражданина-собственника в процесс управления жилищным фондом, стимулирование процесса создания товариществ собственников жилья, активизация работы домовых комитетов, советов микрорайонов;

- развитие конкуренции в данном секторе, в том числе за счет привлечения в него частных организаций, поддержки малого предпринимательства, устранение административных барьеров;

- мониторинг управляющих жилищных организаций, повышение эффективности контроля за их деятельностью;

- совершенствование тарифного регулирования организаций жилищно-коммунального комплекса;

- создание рациональной структуры и оптимального уровня потребления топливно-энергетических ресурсов, внедрение современных энергоресурсосберегающих, малоотходных технологий;

- разработка региональной концепции формирования и развития кадрового потенциала отрасли ЖКХ.

Реализация вышеуказанных задач позволит обеспечить комфортные условия проживания граждан в многоквартирных домах, качество, надежность и доступность жилищно-коммунальных услуг.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 21 июля 2007 г. № 185-ФЗ «О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства» (с изм., принят Государственной Думой 6 июля 2007 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: информационно-правовой портал Гарант <http://base.garant.ru>

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 23 сентября 2010 г. № 731 «Об утверждении стандарта раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами» // Рос. газ. – 2010. – 1 октября.
3. Гордеев Д. П. О саморегулировании в сфере управления многоквартирными домами // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ. – 2008. – № 2. – С. 3-10.
4. Городской центр энергосбережения и внедрения энергоэффективных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cevet.ru>
5. Официальный сайт Администрации городского округа город Уфа РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ufacity.info/news/>
6. Официальный сайт Государственной жилищной инспекции по Республике Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gzhirb.ru>
7. Официальный сайт Министерства ЖКХ Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mgkhrb.ru>
8. Официальный сайт МУП Управление жилищным хозяйством г. Уфы РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ughufa.ru/>
9. Показатели жилищно-коммунального хозяйства Республики Башкортостан : стат. сб. – Уфа : Башкортостанстат, 2010. – 80 с.
10. Толкачев К. Оплачивать только реальные услуги // Газета «Республика Башкортостан». – 2010. – № 245.
11. Тряскина Г. Теплосчетчик в рассрочку. Приборы учета ресурсов установят во всех домах // Газета «Республика Башкортостан». – 2010. – № 168.
12. Тряскина Г. Управляющая компания отвечает за все. И в первую очередь – за качество предоставляемых услуг // Газета «Республика Башкортостан». – 2011. – № 16.

Sh. Z. Valiev*

**Valiev Shamil, Doctor of Economics, Professor of Ufa State Academy of Economics and Service, Ufa uop-ugaes@mail.ru*

I. G. Gavrilenko*

**Gavrilenko Irina, Graduate student of Ufa State Academy of Economics and Service, Ufa Gavrilenko.i.g@mail.ru*

MONITORING THE MARKET OF APARTMENT BUILDINGS MANAGEMENT SERVICES. REGIONAL ASPECT

Key words: market of apartment building management services, competitiveness, house owners' associations, tariff policy, control.

The article presents the analysis of housing and communal services in Ufa, Bashkortostan Republic and studies the market of apartment building management services. The author formulated the basic problems and set the interrelated tasks, solving which will create conditions for effective development of the housing industry based on market reforms.

© Валиев Ш. З., Гавриленко И. Г., 2011

РЫНКИ: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

УДК 379.85

К. Ю. Лашманкина*

**Лашманкина Ксения Юрьевна, аспирант*

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск

lashmankin@rambler.ru

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Ключевые слова: туристский продукт, рынок туристских услуг, туристский потенциал региона, объекты туристско-экскурсионного показа, региональный туристский комплекс.

Проводится анализ особенностей рынка туристских услуг в Республике Мордовия. Исследованы барьеры, стоящие на пути развития рынка туристских услуг и тормозящие его модернизацию.

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года [1], определенной основными направлениями перехода на инновационный тип экономического развития [2], особенности рынка туристских услуг в Республике Мордовия определяются особым туристским потенциалом региона, включающим: выгодное транзитное положение республики, множество малых рек и озер, протяженные лесные массивы, разнообразные лечебно-оздоровительные факторы природной среды, многочисленные исторические и памятные места, уникальные национальные и культурные традиции и т. д. Рассмотрим туристский потенциал региона в сочетании с различными видами туризма и объектами туристско-экскурсионного показа. В качестве объектов туристско-экскурсионного показа в республике выступают (рис. 1):

1) объекты *паломничества, религиозного и этнического туризма;*

2) объекты *экологического туризма* (государственный заповедник, национальный парк, центр г. Саранска как историко-архитектурная зона, заказники: комплексные – 12 и ботанические – 8, памятники природы: комплексные – 9, ботанические – 27, зоологические – 8, геологические – 9);

3) объекты *санаторно-курортной инфраструктуры*, созданные на основе использования имеющихся в республике различных лечебных факторов (сеть санаторно-курортных учреждений республики насчитывает 58 санаторно-курортных организаций на 3826 номеров (из них класса «люкс» – 482);

4) объекты *приключенческого туризма, охоты и рыбной ловли* (учебно-научные стационары, лагерь приключений, парк устойчивого развития, охотничьи и рыболовные хозяйства и т. п.);

5) объекты *спортивно-оздоровительного, событийного и бизнес-туризма* (международные, общероссийские и региональные спортивные-массовые мероприятия, выставки, ярмарки, семинары, конференции, организуемые на базе Экспоцентра и др.);

6) объекты *экскурсионного показа* (музеи, которых в Мордовии около 100, архитектурные и исторические памятники и другие объекты показа).

Комплексный анализ современного состояния рынка туристских услуг показал, что развитие туризма в Республике Мордовия сдерживается следующими факторами (барьерами), которые тормозят его развитие и препятствуют модернизации в соответствии с требованиями внешней среды:

1. *Средства размещения.* Количественные и качественные характеристики средств размещения являются основными показателями развития внутреннего и въездного туризма. По данным Мордовиястата на 1.01.11 г., количество предприятий гостиничного типа в республике – 35 на 3449 мест (1582 номера), причем эти показатели имеют устойчивую тенденцию к снижению, именно поэтому в настоящее время в Мордовии преобладает экскурсионный туризм, который в силу незначительного по времени пребывания туристов является экономически малоэффективным.

2. *Транспортное обслуживание туристов и экскурсантов.* Транспортные потоки в республике обслуживают Рузаевское отделение Куйбышевской железной дороги, автотранспортные предприятия, Саранский авиаотряд через аэропорт Саранск. Вместе с тем практически отсутствует парк современных туристских и экскурсионных автобусов с кондиционерами, микроавтобусов, система проката автомобилей,

прогулочных речных судов. То, что сегодня предлагают автотранспортные предприятия, или слишком дорого, особенно для проведения детских экскурсий, или находится в неудовлетворительном техническом состоянии (устаревшая техника без микрофонов, грязь и непрезентабельный внешний вид). Многие интересные, пользовавшиеся большой популярностью туристские и экскурсионные маршруты в республике утеряны не только из-за недостатка средств, но и плохого состояния. Существуют и проблемы состояния автодорог на основных туристских маршрутах, автостоянок (особенно вблизи объектов показа), безопасности туристских переходов.

3. *Предприятия питания.* В целом система общественного питания в республике способна обеспечить своими услугами туристский поток, но ощущается недостаток предприятий быстрого обслуживания, особенно на трассах туристских и экскурсионных маршрутов, недорогих кафе и ресторанов с национальной кухней. Особая проблема – наличие отвечающих современным требованиям точек питания вблизи объектов туристского показа.

4. *Предприятия торговли.* Показателем интенсивности въездного туризма является сумма расходов туриста на данной территории, а высокая доходность от туризма обеспечивается прежде всего не налогами, которые платят турфирмы, а значительной долей расходов на товары как специального туристского назначения (например, фототовары), так и сувениры, включая фирменные изделия, изделия ручной работы, редкие, а также недорогие, но с определенной символикой, национальным колоритом, присущие конкретному туристскому центру открытки, буклеты и другую печатную продукцию. Сегодня в республике есть разработчики и производители сувенирной продукции, но в Саранске мало специализированных сувенирных магазинов, особенно, в местах, посещаемых туристами (центр, вокзалы, места туристского показа и т. д.). Сувенирная продукция должна быть разнообразной и отвечать любым запросам туристов, представляющих разные социальные слои, как с точки зрения качества, так и цены. Производство и продажа памятных сувениров имеет большое значение и для местного населения туристских центров республики, поскольку обеспечивает его занятость, дает определенный доход, повышает привлекательность объектов показа и служит своего рода рекламой мест посещения.

5. *Объекты и средства развлечения.* Как было сказано выше, в последнее время в республике много внимания уделяется строительству и реконструкции спортивных сооружений, реставрации объектов культуры, создаются

различные центры развлечений, клубы по интересам. Большое значение для туристской привлекательности республики имеет введение в эксплуатацию физкультурно-оздоровительных комплексов «Мордовия», «Старт», Ледовый дворец, биатлонный комплекс и др. Однако при всех имеющихся предпосылках в республике еще мало возможностей для организации семейного и детского туризма, пользующихся большой популярностью во всем мире охоты и рыбалки, а также разнообразных культурных туристских программ.

6. *Благоустройство туристских территорий.* Этот вопрос имеет большое значение не только для развития туризма в республике, но и для создания комфортной среды проживания ее жителей, как часть общей культуры. Вместе с тем даже в г. Саранске, кроме центра города, практически нет мест для прогулок туристов и экскурсантов.

7. *Экскурсионное обслуживание.* Качество экскурсионных услуг является основным видом конкурентного преимущества и позволяет сформировать положительный имидж как Республики Мордовия в целом, так и ее туристских центров, а значит, увеличить приток туристов и повысить доходы туристской отрасли. Существовавшая прежде система экскурсионного обслуживания жителей и гостей республики, базировавшаяся на хорошо поставленном обучении и постоянном повышении квалификации экскурсоводов на основе единых требований, действенном контроле за качеством проводимых экскурсий, их надежном методическом обеспечении, отличалась достаточно высоким уровнем, который в настоящее время заметно снизился по многим причинам. Краеведческий музей не в состоянии обеспечить гидами и экскурсоводами гостей Мордовии на протяжении всего года, содержать методический отдел или просто методиста.

Сегодня в целом отсутствует система контроля за качеством проведения экскурсий в связи с недостаточностью нормативно-правовой базы регулирования экскурсионной деятельности, отсутствием на общероссийском уровне аттестации и аккредитации экскурсоводов и гидов-переводчиков. Задачи научно-методического обеспечения туристско-экскурсионной деятельности, повышения квалификации туристско-экскурсионных кадров, распространения передового опыта, внедрения новых технологий в туристско-экскурсионную деятельность, оказания помощи предприятиям независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности по организации и совершенствованию их деятельности в сфере туризма и экскурсий должны решаться на государственном уровне.



Рис. 1. Объекты туристско-экскурсионного показа в РМ

8. *Информационное обеспечение турпрограмм.* Прибывающим в республику туристам, как и ее жителям, практически невозможно получить необходимую информацию о средствах размещения, туристских и экскурсионных маршрутах, достопримечательностях, объектах развлечения, различных мероприятиях и т. д., в то время как во всем мире, а теперь и во многих городах России созданы структуры, включающие туристские информационные офисы, бюро и т. д., куда можно обратиться за подобной информацией. Также во всем мире имеет место информационное оснащение аэропорта, железнодорожного вокзала, автовокзала стендами и указателями с текстами туристской тематики или символики (гостиницы, туробъекты, турагентства и т. д.), установка в местах прохождения наибольших туристских потоков щитов с некоммерческой туристской информацией, указателей центральных улиц на нескольких европейских языках и т. д.

9. *Условия, стимулирующие приток инвестиций в инфраструктуру туризма,* нельзя считать удовлетворительными. Имеются проекты и потенциальные инвесторы, готовые

вкладывать в них средства, но очень сложно решаются вопросы, связанные прежде всего с землеотведением и покупкой с последующей передачей объектов недвижимости, в том числе, относящихся к коммунальному имуществу.

10. *Кадровый потенциал и образование в сфере туризма.* В настоящее время ощущается нехватка квалифицированных кадров, и прежде всего в сфере туристско-экскурсионного обслуживания и ресторанно-гостиничного бизнеса, что непосредственно отражается на качестве республиканского турпродукта.

В настоящее время в Республике Мордовия подготовка и повышение квалификации туристских кадров осуществляется в следующих формах:

- редкие нерегулярные краткосрочные семинары (2-3 дня), однодневные семинары-совещания и конференции по проблемам организации детско-юношеского туризма и краеведения, проводимые Республиканской станцией юных туристов РМ (РСЮтур РМ) совместно с Мордовским республиканским институтом образования (МРИО);

- отдельные лекции (2-4 часа) по основам организации детско-юношеского туризма и краеве-

дения для учителей географии, истории, биологии, ОБЖ, физической культуры по линии МРИО;

- ежегодная подготовка инструкторов детско-юношеского туризма для работы в системе лагерей «Школа приключений» при отделе «Туризм и краеведение» муниципального образовательного учреждения дополнительного образования Дворец детского творчества (до 40 человек ежегодно начиная с 1998 г.);

- работа отделения «Туризм и краеведение» на факультете внеучебной работы МГПИ им. М. Е. Евсевьева (2-летний курс, 12-15 чел.) по подготовке инструкторов детско-юношеского туризма и краеведения;

- 36-часовой курс по основам спортивного туризма для будущих учителей физической культуры и преподавателей ОБЖ на факультете физического воспитания МГПИ им. М. Е. Евсевьева;

- направление учителей-организаторов школьного туризма и краеведения и штатных работников (методистов и руководителей кружков) РСЮтур РМ на краткосрочные курсы и семинары, проводимые Центром детско-юношеского туризма и краеведения МО РФ;

- туристско-краеведческая подготовка будущих учителей начальных классов по программе «Краеведение», осуществляемая на педагогическом факультете МГПИ им. М. Е. Евсевьева;

- подготовка студентов по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» на географическом факультете МГУ им. Н. П. Огарева (первый набор в 2007 г.).

11. *Продвижение туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках* – торгово-выставочная деятельность. Эта проблема для туризма имеет первостепенное значение, что осуществляется в виде под-

держки туристских рабочих встреч (work-shop), издании для представительских целей путеводителей, буклетов, другой печатной продукции, в т. ч. на английском языке, участия в каталогах, издаваемых Департаментом туризма Минэкономразвития РФ («Russia») и РАТА («Just Russia») на английском, немецком и на других языках для распространения на крупнейших туристских зарубежных выставках, а также в других проектах.

В настоящее время требуется активизация этой работы на более высоком уровне. Следующим шагом может стать участие в туристских выставках за рубежом на едином стенде Российской Федерации. Необходимо создать представительский фильм о Республике Мордовия для посольских клубов, торговых представительств и других организаций, телевизионную передачу о туризме, организовать ознакомительный тур по республике для отечественных и иностранных журналистов, крупных российских туроператоров, создать официальный Интернет-сайт по туризму, страницу Республики Мордовия в расширенном Интернет-портале федерального органа управления туризмом, шире использовать опыт имиджевой деятельности стран с развитым туристским комплексом по выбору и продвижению конкретных тем, связанных с отдыхом и туризмом, постепенно переориентировать имиджевую деятельность на позиционирование туристских маршрутов в привязке к исследуемому региону.

Характеристика выявленных барьеров, стоящих на пути развития рынка туристских услуг и тормозящих его модернизацию, систематизирована в табл. 1.

Таблица 1

Барьеры, стоящие на пути развития рынка туристских услуг и тормозящие его модернизацию

Наименование	Содержание
Инфраструктурные	Отсутствие гостиниц международного уровня; недостаточное развитие ресторанно-гостиничного бизнеса, современных форматов торговли и общественного питания, индустрии «свободного времени»; проблемы транспортной инфраструктуры
Информационные	Отсутствие необходимой информации о туристских и экскурсионных маршрутах, достопримечательностях, объектах туристско-экскурсионного показа и развлечениях, средствах размещения и др.
Инвестиционные	Проблемы, связанные с землеотведением и покупкой объектов недвижимости
Инновационные	Отсутствие мотивации для внедрения новых технологий в туристско-экскурсионную деятельность
Маркетинговые	Отсутствие официального Интернет-сайта по туризму, а также страницы РМ в расширенном Интернет-портале Федерального агентства по туризму
Кадровые	Недостаток квалифицированных кадров, прежде всего в сфере туристско-экскурсионного обслуживания и ресторанно-гостиничного бизнеса
Сервисные (экскурсионный и туристский сервис)	Отсутствие системы контроля за качеством проведения экскурсий; ликвидация системы аттестации и аккредитации экскурсоводов; недостаточное количество мест для прогулок туристов и экскурсантов, отвечающих требованиям качества и комфорта

Приведенный выше анализ состояния отдельных элементов туристской сферы в республике позволяет говорить о необходимости создания республиканского туристского комплекса экономики, охватывающего различные отрасли и сферы деятельности, что является основой для развития туризма, без чего туристский потенциал республики не только не будет давать должной отдачи, но и постепенно утрачиваться [3].

В соответствии со ст. 4. Закона РМ «О туризме в Республике Мордовия» от 2 октября 2000 г. [4] принципами государственного регулирования туризма и туристской деятельности в Республике Мордовия являются: создание условий для развития и модернизации туристской инфраструктуры на территории Республики

Мордовия; определение приоритетных направлений развития туристской деятельности; содействие туристской деятельности, создание благоприятных условий для ее развития, стимулирования внутреннего и въездного туризма, притока туристов из других регионов Российской Федерации и иностранных государств; оказание содействия в повышении роли туризма в формировании доходной части республиканского и местного бюджетов, в создании новых рабочих мест; содействие инвестированию средств в развитие туристской индустрии на территории Республики Мордовия; обеспечение охраны окружающей природной среды, сохранения исторического и культурного наследия.

Библиографический список

1. Стратегия социально-экономического развития Республики Мордовия до 2025 года. – Саранск, 2008. – 102 с.
2. Горина А. П., Земскова Е. С. Инновационный путь экономического развития как эндогенный фактор восстановления глобальной экономики в посткризисный период // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2010. – № 1. – С. 364-367.
3. Республиканская программа «Развитие туризма в Республике Мордовия» на 2009– 2011 годы.
4. «О туризме в Республике Мордовия» : Закон Республики Мордовия // Принят Государственным Собранием Республики Мордовия 22 сентября 2000 года (в ред. Закона РМ от 01.04.2003 № 11-3).

K. Yu. Lashmankina*

**Lashmankina Ksenia, Graduate student of
Mordovia State University of Ogarev, Saransk
lashmankin@rambler.ru*

ANALYSIS OF TOURISM MARKET FEATURES IN MORDOVIA

Key words: tourism product, tourism service market, tourism potential of the region, sightseeing objects, regional tourism complex.

The article considers characteristics of tourism market in Mordovia Republic. The author analyzes the barriers that exist in the development of tourism market and hinder its modernization.

© Лашманкина К. Ю., 2011

МИКРОУРОВЕНЬ**ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ**

УДК .001.7

В. П. Пузанков***Пузанков Вадим Пуусович, соискатель**Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексева, г. Нижний Новгород**vppuzankov@gmail.com***КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН
ПРИ ПРИНЯТИИ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ**

Ключевые слова: инновации, оценка эффективности, инновационные решения, заинтересованные стороны, классификация, критерии эффективности, инвестиции, финансирование.

Принятие инновационного решения и оценка его эффективности является сложной экономической задачей, на решение которой влияют многие факторы. Эти факторы необходимо классифицировать, чтобы определить меру их влияния на принятие решения в том или ином случае. В статье предлагаются классификации заинтересованных сторон при принятии инновационных решений и оценке их эффективности.

Необходимость классификации заинтересованных сторон обусловлена требованием определения общей ситуации, связанной с реализацией инноваций и оценкой их эффективности. Например, наличие единственной заинтересованной стороны и нескольких заинтересованных сторон приводит к различным задачам при выборе эффективных решений.

Важную роль играет фактор учета интересов каждой из заинтересованных сторон. Здесь возможны ситуации, когда интересы заинтересованных сторон совпадают или они коренным образом отличаются. Оценка эффективности инноваций будет зависеть также от организационно-правовой формы заинтересованных сторон. Очевидно, что указанная оценка будет по-разному осуществляться частными компаниями и государственными органами.

Следующим фактором, который следует учитывать при формировании указанной классификации, является уровень анализа, к которому относится заинтересованная сторона. В качестве этих уровней могут быть: федеральный, региональный, городской, отраслевой и другие уровни.

Кроме указанных, можно определить и другие факторы, характеризующие заинтересованные стороны при оценке эффективности инноваций.

Исходя из вышеизложенного ниже предлагается следующая классификация заинтересованных сторон:

1. По количеству заинтересованных сторон.
2. По интересам заинтересованных сторон.
3. По организационно-правовым формам.
4. По уровням анализа.

5. По целям.

6. По средствам достижения целей.

7. По критериям эффективности.

Дадим краткий анализ указанных классификаций.

1. Классификация заинтересованных сторон по количественному признаку.

Данная классификация рассматривает две возможности:

- наличие единственной заинтересованной стороны;
- наличие нескольких заинтересованных сторон.

В первом случае выбор эффективных инновационных решений осуществляется единственной заинтересованной стороной. В существующей экономической литературе в большинстве случаев рассматривается именно эта ситуация. При этом оценка эффективности инноваций осуществляется с позиций той или иной стороны (предприятия, инвестора, администрации и т. п.). В данном случае отсутствует проблема учета интересов различных заинтересованных сторон (поставщиков, потребителей, кредиторов и др.).

Во второй ситуации фактор учета интересов различных заинтересованных сторон становится определяющим. Возникает необходимость согласования интересов нескольких заинтересованных сторон.

Пример 1. Оценка инновационно-экономического состояния предприятия.

Рассматриваются следующие ситуации:

- 1) оценка состояния предприятия самим предприятием;

2) оценка состояния предприятия государственными органами.

В первом случае предприятие использует для оценки экономических показателей

$$K_n = \{K_{ni}\}, i = \overline{1, n}.$$

Во втором случае государственный орган осуществляет оценку предприятия не только по экономическому, но и по набору инновационных показателей:

$$K_n = \{K_{nj}\}, j = \overline{1, J}.$$

В настоящее время Росстатом используется статистическая форма наблюдения, такая как форма № 4 – инновации «Сведения об инновационной деятельности».

Раздел 1 указанной формы называется «Общие организационно-экономические показатели организации». В этом разделе указываются: жизненный цикл основного вида продукции, общие экономические показатели (инвестиции в основной капитал, среднесписочная численность работников, объем отгруженной продукции, рынок сбыта и др.).

Раздел 2 имеет название «Инновационная активность организации». В нем указываются показатели: уровень инновационной активности, число организаций, имеющих инновации, технологические, маркетинговые, организационные инновации и т. д.

2. Классификация заинтересованных сторон по интересам.

Данная классификация может быть описана следующим образом.

В процессе выбора эффективных инновационных решений участвует множество заинтересованных сторон

$$ZC = \{ZC_i\}, i = \overline{1, n}.$$

В качестве ZC_i могут выступать: производители товаров, потребители, инвесторы, кредиторы и т. п.

Каждая из заинтересованных сторон характеризуется набором интересов:

$$H_n = \{H_{nj}\}, j = \overline{1, J}.$$

Указанные интересы могут иметь экономическое, социальное, технологическое и иное содержание.

Возможны следующие ситуации:

1. Интересы всех заинтересованных сторон совпадают.

2. Интересы всех заинтересованных сторон являются различными (несовпадающими).

3. Интересы некоторых заинтересованных сторон совпадают, а у остальных – различны.

Во второй и третьей ситуации потребуется применение тех или иных способов согласования интересов заинтересованных сторон.

Пример 2. Выбор эффективных инновационных решений при наличии антагонистических интересов.

Наличие эффективных инновационных решений при наличии антагонистических (противоположных) интересов приводит к конфликту участников. При этом конфликтная ситуация описывается следующим образом:

1. Имеется два или более конфликтов. Совокупность указанных участников обозначим через

$$Y_n = \{Y_{ni}\}, i = \overline{1, n}.$$

2. Каждый из участников характеризуется набором стратегий (альтернатив)

$$X_n = \{X_{nj}\}, j = \overline{1, n}.$$

В случае двух участников набор стратегий первого участника

$$X_1 = \{X_{1j}\}, j = \overline{1, n}.$$

Набор стратегий второго участника

$$Y_2 = \{Y_{2i}\}, i = \overline{1, L}.$$

3. Эффективность действий любого участника определяется с помощью функции эффективности E . В случае двух участников эффективность первого участника определяется с помощью функции E_1 , а второго – с помощью функции E_2 .

4. Условие антагонизма участников записывается в виде:

$$E_1(X, Y) = -E_2(X, Y) = E(X, Y).$$

Антагонизм участников заключается в том, что выигрыш одного из них в точности равен проигрышу другого.

5. В случае дискретного изменения стратегий участников для выбора эффективных решений используется матрица эффективности $\|E(X, Y)\|$.

6. Оценка эффективности указанных решений осуществляется с помощью принципа оптимальности $G(X, Y)$, в качестве которого могут быть принципы: оптимизма, пессимизма и др.

Пример 3. В качестве заинтересованных сторон выступают олигополисты на рынке олигополий O_1 и O_2 . Интересы олигополистов являются антагонистическими.

Каждый из олигополистов проводит свою ценовую политику.

В качестве стратегий олигополистов выступают стратегии ценообразования. Набор стратегий первого олигополиста

$$X_1 = P_1 = \{P_{1i}\}, i = \overline{1, n}.$$

а второго

$$X_2 = P_2 = \{P_{2j}\}, j = \overline{1, J}.$$

Здесь P_1, P_2 – наборы возможных цен олигополистов.

Допустим, что критерием эффективности принимаемых решений является выручка (валовой доход) TR . В данном случае выручка первого участника выручка первого участника запишется в виде $TR_1(P_1, P_2)$. Функция выигрыша второго будет $TR_2(P_1, P_2)$.

Выигрыш первого олигополиста будет соответствовать проигрышу второго, поэтому будет выполняться условие:

$$TR_1(P_1, P_2) = -TR_2(P_1, P_2)$$

Для выбора оптимальных стратегий может быть построена матрица выигрышей $\|TR(P_1, P_2)\|$.

При этом потребуется определить принципы оптимального выбора стратегий каждым из участников. В частности, может быть применен принцип гарантированного результата. Гарантированный выигрыш первого участника определяется в виде:

$$TR_{1Г} = \max_{P_1} \min_{P_2} TR(P_1, P_2)$$

Выигрыш второго участника находится из выражения

$$TR_{2Г} = \min_{P_2} \max_{P_1} TR(P_1, P_2)$$

Рассмотрим ситуацию, когда интересы участников не совпадают, но не являются антагонистическими.

В ситуациях, когда интересы участников являются антагонистическими, для выбора эффективных решений может найти применение теория антагонистических игр. При числе участников, равном двум, находит применение теория игр двух лиц с нулевой суммой. Если число участников будет больше двух может быть применена теория «n» лиц с нулевой суммой. В данном случае участники разбиваются на группы, которые имеют противоположные интересы.

Во многих реальных социально-экономических задачах интересы участников хотя и не совпадают, но не являются антагонистическими. В данных ситуациях может быть использована теория игр с несовпадающими интересами. При этом условие антагонизма будет не выполняться, т. е.

$$E_1(X, Y) \neq -E_2(X, Y) \neq E(X, Y).$$

Пример 4. Рассматривается задача реструктуризации градообразующего предприятия.

В качестве заинтересованных сторон выступают: предприятие, подлежащее реструктуризации и региональные органы власти.

В качестве стратегий реструктуризации могут выступать:

- разделение предприятия на несколько бизнес-единиц;
- закрытие некоторых нерентабельных производств;
- слияние предприятия с другими производственными структурами и т. п.

Критериями эффективности реструктуризации с точки зрения предприятия выступают финансово-экономические показатели: выручка, прибыль, рентабельность и др.

В качестве критериев эффективности, которые используют органы власти, используются критерии: рост налоговых поступлений, уровень доходов населения, снижение безработных и т. п.

В данном случае интересы предприятия и администрации не являются полностью совпадающими, но они не являются и антагонистическими.

3. Классификация заинтересованных сторон по организационно-правовым формам.

Заинтересованные стороны в зависимости от своей организационно-правовой формы по разному подходят к решению задач при оценке эффективности инноваций. На принятие решений оказывает влияние структура собственников, лоббирующих свои интересы через руководство компаний. Организационно-правовые формы организаций отражаются в объединенном классификаторе организационно-правовых форм (ОКОПФ). Заинтересованные стороны в зависимости от своей организационно-правовой формы классифицируются по территориальной принадлежности собственника:

1. Российская собственность.
2. Иностранная собственность.
3. Совместная российская и иностранная собственность.

По видам собственности:

1. Частная собственность.
2. Государственная собственность.
3. Федеральная собственность.
4. Собственность субъектов.
5. Муниципальная собственность.
6. Собственность общественных и религиозных организаций, объединений, союзов и пр.
7. Собственность потребительских кооперативов.

8. Смешанная собственность.

По юридическому оформлению:

1. С образованием юридического лица.
2. Без образования юридического лица.

По структурным отличиям:

1. Собственность организаций.
2. Собственность филиалов.
3. Собственность объединений.

4. Классификация заинтересованных сторон по уровням анализа.

Схема заинтересованных сторон представлена на рис. 1.

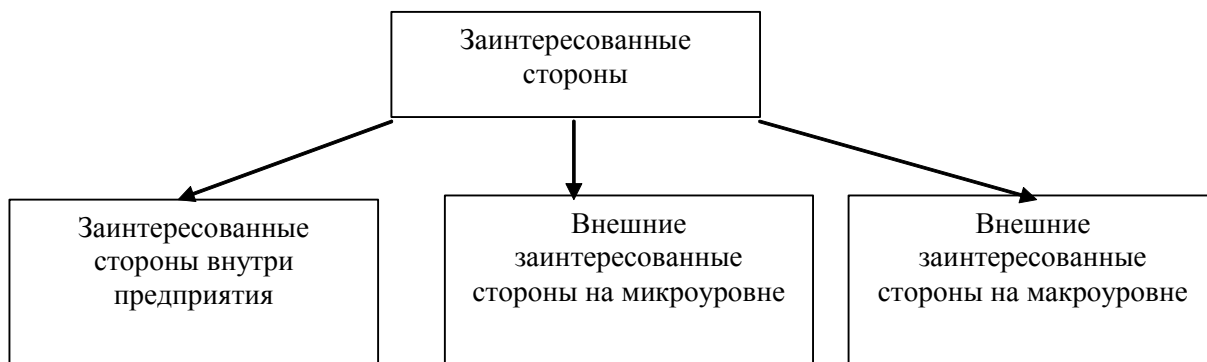


Рис. 1

Данная схема реализует системный многоуровневый подход к определению заинтересованных сторон при выборе инновационных решений. В этой схеме в качестве уровней анализа выступают:

- уровень предприятия;
- внешний микроуровень;
- внешний макроуровень.

Дадим краткий анализ заинтересованных сторон, относящихся к указанным уровням анализа.

На уровне предприятия в качестве заинтересованных сторон могут выступать: различные структурные подразделения; бизнес-единицы;

менеджмент предприятия; акционеры (владелец предприятия).

В общем случае интересы различных участников производственных процессов предприятия будут не совпадать. Например, нельзя считать полностью совпадающими интересы собственников и менеджеров. Различными будут и интересы структурных подразделений: основного производства, вспомогательного производства, плановых отделов и т. п.

Внутренние заинтересованные стороны можно представить в виде схемы (рис. 2).

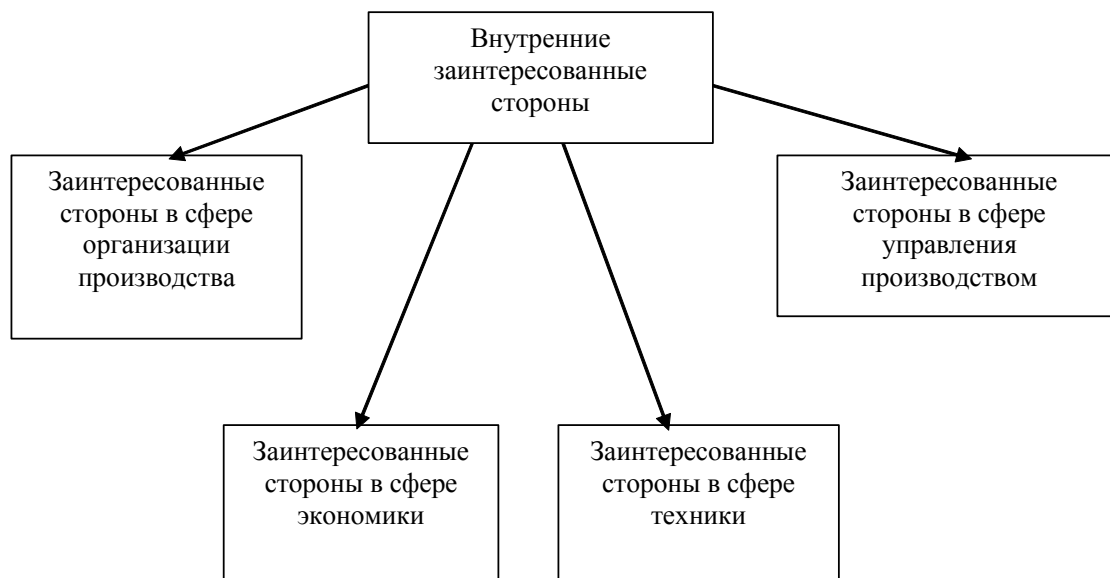


Рис. 2

В сфере организации производства можно выделить следующие заинтересованные стороны:

1. Заинтересованные стороны в сфере организации НИР.

2. Заинтересованные стороны в сфере организации ОКР.

3. Заинтересованные стороны в сфере организации технологической подготовки производства.

4. Заинтересованные стороны в сфере основного производства.

5. Заинтересованные стороны в сфере вспомогательного производства.

6. Заинтересованные стороны в сфере маркетинга.

7. Заинтересованные стороны в сфере сбыта продукции.

В сфере экономики возможно выделение следующих заинтересованных сторон:

1. Заинтересованные стороны в сфере инвестиционной политики.

2. Заинтересованные стороны в сфере кредитной политики.

3. Заинтересованные стороны в сфере роста валового дохода.

4. Заинтересованные стороны в сфере роста прибыли.

5. Заинтересованные стороны в сфере рентабельности производства.

6. Заинтересованные стороны в сфере улучшения финансовой привлекательности предприятия.

7. Заинтересованные стороны в сфере улучшения качества продукции.

В сфере взаимодействия с техникой возможны следующие заинтересованные стороны:

- освоение новой техники;

- модернизация оборудования;

- повышение эффективности оборудования;

- текущий и капитальный ремонт;

- разработка соответствующих стандартов и нормативов;

- увеличение сроков службы оборудования.

В сфере управления производством можно выделить следующие виды деятельности:

- обучение персонала;

- материальное и моральное стимулирование;

- повышение эффективности менеджмента;

- улучшение микроклимата в коллективе;

- улучшение условий труда.

Схема, представляющая внешние заинтересованные стороны на микроуровне, представлена на рис. 3.



Рис. 3

При взаимодействии с поставщиками возможны следующие отрицательные последствия:

- несвоевременная поставка материалов и энергии;

- повышение цен на поставки;

- низкое качество поставок;

- отказ от поставок сырья, материалов, энергии и т. п.

В результате взаимодействия с потребителем возможны следующие негативные последствия:

- несвоевременная оплата реализованной продукции;

- отказ покупателя от полученной продукции;

- снижение спроса на поставленную продукцию;

- появление на рынке сбыта новой, более конкурентоспособной продукции.

Взаимодействие с конкурентами может сопровождаться следующими последствиями:

- появление новых конкурентов на рынке сбыта;

- появление новых товаров-заменителей;

- использование более совершенных технологий;

- использование методов недобросовестной конкуренции.

При взаимодействии с инвесторами возможны следующие отрицательные последствия:

- срыв соглашений о получении займов, инвестиций, кредитов;

- повышение ставок по кредитам;

- банкротство финансовых организаций;

- изменение ставки рефинансирования.

Взаимодействие с органами власти может сопровождаться следующими негативными последствиями:

- отказ от государственных инвестиций;

- повышение местных налогов;
- изменение таможенной политики;

- отсутствие или снижение финансирования госзаказов;
- снижение уровня госзаказов.

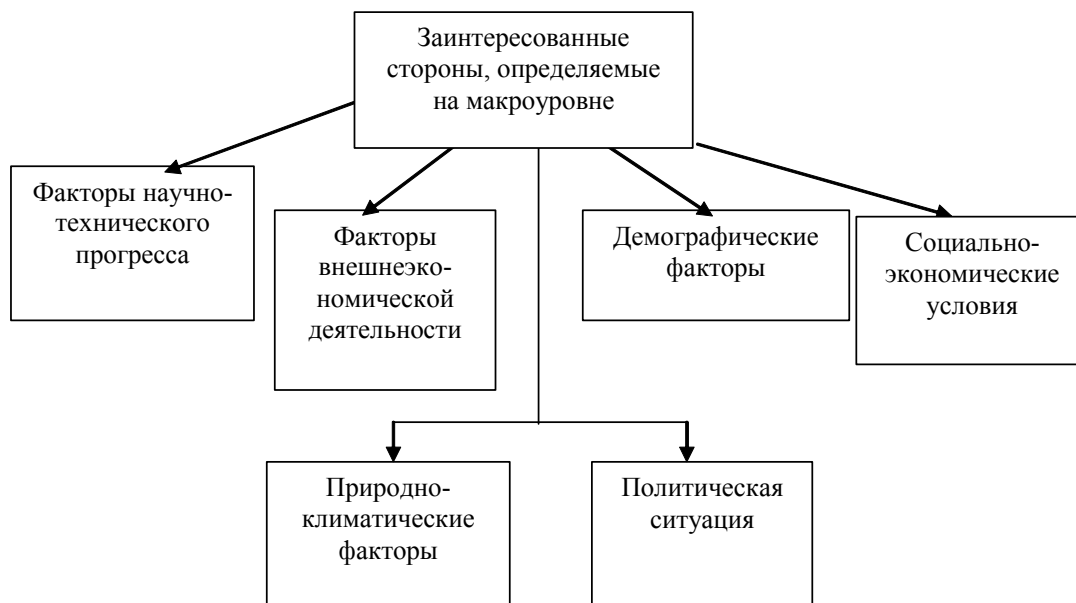


Рис. 4

5. Классификация заинтересованных сторон по целям:

1. Заинтересованные стороны, имеющие цель в получении прибыли.
2. Заинтересованные стороны, имеющие цель в увеличении капитализации.
3. Заинтересованные стороны, имеющие цель в выполнении государственных (федеральных, муниципальных и прочих) программ.
4. Заинтересованные стороны, имеющие цель в пополнении бюджетов разных уровней.
5. Заинтересованные стороны, имеющие долгосрочные цели.
6. Заинтересованные стороны, имеющие краткосрочные цели.
7. Стороны, заинтересованные в отрицательной оценке эффективности.

6. Классификация заинтересованных сторон по средствам достижения целей.

Здесь можно выделить следующие группы заинтересованных сторон осуществляющих:

- Прямое инвестирование.
- Проектное финансирование.
- Предоставление налоговых льгот и освобождений.
- Ресурсное инвестирование.

7. Классификация заинтересованных сторон по критериям эффективности принимаемых решений:

1. Стороны, принимающие экономические критерии эффективности.
2. Социальные критерии эффективности.
3. Экологические критерии эффективности.
4. Технические критерии эффективности.
5. Инновационные критерии эффективности.
6. Критерии эффективности, отражающие стратегическую и оборонную составляющую государственной политики.
7. Комбинации критериев.

Библиографический список

1. Юрлов Ф. Ф. Многокритериальная оценка экономического состояния и инновационной деятельности промышленных предприятий / Ф. Ф. Юрлов, С. Н. Яншин, Д. Н. Лапаев, А. Ф. Плеханова. – Н. Новгород : НГТУ им. Р. Е. Алексева, 2009.
2. Брыкалов С. М. Многокритериальный подход к оценке эффективности инвестиционных проектов для предприятий атомной отрасли // Материалы всероссийской научно-практической конференции. – Н. Новгород, 2009.
3. Юрлов Ф. Ф. Методы и модели в экономике / Ф. Ф. Юрлов, Ю. А. Соколов, А. Ф. Плеханова, Д. Н. Лапаев. – Н. Новгород : НГТУ им. Р. Е. Алексева, 2010.

V. P. Puzankov*

**Puzankov Vadim, Applicant of*

Nizhny Novgorod State Technical University of Alexeev, Nizhny Novgorod

vppuzankov@gmail.com

**CLASSIFICATION OF INTERESTED PARTIES IN TERMS
OF APPLYING INNOVATIVE SOLUTIONS**

Key words: innovation, performance assessment, innovative solutions, interested parties, classification, efficiency criteria, investment, financing.

Applying innovative solutions and assessing their effectiveness is a complex economic problem to be solved taking into account multiple factors. These factors should be classified in order to determine the extent of their influence on decision making in a particular case. The article proposes the classification of interested parties in terms of applying innovative solutions and evaluating their effectiveness.

© Пузанков В. П., 2011

ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК .001.7

К. В. Егорова*

**Егорова Карина Владимировна, аспирант*

Российский университет дружбы народов, г. Чебоксары

K-v-egorova@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИМИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная активность, генерация инноваций, инновационный проект, коммерциализация.

Дается общий обзор инновационной активности на российском рынке в посткризисный период, делается характеристика инновационной деятельности, необходимых условий для ее реализации. Анализируются стадии формирования корпоративной стратегии инновационного развития предприятия, а также барьеры и риски, препятствующие его успешному развитию. Описывается обзор процесса получения экономической эффективности предприятием в ходе осуществления инновационной деятельности.

За последние несколько лет, а особенно в посткризисный период на российском рынке наблюдается повышенное внимание к концепции ведения инновационной деятельности как российскими, так и зарубежными компаниями. На сегодняшний день в России разработана и реализуется национальная программа перехода от сырьевой к инновационной модели экономического роста, которая практически сразу стала демонстрировать успешные результаты. Предприятия-сторонники данной программы уже получают доход благодаря данной сфере, совершенствуют производственный процесс, активно используют инновационную инфраструктуру. Тем не менее в настоящий момент количество таких предприятий пока остается очень небольшим, а переход экономики страны на более эффективную модель диверсифицированного развития сталкивается с определенными ограничениями и барьерами.

Государство принимает активное участие в освоении и развитии как инновационного аспекта в целом, так и его необходимых составляющих – инновационного потенциала, внедрения инноваций на предприятиях, процессе мотивации и поощрения предприятий в активном участии и применении инноваций в реализации их стратегий инновационного развития. Например, в первом чтении Госдумой был принят президентский законопроект «Об иннова-

ционном центре «Сколково»², которым регулируются отношения, возникающие при создании и дальнейшей работе инновационного центра в таких направлениях, как энергоэффективность и энергосбережение, разработка инновационных энергетических технологий, ядерные технологии, космические технологии, медицинское оборудование и лекарственные средства, стратегические компьютерные технологии и программное обеспечение.

Тем не менее конкретные целевые индикаторы, направления и планируемые мероприятия государственного регулирования, позволяющие реализовывать инновационный сценарий наиболее эффективно, до сих пор являются предметом дискуссий в органах управления, экспертном сообществе и СМИ.

Традиционно инновации принято разделять на:³

- Продуктовые (касаются изменений в продукции компании).
- Технологические (затрагивают изменения в методах производственного процесса компании).
- Нетехнологические (включают в себя факторы социального характера, организационные составляющие, экономические формы хозяйственной деятельности).

В целом инновационная деятельность представляет собой процесс, направленный на вопло-

² Федеральный закон от 28.09.2010 № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково».

³ Сиркин Г. Л., Эндрю Дж. П. Возврат на инновации. М. : Гревцов Паблицер, 2008. 304 с.

щение результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности.⁴

Таким образом, инновационная деятельность может реализовываться различными научно-исследовательскими организациями (и представлять собой основное направление); это также может быть разработка новых товаров и услуг на рынке инновационных технологий. Тем не менее очень многие предприятия предпочитают заниматься разработкой новых видов и методов технологий в качестве дополнительного направления в работе с целью их дальнейшего использования в производстве своей продукции и получения значимого конкурентного преимущества на рынке.

Необходимость и актуальность реализации технологических новшеств и разработок обусловлены постоянным давлением и влиянием как со стороны внешнего, так и внутреннего рынка предприятия: изменение потребительского поведения; постоянное появление технологических и продуктовых новинок на рынке и, как следствие, усиление конкуренции; международное развитие новых технологий; глобализация спроса и предложения. Таким образом, инновации на сегодняшний день являются критическим фактором выживания компании, сохранения ее положения и конкурентоспособности на рынке и дальнейшего развития.

Процесс глобализации, рост международного качества товаров и услуг, постоянное расширение ассортимента и высокая информированность отечественных потребителей о существующих новшествах и изменениях на рынке – все это ужесточило требования в производстве для российских предприятий: современные покупатели стали более образованными и более требовательными. Массовая реклама имеет меньшую результативность и не так существенно влияет на уровень продаж, как еще несколько лет назад. В маркетинговых коммуникациях наблюдается тенденция построения индивидуального подхода к каждому потребителю. Подобный тренд персонализированного обращения к потребителям присутствует как в производстве, так и в других областях деятельности предприятия.⁵

Постоянный рост многообразия рынков товаров и услуг означает, что стратегии большого числа продуктово-рыночных комбинаций становятся все более диверсифицированными; жизненные циклы товаров сокращаются, предприятия вынуждены производить небольшие партии товаров, наращивая при этом производство именно дифференцированной продукции, разработанной для особых групп потребителей. Все это приводит к необходимости осуществления постоянного обновления (либо совершенствования) имеющихся товаров и предопределяет разработку новых технологических решений и идей. Уровень конкуренции также не стоит на месте – одним из показателей конкуренции является период времени, в течение которого конкурирующие предприятия имитируют новый товар, выпущенный одним из участников рынка. Таким образом, на сегодняшний день выживать в таких довольно жестких условиях удается тем компаниям, которым удается быстро реагировать на изменения и формировать стратегию, делая особый акцент на свое инновационное развитие.

В мае 2010 г. было проведено глобальное исследование по оценке инновационной активности отечественных и международных промышленных компаний на российском рынке.⁶ Были опрошены руководители 100 крупных компаний в сфере энергетики, телекоммуникаций, транспорта, строительства и производства стройматериалов, машиностроения, производства товаров широкого потребления и продуктов питания, розничной торговли, финансов и банкинга, металлургии, добычи и переработки природных ресурсов.

communications // Journal of Advertising Research, Vol. 47 Issue 3. 2008.

⁴ Проект Федерального закона «Об инновационной деятельности» № 344994-5.

⁵ Lee D., Park C. Conceptualization and measurement of multidimensionality of integrated marketing

⁶ Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouseCoopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. М., 2010.



Рис. 1. Уровень производства (внедрения) инновационных продуктов (технологий, бизнес-процессов) промышленных предприятий на российском рынке

Источник: Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouseCoopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. – М., 2010.

Отвечая на вопрос об основных видах инновационной деятельности, на которые их компания тратила средства на протяжении двух последних лет (рис. 1), 64% респондентов назвали «исследования и разработки», 52% – «приобретение машин и оборудования», 40% – «обучение и подготовку персонала».

Анализ промышленных компаний, стратегии которых строятся на осуществлении инновационной деятельности, показывает, что большую роль в достижении существенных результатов здесь играет выбранный курс политики руководства по отношению к персоналу компании в целом:⁷

- осознанность в необходимости осуществления инноваций должна присутствовать на каждом уровне организации;
- все инновационные идеи каждого сотрудника должны в обязательном порядке рассматриваться, а наиболее успешные идеи – поощряться;
- должен поддерживаться высокий уровень мотивации сотрудников к так называемому «инновационному мышлению» (рис. 2);

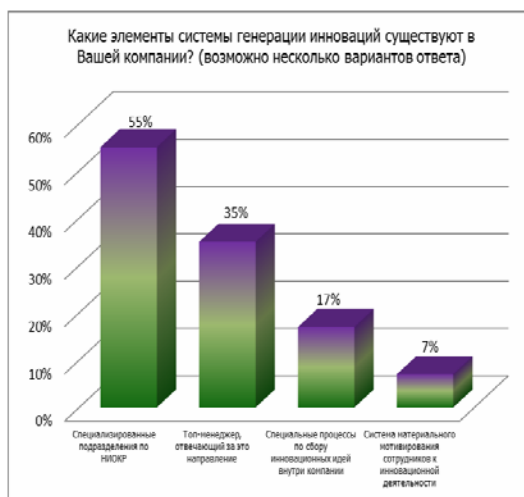


Рис. 2. Системы генерации инноваций на предприятиях

Источник: Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouseCoopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. – М., 2010.

⁷ Davila T., Epstein M., Shelton R. Making innovation work. USA: Wharton School Publishing, 2006. 334 p.

- в компании должны быть разработаны четкие механизмы поощрения и оценки инновационных идей (насколько успешным может стать тот или иной инновационный проект, какую экономическую отдачу он может принести компании, какой будет спрос на него со стороны потребителей и т. д.);

- на предприятии должна эффективно функционировать система маркетинга и сбыта, активно поддерживающая связь компании с конечными потребителями. Цель данных отношений – постоянный мониторинг новых требований и желаний покупателей, предъявляемых к качеству производимых товаров и услуг. Данное условие играет значимую роль, т. к. в реальности под инновациями на рынке подразумевается создание и предоставление товаров и

услуг, предлагающих потребителям выгоды, воспринимаемые ими как новые или более совершенные. Таким образом, многие специалисты придерживаются мнения, что большинство неудач компании с выведением инноваций на рынок возникает именно из-за недостаточного учета потребностей; на практике же первостепенную роль на таких предприятиях играют новые знания.

Среди международных компаний с наиболее выраженной инновационной направленностью можно выделить Apple, Microsoft, SONY, Coca-Cola, BP, Boeing, Wal-Mart. Российские представители данной группы – Газпром, Лукойл, Рурал, Роснано.

Процесс формирования корпоративной стратегии инновационного развития предприятия представлен на рис. 3.

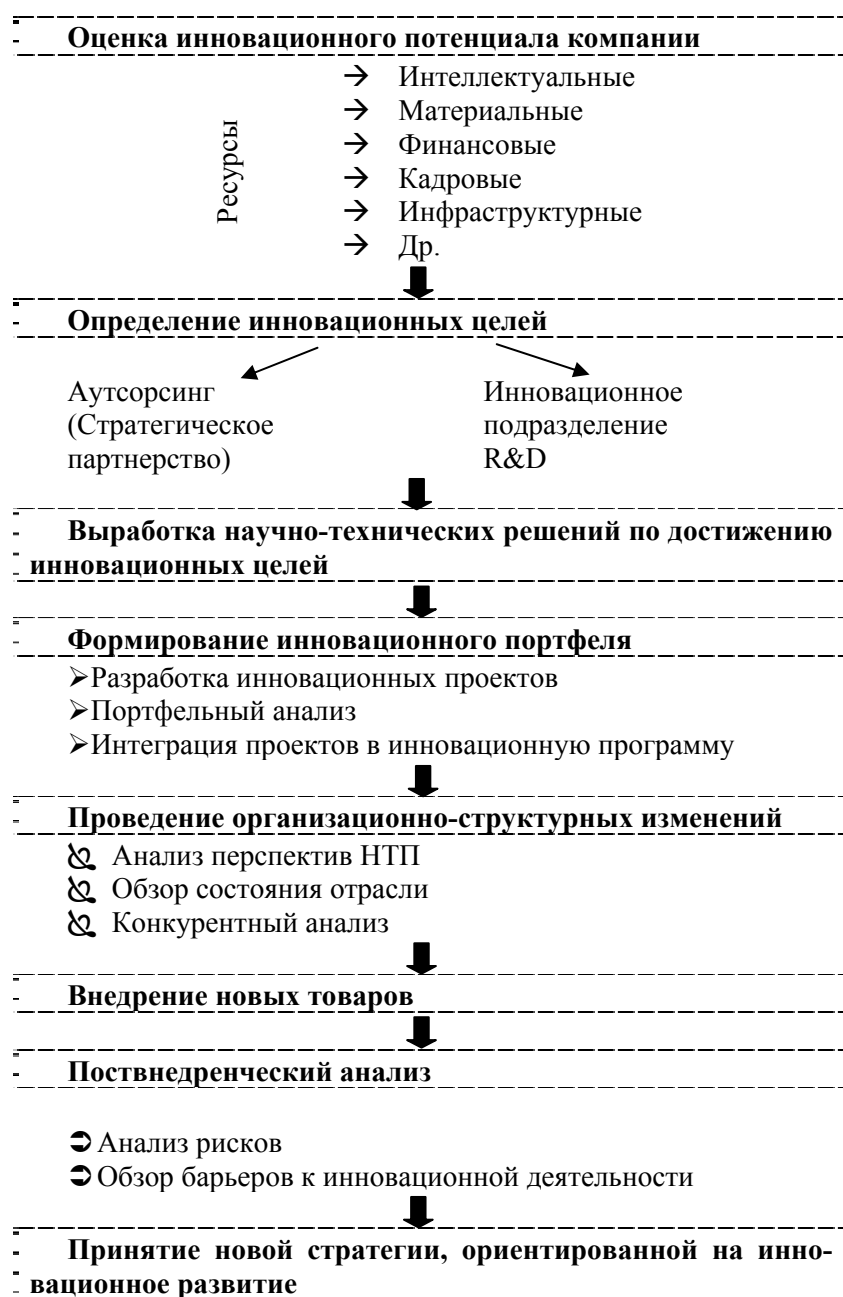


Рис. 3. Формирование корпоративной стратегии инновационного развития предприятия
Источник: составлено автором.

Для реализации инновационной деятельности организации очень важно наличие инновационного потенциала, который определяется совокупностью различных ресурсов, включающих следующее:⁸

- интеллектуальные (патенты и лицензии, бизнес-планы по освоению новшеств, техническая и технологическая документация, программа предприятия по инновационным разработкам и идеям);

- материальные (технологическое оборудование, наличие специальных территорий и площадей для проведения инновационных работ, опытно-приборная база);

- финансовые (собственные и заемные, инвестиционные, федеральные, грантовые);

- кадровые (руководитель-новатор; штат сотрудников, заинтересованных в проведении инновационной деятельности; сотрудничество и личные связи с персоналом НИИ и учебных заведений; опыт проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; опыт менеджмента проектов);

- инфраструктурные (собственные подразделения для проведения НИОКР, департамент технологов, информационно-аналитический отдел, отдел конкурентной разведки и мониторинга рынка);

- другие ресурсы, необходимые для проведения инновационной деятельности.

Таким образом, производя оценку инновационного потенциала своего предприятия, руководство устанавливает возможности ведения инновационной деятельности. Если же данные возможности определяются как удовлетворительные для дальнейшего развития, то далее вырабатываются инновационные цели (например, рост конкурентоспособности и завоевание лидирующих позиций на целевом рынке благодаря внесению существенных изменений в линейку имеющихся изделий либо разработке и выпуску принципиально нового продукта; минимизация производственных издержек через экономию энергии, сырья и других материалов благодаря новым технологиям).

На стадии разработки инновационных целей руководство должно принять важное стратегическое решение: приобретать инновации на стороне либо разрабатывать их самостоятельно. Таким образом, в первом случае устанавливается стратегическое партнерство со специали-

зированными научно-исследовательскими организациями и ведущими образовательными учреждениями в выбранной сфере. Тем не менее с целью наиболее результативного использования финансовых вложений в приобретаемые технологии очень важно провести тщательный анализ рынка новых технологий, а также детальный обзор базы данных организаций, специализирующихся на инновационных технологиях.

Во втором случае создается собственный научно-исследовательский департамент: деятельность данного отдела позволяет избежать крупных единовременных затрат, т. к. есть возможность «растянуть» суммы инвестиций во времени по мере реализации инновационного проекта. Многие российские промышленные компании с инновационной направленностью создали в своем составе специализированные инновационные подразделения (R&D – Research and Development). Таким образом, у предприятия возрастает точность приближения научно-исследовательского поиска к возможностям исходного производства и нуждам конечного потребителя.

Основной целью инновационного подразделения является проработка различных научно-технических идей по достижению поставленной инновационной цели предприятия. На основе таких идей затем разрабатываются и принимаются технические решения, которые затем могут использоваться в качестве технического задания для инновационного проекта, представленные в виде рассмотренных и одобренных отчетов.

На стадии формирования инновационного портфеля осуществляется работа над инновационным проектом.

Под инновационным проектом⁹ принято понимать комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание и распространение нового вида продукции или технологии. Таким образом, периодическое обновление ассортимента продукции, производимой предприятием, можно получить благодаря созданию нового продукта, а также при помощи внесения изменений в техническую характеристику либо в упаковку уже реализуемых товаров.

Обязательным условием формирования успешной стратегии компании является проведение портфельного анализа, при помощи которого руководство производит оценку всей хозяйственной деятельности организации, чтобы в будущем провести эффективное распределение инвестиций: вкладывать средства в наиболее перспективные направления деятельности ор-

⁸ Кравченко С. И., Кладченко И. С. Исследование сущности инновационного потенциала // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия Экономическая. Вып. 68. Донецк : ДонНТУ, 2003.

⁹ Управление инновационными проектами / под ред. В. Попова. М. : ИНФРА-М, 2011. 336 с.

ганизации либо сокращать финансирование проектов, не демонстрирующих существенные результаты. Таким образом, в результате проведения данного анализа компания получает оценку конкурентных преимуществ основного ассортимента, устанавливает уровень капиталовложений в свои подразделения и разрабатывает инновационные проекты под каждый отдельный продукт.

Интеграция инновационных проектов в инновационную программу организации происходит после получения результатов исследования перспектив в области научно-технического и технологического прогресса. И данный этап можно заслуженно назвать ключевым в разработке общей стратегии инновационного развития предприятия на рынке. В принципе, успех от проводимых в данном направлении мероприятий в значительной степени зависит от определения временного периода, когда необходимо в срок ввести новые товар или услугу на целевой рынок и изъять устаревшие технологии. Поэтому для минимизации рисков в ассортименте предприятия должны быть представлены продукты различных этапов жизненного цикла.

Этап организационно-структурных изменений считается завершающей стадией при разработке и формировании принципиально новой стратегии корпоративного развития предприятия.

Разработка стратегического поведения организации должна включать в себя анализ потенциала в сфере научно-технического и технологического прогресса, оценку отрасли компании в целом, а также мониторинг перспективных планов компаний-конкурентов. Главная цель проведения данной стадии – изучение внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность компании, затем дальнейший анализ потенциальных угроз и возможностей внешней среды предприятия, а также определить направления и пути дальнейшего развития предприятия. После анализа внешней среды необходимо провести оценку внутреннего потенциала организации со стороны ее основных конкурентов.

После проведения всех необходимых исследований и обзора текущей деятельности предприятия, принимается решение о внедрении новых товаров и услуг. И на данном этапе очень важную роль играет анализ потенциальных рисков предприятия. Уровень риска варьируется в значительной степени и прямым образом зависит от уровня новизны продукта либо технологии: чем выше новизна, тем сильнее неопределенность возможного восприятия рынком данного нового продукта. В менедж-

менте существуют различные подходы¹⁰ к классифицированию и выявлению разнохарактерных неопределенностей, воздействующих на эффективность инновационного процесса компании, в том числе: научно-технические, маркетинговые, финансовые, юридические, экологические и другие риски. Основными неудачами с выводением новых изделий на рынок принято считать следующие:¹¹

- недостаточный анализ внешних факторов среды функционирования предприятия, а также перспектив развития рынка и поведения конкурентов;

- недостаточный анализ внутренних инновационных, производственных, финансовых и других возможностей;

- неэффективный маркетинг и недостаточная (либо некомпетентная) поддержка нового товара при выведении его на рынок.

Таким образом, успех развития и последующего применения инновационных технологий может значительно зависеть от системы менеджмента предприятия в целом, а также от стратегии инновационного развития компании.

Наиболее значимым для стратегического развития предприятия и сохранения своих позиций на рынке является рыночный риск. Число и сущность этапов стратегии выведения нового продукта на рынок могут варьироваться в значительной степени и зависят от многих факторов, основными среди которых являются:¹² отраслевая принадлежность, позиция на рынке, поведение конкурентов, развитие технологии.

Помимо существующих рисков, немаловажное внимание следует уделить барьерам, влияющим на инновационную активность компании:¹³

- отсутствие «культуры инноваций» внутри компании;

- недостаточный спрос на инновационную продукцию;

- нехватка сотрудников, способных на проведение и участие инновационной деятельности;

- высокий уровень бюрократии (сложность сертификации новой продукции и т. п.);

¹⁰ Федосова Р. Н., Крюкова О. Г. Управление рисками на промышленном предприятии. М. : Экономика, 2008. 125 с.

¹¹ Гончаров Д. С. Комплексный подход к управлению рисками для российских компаний. М. : Вершина, 2007. 224 с.

¹² Федосова Р. Н., Крюкова О. Г. Управление рисками на промышленном предприятии. М. : Экономика, 2008. 125 с.

¹³ Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouse Coopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. М., 2010.

- проблемы, связанные с экспортно-таможенным контролем (высокие таможенные тарифы на импортируемые компоненты и технологии, сложная таможенная процедура);
- слабый уровень защиты интеллектуальной собственности;
- нехватка штата управленцев, имеющих должный опыт и навыки для реализации инновационных проектов;
- конкурентное давление на компанию;
- трудности в привлечении инвестиций по внедрению инновационных продуктов и технологий;
- отсутствие процесса оценки риска и возврата инвестиций;
- проблемы коммерциализации.

В ходе исследования,¹⁴ проведенного в мае 2010 г. касательно инновационной активности отечественных и международных промышленных компаний на российском рынке, на вопрос «Что мешает Вашей компании быть более инновационно активной?» в качестве наиболее значимых из вышеприведенного списка барьеров респонденты выбирали такие факторы, как «сложность привлечения финансирования для внедрения инновационных продуктов» и «высокий уровень бюрократии». Также немаловажные опасения вызывают «отсутствие процедуры оценки риска и возврата инвестиций», «недостаточная защищенность интеллектуальной собственности» и «сложности экспортно-таможенного контроля» (рис. 4).



Рис. 4. Барьеры и помехи к инновационной активности компаний на российском рынке

Источник: Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouseCoopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. – М., 2010.

Таким образом, получение экономической отдачи компании при использовании стратегии инновационного развития можно реализовать следующим образом (рис. 5).

¹⁴ Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы // PriceWaterHouseCoopers, Российская Венчурная компания, Российская корпорация нанотехнологий. М., 2010.

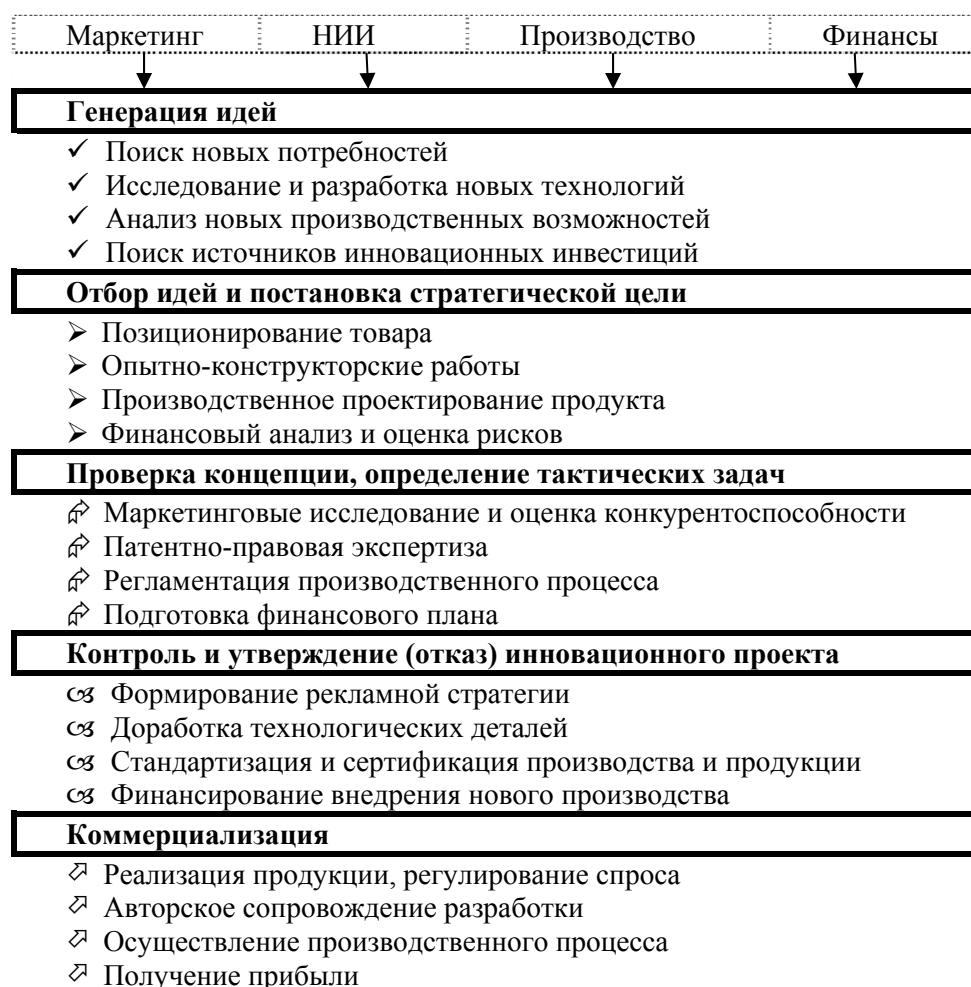


Рис. 5. Экономическая эффективность инновационной деятельности предприятия
 Источник: Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент. – СПб. : Питер, 2006. – 384 с.

В соответствии с вышеприведенной схемой процесс генерации идей осуществляется всеми подразделениями компании (маркетинг, НИИ, производство, финансы). Функции научного поиска могут осуществляться как стратегическим партнером (сторонняя научно-исследовательская организация), так и департаментом R&D (исследования и разработки).

Стадия поиска инновационных технологий и последующего отбора инновационных идей представляет собой так называемый «фундамент» инновационного проекта. Основной задачей на данном этапе является обеспечение интеграции инновационного проекта в будущем в целостную стратегию инновационного развития предприятия, с учетом социальных, экологических, культурных и других стандартов. Результатом является определение стратегической цели компании. Для этого проводится пофункциональный анализ, совместная проверка полученных итогов и оценка выдвинутой концепции, вырабатываются идеи по позиционированию будущего товара, финансовый отдел осуществляет поиск источников инвестиций, проводится анализ рисков и оцениваются

размеры необходимых вложений. Таким образом, в случае одобрения представленной концепции топ-менеджментом компании производится установление тактических целей и задач по процессу апробации нового продукта.

При принятии решения о продолжении осуществления проекта персонал начинает работать над бизнес-планом. При окончательном утверждении проекта начинается стадия разработки торговой марки, сертификации и стандартизации производства продукции, производится закупка необходимого для данного процесса оборудования.

Таким образом, в качестве основных выводов по анализу стратегии инновационного развития промышленных предприятий на российском рынке необходимо сказать следующее:

1. В настоящее время, в условиях растущей конкуренции, сокращения периода жизненного цикла продуктов, а также развития и постоянного совершенствования различных технологий одним из первоначальных факторов разработки и формирования стратегической перспективы по максимизации конкурентных преимуществ

промышленной организации является его постоянная инновационная активность.

2. Предприятия, основывающие свою стратегическую деятельность на инновационном подходе (главная цель стратегического плана в данном случае – освоение новых методов технологий, выпуск новых товаров и услуг), обладают существенным потенциалом по завоеванию лидирующих позиций на целевом рынке, удержанию высоких темпов роста и развития, а также минимизации уровня издержек и максимизации прибыли.

3. Уровень результативности и эффективности проведения разработок в сфере инноваций напрямую зависит от инновационного потенциала организации, в основе которого находятся интеллектуальные, финансовые, материаль-

ные, кадровые, инфраструктурные и другие ресурсы. С целью постоянного внедрения новых продуктов и технологий важно создавать собственные специальные инновационные подразделения (Research & Development), входящие в структуру предприятия.

4. Вследствие все более и более растущих темпов изменений внешнего окружения предприятия усугубляется риск предпринимательской деятельности в целом и инновационного направления в частности. Чтобы минимизировать данный риск, очень важно проводить процедуру формирования портфеля товаров и услуг организации. Для этого необходимо создание особой инновационной программы предприятия и постоянное перераспределение финансирования из завершенных проектов в развивающиеся.

Библиографический список

1. Skarzynski P., Gibson R. Innovation to the core: a blueprint for transforming the way your company innovates. Harvard Business School Press, 2008. 294 p.
2. Innovation: from experimentation to realization // edited by Papadakis A. New Architecture Group, 2003. 144 p.
3. Innovation 2010. A return to prominence – and the emergence of a new world order. BCG report, April 2010.
4. Анискин Ю. П. Корпоративное управление инновационным развитием / Ю. П. Анискин, Т. А. Аллавердиев, А. В. Быков и др. – М. : Омега-Л, 2007. – 416 с.
5. Бирман Л. А., Кочурова Т. Б. Стратегия управления инновационными процессами. – М. : Изд-во «Дело АНХ», 2010. – 144 с.
6. Глущенко И. И. Система стратегического управления инновационной деятельностью. – М. : ТОО НПЦ «Крылья», 2006. 356 с.
7. Кандалинцев В. Г. Инновационный бизнес: применение сбалансированной системы показателей. – М. : Изд-во Дело АНХ, 2010. – 168 с.
8. Кукин П. П. Анализ и оценка риска производственной деятельности / П. П. Кукин, В. Н. Шлыков, Н. Л. Пономарев, Н. И. Сердюк. – М. : Высшая школа, 2007. – 328 с.
9. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент. – СПб. : Питер, 2010. – 240 с.
10. Инновационный менеджмент в России. Вопросы стратегического управления и научно-технической безопасности / под ред. Г. И. Чертовой, В. С. Баковецкой. – М. : Наука, 2004. – 880 с.
11. Инновационное развитие – основа модернизации экономики России : национальный доклад / под ред. В. П. Евтушенкова, С. В. Кириенко, А. Б. Чубайса. – М. : ИМЭМО РАН, ГУ–ВШЭ, 2008. – 168 с.

K. V. Egorova*

**Egorova Karina, Graduate student of
Russian University of Peoples' Friendship, Cheboksary
K-v-egorova@yandex.ru*

PROBLEMS AND MODERN APPROACHES TO INNOVATIVE STRATEGIES IMPLEMENTATION IN RUSSIAN INDUSTRIAL COMPANIES

Key words: innovative development, innovative activity, innovations generation, innovative project, commercialization.

The article provides an overview of innovative activity in the Russian market during post-crisis period. The author characterizes innovative activity and conditions, necessary for its implementation and analyzes the formative stages of corporate strategy of company's innovative development, as well as barriers and risks for its successful development. The work features the scheme of obtaining enterprise economic efficiency through implementing innovations.

© Егорова К. В., 2011

УДК 005.22:001.8

А. П. Горина*

*Горина Алла Петровна, доктор экономических наук, профессор
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск
alla1060@mail.ru

Е. В. Заварцева*

*Заварцева Екатерина Владимировна, аспирант
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск
zavartseva-ev@rambler.ru

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ СИНТЕЗА И СТРУКТУРИРОВАНИЯ

Ключевые слова: методология, корпоративный стандарт, система управления проектами, формализация.

Рассматривается методологическая база управления проектами. Приводятся систематизация и сравнительная характеристика различных источников, содержащих методологические основы проектного менеджмента. Обосновывается необходимость структуризации и комплексного использования имеющейся методологической базы управления проектами в целях формирования корпоративной методологии.

В современных конкурентных условиях перед многими организациями стоят задачи формирования внутрифирменной методологии управления проектами как относительно проектов, формализующих технологию «Start-Up», так и перевода на современную основу методов управления всеми другими проектами внутри компании. Методологическая база управления проектами прошла довольно долгую эволюцию, трансформируясь из экономико-математических инструментов решения инженерных задач до комплексной методологии менеджмента, описывающей и формализующей большинство процедур и процессов. Бурное развитие кибернетики, теории управления и исследования операций в середине XX столетия позволило создать ряд формальных моделей и тем самым заложить систематическую научную основу управления проектами. В [1] выделяются следующие основные направления, определяющие методологическую базу проектного менеджмента:

– модели и методы календарно-сетевое планирования и управления, позволяющие определить рациональную или оптимальную последовательность выполнения работ при заданных технологических, временных, ресурсных и других ограничениях;

– теория и практика менеджмента – систематизированный набор положений о наиболее эффективном управлении организацией, носящих обобщающий, эмпирический и интуитивный характер;

– формальные модели функционирования организаций, учитывающие специфику целенаправленного активного поведения человека-участника проекта как члена организации и коллектива (ядро этого направления составляет теория активных систем – раздел теории управления социально-экономическими системами, изучающий свойства механизмов их функционирования, обусловленные активностью участников и работы по управлению проектами, выполняемые в рамках этого научного направления).

На сегодняшний день управление проектами как самостоятельная область менеджмента имеет достаточно богатую методологию, инструментарий и документальное обеспечение (стандарты). При этом различные профессиональные сообщества используют разные методологии управления проектами в соответствии с выбираемой ими базовой концептуальной моделью проектного подхода. Очевидно, что хорошая методология ведет проект через просматриваемый управляемый набор действий, направленных на достижение желаемых результатов. Однако проблема состоит в том, чтобы все методологическое разнообразие привести к единому взгляду и сформировать на этой основе действенную интегрированную систему управления проектами, программами и портфелями проектов организации.

Необходимо отметить, что управление проектами является достаточно структурированной и стандартизированной областью менеджмента.

На сегодняшний день в мире разработано целое семейство профессиональных стандартов, описывающих различные аспекты управления про-

ектами. В целом разработка стандартов, регулирующих проектный менеджмент, ведется на трех уровнях (табл. 1).

Таблица 1

Уровни стандартизации в области управления проектами

Тип стандарта	Сводная характеристика
Национальные стандарты управления проектами	
NASA Project Management, США	Стандарт разработан для управления космическими проектами в 1995 г. (для внутреннего использования)
BSI BS 6079 (British Standards Institution British Standard 6079), Великобритания	<i>Операционный менеджмент проектов.</i> Описывает полный набор процедур и механизмов по управлению проектами. Является основой для планирования и реализации проектов. Имеет широкое применение во многих областях производства, общественном секторе. Включает: 1) <i>BS 6079-3:2000</i> – Управление проектами: Руководство по управлению бизнес- рисками проекта; 2) <i>BS ISO 10006:1997</i> – Управление качеством. Основы качества в проектном менеджменте; 3) <i>HB 10108</i> – Управление проектами на производстве
APMBOK (Association of Project Management Body of Knowledge), Великобритания	<i>Инструментальный, стратегический менеджмент проектов.</i> Охватывает 52 области знаний, необходимых для успешного ведения проекта. Является одним из основных стандартов, используемых при разработке ICV. Разработан как руководство для практиков, консультантов, топ-менеджеров в проектных организациях и т. д.
OSCEng (Occupational Standards Council for Engineering), Великобритания	Стандарты компетенции для управления проектами. Впервые издан в 1997 г. Последняя версия – 1999 г.
DIN 69901 (Deutsches Institut für Normung 69901), Германия	<i>Операционный, инструментальный менеджмент проектов.</i> Определяет основы проектного менеджмента. DIN сотрудничает с IPMA. Впервые вышел в 1987 году
V-Modell, Германия	Разработан в 1992 г. для регулирования создания программного обеспечения в немецкой федеральной администрации, в 2005 г. вышла новая версия V-Model XT. Представляет собой набор стандартов в области проектов, касающихся разработки новых продуктов. Во многом схож с PRINCE2 и описывает методы как для проектного управления, так и для системного развития
VZPM, (Швейцария)	Используется при управлении IT-проектами
AFITEP, Франция	Используется при управлении IT-проектами
Hermes method, Швейцария	Швейцарский универсальный метод управления проектами. HERMES в основном применим для управления проектами в сфере информационных технологий. Используется с 1975 г. Люксембургом и международными организациями. При его разработке многое было взято из V-Modell
ANCSPM (Australian National Competence Standards in Project Management), Австралия	Стандарт компетенции для управления проектами. Впервые опубликован в 1996 ANTA (Australian National Training Authority). Последняя версия вышла в 2003 г.
P2M (Project and Program Management for Enterprise Innovation), Япония	Японский подход к управлению сложными проектами внедрения инновационных технологий на уровне предприятий в нестабильной среде. Является рамочной методологией управления программами и проектами в рамках организации. Ее отличие заключается в ориентированности не на продукт, а на улучшение организации в результате выполнения проектов. Описывает, как сочетать выполняемые проекты и программы с бизнес-стратегией компании и использовать полученный в результате выполнения проектов опыт для развития и продвижения к стратегическим целям. Строится на базе «трилеммы»: сложность, ценность и сопротивление, составляющих т. н. «железный» треугольник контекстных ограничений, в рамках которых осуществляется инновационная деятельность. Включает «руководство», которое состоит из разделов «вступление», «управление программами», «управление проектами» и из 11 разделов по отдельным функциональным областям управления. Используется при управлении проектами в Японии и Южной Кореи и для совместной сертификации с европейский IPMA
C-PMBOK (Chinese-PMBOK), Китай	Национальный китайский стандарт управления проектами, разработанный на базе PMBOK® Guide. Первая версия – 2001 г., последняя версия – 2006 г.

Тип стандарта	Сводная характеристика
South African NQF4 (South African National Qualifications Framework), IOAP	Стандарты компетенции для управления проектами (2001 г.)
Стандарты с расширенной географией применения (в т. ч. международные)	
ISO 10006:2003, Quality management systems – Guidelines for quality management in projects	<i>Инструментальный, операционный, стратегический менеджмент проектов.</i> Является руководством по управлению качеством в проектах. Нацелен на обеспечение заданного уровня качества проекта как на уровне процессов, так и на уровне продуктов. В большой мере по содержанию основан на PMBOK (совпадение вплоть до названий областей знаний управления проектами). Ориентирован на проекты самого широкого спектра и безотносителен к типу проектируемого продукта
A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)	<i>Инструментальный менеджмент проектов.</i> Представляет собой сумму профессиональных знаний проектного менеджмента. Основан на общепризнанных практиках и знаниях, которые могут применяться по отношению к большинству проектов. Является национальным стандартом США. В стандарте описываются суть процессов управления проектами в терминах интеграции между процессами и взаимодействий между ними, а также цели, которым они служат. Эти процессы разделены на 5 групп, называемых «группы процессов управления проектом». В числе прочих включает стандарт <i>Organizational Project Management Maturity Model (OPM3®)</i> – предоставляет механизмы, необходимые организациям для измерения своей зрелости по отношению к набору организационных лучших практик [3] и стандарт <i>The Standard for Portfolio Management</i> – создан для руководства по процессам, которые обычно считаются лучшими практиками в портфельном менеджменте. Сфокусирован на портфельном управлении в программном и проектном менеджменте. Применяется в большинстве стран мира, наиболее распространен в США, России, ЮАР, Финляндии, Швеции, Дании, Норвегии, Литве
PRINCE2 (PRojects IN a Controlled Environment)	<i>Операционный, технический менеджмент проектов.</i> Изначально был разработан в 1989 г. как стандарт для ведения государственных IT-проектов Великобритании, но вскоре он получил более широкое распространение как универсальный метод управления проектами (1996 г.). Представляет собой структурированный подход к управлению проектами и основан на процессно-ориентированном подходе к управлению. Выделяет 8 основных процессов управления проектами и 45 подпроцессов. Описывает процедуры для координации деятельности команды проекта при разработке и контроле над проектом, а также процедуры, которые используются при изменении проекта или если имеются существенные отклонения от первоначального плана. В методе каждый процесс определяется со своими основными входами и выходами и с конкретными целями и мероприятиями, которые будут осуществляться, что дает автоматический контроль любых отклонений от плана. За счет разделения процессов на управляемые этапы метод дает возможность эффективного управления ресурсами. Популярен в Бельгии, Хорватии, Польше и др.
Microsoft Solutions Framework (MSF)	Методология разработки программного обеспечения, предложенная корпорацией Microsoft. Опирается на практический опыт Microsoft и описывает управление людьми и рабочими процессами в процессе разработки решения. Представляет собой согласованный набор концепций, моделей и правил
Стандарты оценки компетенции менеджера проекта	
ICB IPMA (International Competence Baseline IPMA); в России – СОВНЕТ НТК (Национальные требования к компетенции специалистов); на Украине – NCB UA (National Competence Baseline, Version 3.0)	<i>Инструментальный, операционный, стратегический менеджмент проектов.</i> Разработан на основе британского, швейцарского, немецкого и французского стандартов компетенций. Включает 28 основных областей знаний в управлении проектами и 14 дополнительных. Описывает компетенции менеджеров проектов. Наибольшее распространение получил в Евросоюзе, Украине, России, Индии, Казахстане, Азербайджане. Каждая национальная ассоциация вправе устанавливать свои стандарты компетенции, базируясь на ICB и местную культуру
PMSDF (PMI, США)	Определяет ключевые аспекты компетенции менеджеров проектов, которые согласуются с общепринятыми принципами PMBOK. Основная цель – формирование международных требований к компетенции менеджера проекта, структурирование комплексного знания и выделение этапов развития компетенции менеджера проекта Согласно стандарту PMCDF компетенции менеджера проекта имеют следующую структуру: знания по управлению проектами, практические навыки применения управления проектами, индивидуальные знания

Сравнительный анализ стандартов по управлению проектами (за исключением тех, которые направлены на узкие специфичные виды деятельности, такие как ИТ, оборонно-космический комплекс) позволяет в качестве базовых определить стандарты PMBoK, ISO 10006, PRINCE2 и P2M, что связано с комплексным характером приведенной в них методологии проектного менеджмента, отвечающей требованиям интеграции его процессов и процедур.

Результаты сравнительного анализа стандартов управления проектами, программами и описаний компетенций по управлению проектами позволяют констатировать, что большинство методологических подходов, формализованных указанными стандартами, не противостоят распространяющейся концепции процессуализации бизнеса, реализация которой становится возможной при эффективном управлении знаниями и компетенциями персонала в рамках концепции обучающейся организации и при активном использовании информационных технологий [3], рассматривают проектное управление в контексте организации, определяют ограниченный перечень предметных областей управления проектом, ориентируют на тесную взаимоувязку со стратегией организации в целом. Однако отметим, что управленческие стандарты, к которым принадлежат стандарты управления проектами, относятся к категории рамочных, предлагающих концептуальную, методологическую и методическую основу для разработки соответствующих внутренних корпоративных стандартов или систем управления. Стандарты, регулирующие управление проектами, обеспечивают единую базовую терминологию для применения в соответствующей области управления, единые общие требования и критерии оценки соответствия этим требованиям. При этом организациям, внедряющим положения такого стандарта в свою управленческую практику, дается значительная свобода в определении объема его применения, выборе и описании управленческих и технологических процессов, подвергающихся стандартизации, а также в документальном оформлении.

Помимо структуризации по уровням и масштабам применения все существующие стандарты можно классифицировать исходя из объектной ориентации проектного менеджмента: стандарты управления монопроектами (PMBoK (PMI), ISO 10006:2003 (ISO), PRINCE2 (CCTA), P2M (PMAJ)); стандарты управления программами (Standard of Program Management (PMI), P2M (PMAJ)); стандарт управления портфелем проектов ((Standard for Portfolio Management (PMI));

стандарты описания компетенций менеджера проекта (PMCDF (PMI), ICB Version 3.0 (IPMA), НТК (Российская ассоциация управления проектами СОВНЕТ)); стандарты организационного управления проектами (OPM3 (PMI)) [4].

Развитие теории и практики управления проектами сегодня находится на пути структуризации и упорядочивания всех процессов управления проектной деятельностью, начиная от стратегического управления и заканчивая управлением отдельным проектом и его элементарными составляющими. По нашему мнению, такая структуризация возможна на основе интегрированной системы управления проектами, которая, несомненно, нуждается в формализованных процедурах управления. Совместив пространство системы управления проектами организации, обозначенное нами ранее в [5], с его методологической основой, возможно определить и структуру методологического обеспечения корпоративной системы управления проектами (рис. 1).

Синергетический эффект представленной системы управления проектной деятельностью достигается за счет горизонтальных и вертикальных связей бизнес-процессов. Через вертикальные связи задаются цели и направления всей проектной деятельности, определяются ее приоритеты и обеспечивается управление проектными ресурсами. Ресурсы планируются, распределяются и потребляются операционными действиями. В горизонтальных связях формируются цепочки процессов, связанные с так называемыми областями знаний при управлении проектной деятельностью. Таким образом, данная структура оказывается пронизанной как горизонтальными, так и вертикальными связями, что обеспечивает необходимую управляемость и наблюдаемость проектных работ.

Представленная структура включает в себя уровень управления бизнес-процессами, уровень управления портфелями, уровень управления программами и уровень управления проектами. Методологическая база данной модели определена на верхнем уровне рекомендациями стандартов American Productivity & Quality Center (APQC) и Standard for Portfolio Management (SPfM). Нижние уровни системы управления проектами могут быть формализованы с использованием вариативных подходов к определению процессов управления: на уровне управления программами – Standard of Program Management (SPgM) и P2M (PMAJ), на уровне управления проектами – PMBoK, ISO 10006:2003, PRINCE2, P2M.

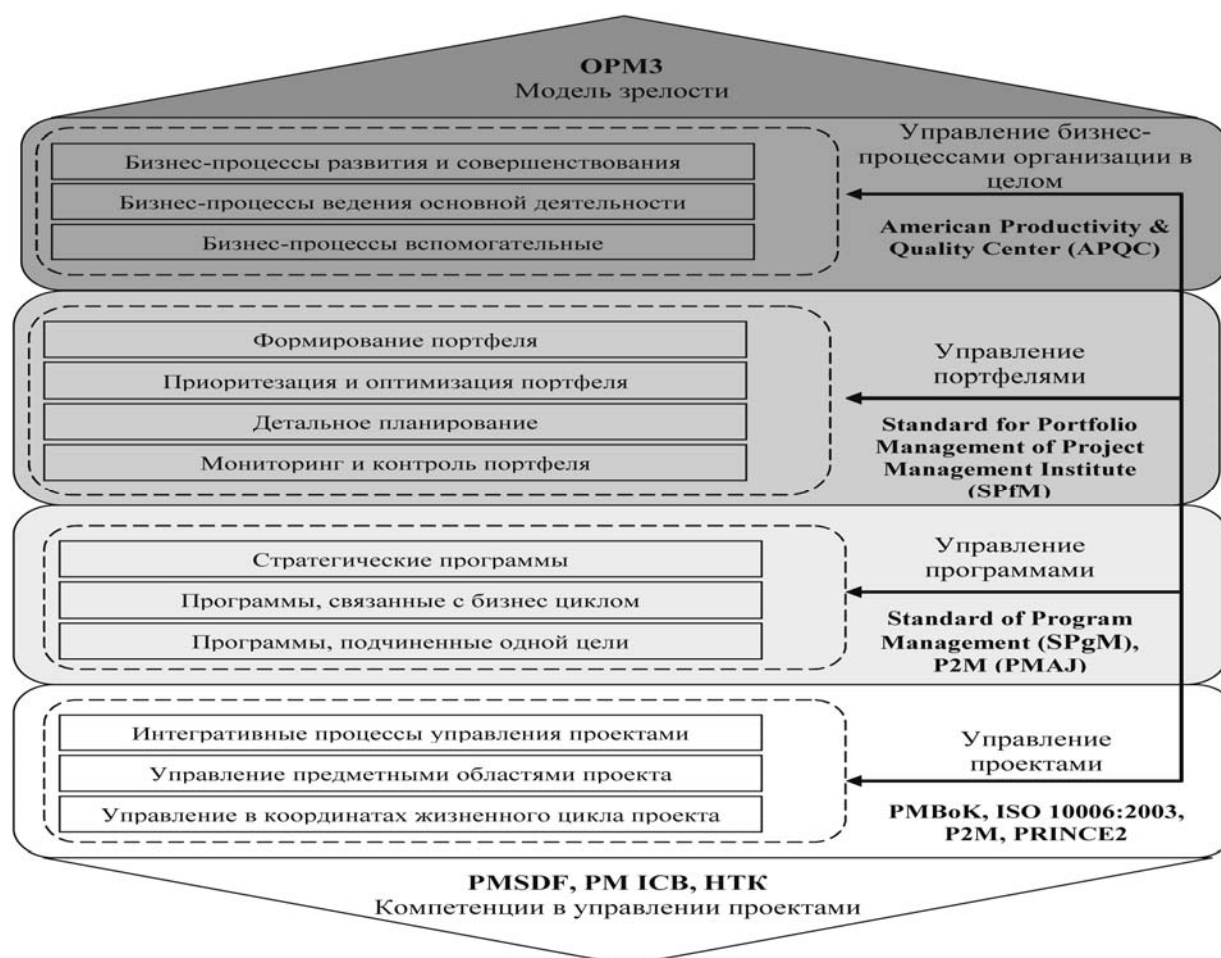


Рис. 1. Блок-схема методологического обеспечения корпоративной системы управления проектами

Полагаем, что разработка корпоративной методологии управления проектами, программами и портфелями проектов на основе предлагаемой методологической блок-схемы позволит обеспечить системность, структурированность, полноту и соответствие корпоративной методологии целям и задачам проектного менеджмента. Однако не стоит забывать, что ее разработка и внедрение должны быть основаны на комплексном и гармоничном использовании указанных стандартов. Использование для создания и внедрения корпоративных стандартов проектного менеджмента только одного типа стандартов не может привести к успеху из-за неизбежного конфликта между средствами управления проектами и уровнем профессиональной компетентности и культуры менеджеров и специалистов. Так, «технократический» подход (то есть упор на процессы и методы проектного менеджмента) без изменения организационной и профессиональной культуры менеджеров и персонала – и без использования соответствующих квалификационных стандартов – может привести к тому, что реальный уровень компетентности менеджеров и специалистов будет неадекватен требуемому для его внедрения. Заметим также, что указанная методологическая

основа является внутренним регулятором, формализующим процесс управления проектами в организации. В большинстве случаев проекты носят инновационный характер, что обуславливает определенную роль внешних регуляторов проектной деятельности, к которым в первую очередь следует отнести нормативно-правовую базу научно-инновационной деятельности как на региональном, так и на государственном уровне. Законодательная деятельность субъектов РФ в инновационной сфере активизировалась после выхода в 1996 г. Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике». В настоящее время в 17 регионах РФ приняты законы о науке, научной деятельности, в 9 регионах приняты законы об инновационной деятельности, в ряде регионов реализуются целевые программы, проводятся конкурсы инновационных проектов [6]. Несомненно, что внешний нормативно-правовой контекст управления проектами не может составить корпоративную методологическую базу проектного менеджмента, однако должен быть основой для активизации и повышения эффективности инновационно-проектной деятельности организаций.

Библиографический список

1. Бурков В. Н. Как управлять проектами. – М. : Синтег, 1997. – 188 с.
 2. Project Management Maturity Model. OPM3 Knowledge Foundation» // 2005 PMI. Four Campus Boulevard, Newton Square, PA 19073-3299 USA.
 3. Лапшин В. С. Процессное управление: концепции и подходы / В. С. Лапшин, О. С. Козлова // Российское предпринимательство. – 2010. – № 1-2. – С. 68-73.
 4. Ильина О. Н. Методологическое обеспечение управления проектами, программами и портфелями проектов в организации // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 19-23.
 5. Горина А. П. Проектно-ориентированный подход в системе менеджмента предприятия: организационное развитие / А. П. Горина, Е. В. Заварцева // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика. – 2010. – № 9. – С. 31-39.
 6. Марабаева Л. В. Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности на региональном уровне / Л. В. Марабаева, О. А. Соколов // Инновации. – 2005. – № 4. – С. 61-63.
-

A. P. Gorina*

**Gorina Alla, Doctor of Economics, Professor of
Mordovia State University of Ogarev, Saransk
alla1060@mail.ru*

E. V. Zavartseva*

**Zavartseva Ekaterina, Graduate student of
Mordovia State University of Ogarev, Saransk
zavartseva-ev@rambler.ru*

**METHODOLOGICAL SUPPORT OF PROJECT MANAGEMENT SYSTEM
FOR ORGANIZATIONS: SYNTHESIS AND STRUCTURING PROBLEMS**

Key words: methodology, corporate standard, project management system, formalization.

The article studies methodological basis of project management. The author provides classification and comparative characteristics of different researches, containing methodological grounds of project management. The work proves the necessity of structuring and integrated use of given methodological basis of project management in order to build corporate methodology.

© Горина А. П., Заварцева Е. В., 2011

УДК 330.4

В. И. Аникин*

*Аникин Валерий Иванович, доктор технических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
anikin_vi@mail.ru

О. В. Аникина*

*Аникина Оксана Владимировна, соискатель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
blue-waterfall@yandex.ru

АЛГОРИТМИЧЕСКОЕ ТАБЛИЧНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: алгоритмическое табличное моделирование, динамика развития предприятия, Microsoft Excel.

Приводятся результаты анализа разработанной алгоритмической нелинейной табличной модели в MS Excel, моделирующей процесс развития основных производственных фондов малого предприятия в условиях ограниченных ресурсов.

За последние десятилетия в экономико-математическом моделировании произошел качественный скачок как в разработке моделей и их верификации, так и в создании и использовании модельно-обоснованных методов анализа действительности и формах представления результатов моделирования. Академическое понимание и узкопрофессиональное математическое моделирование на языке формул уступает место алгоритмическим и имитационным моделям в научной и производственно-хозяйственной деятельности.

Целью данной работы является проектирование и анализ алгоритмической табличной модели динамики развития малого предприятия без написания программного кода, по принципу «программирование без программирования».

Пусть малое предприятие развивается как за счет внутренних источников (реинвестирование прибыли), так и внешней финансовой поддержки (внешних инвестиций) [1]. Единственным лимитирующим фактором, ограничивающим выпуск продукции, являются основные производственные фонды. Введем следующие переменные модели:

$P(t)$ – объем выпуска продукции в момент времени t ;

$A(t)$ – стоимость основных производственных фондов;

f – показатель фондоотдачи;

w – удельная себестоимость выпуска продукции ($0 < w < 1$);

$Mo(t)$ – общая прибыль малого предприятия в стоимостном выражении;

$M(t)$ – чистая прибыль малого предприятия в стоимостном выражении;

$N(t)$ – сумма налоговых отчислений в стоимостном выражении;

n_1 – норма налогообложения на объем выпуска ($0 \leq n_1 < 1$);

n_2 – норма налогообложения на прибыль ($0 \leq n_2 < 1$);

ξ – доля чистой прибыли, отчисляемой на обновление и расширение производства ($0 \leq \xi < 1$);

$\eta(t)$ – доля чистой прибыли, отчисляемой на обновление основных производственных фондов;

q – удельный коэффициент амортизации основных производственных фондов;

k – коэффициент, отражающий долю реинвестированных средств прибыли, которые не имеют льгот по налогообложению ($0 \leq k \leq 1$);

$I(t)$ – интенсивность внешних инвестиций, полученных предприятием на безвозмездной основе (например, из муниципального бюджета).

Схема взаимодействия производственных факторов малого предприятия показана на рис. 1.

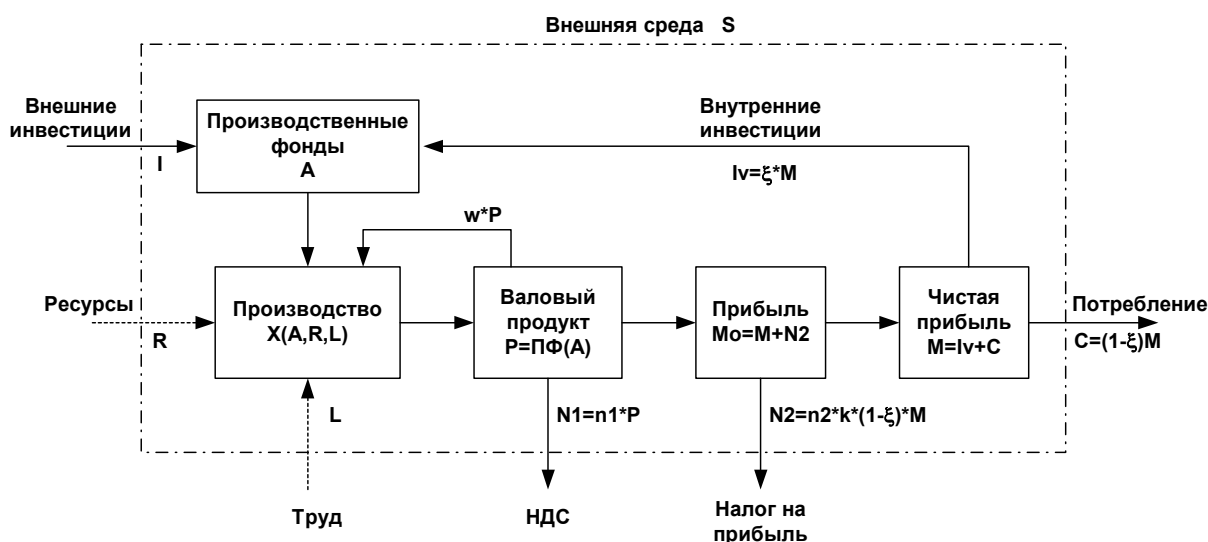


Рис. 1. Схема взаимодействия производственных факторов малого предприятия

Зависимости между основными переменными модели представляются следующими соотношениями:

$$P(t) = f \cdot A(t), \quad (1)$$

$$Mo(t) = (1 - w) \cdot P(t), \quad (2)$$

$$M(t) = Mo(t) - N(t), \quad (3)$$

$$N(t) = n_1 \cdot P(t) + n_2 \cdot k \cdot (1 - \xi) \cdot M(t), \quad (4)$$

$$\frac{dA(t)}{dt} = \eta(t) \cdot M(t) + I(t), \quad (5)$$

$$\xi = \eta(t) + q \cdot A(t). \quad (6)$$

Здесь равенство:

(1) – определяет производственную функцию малого предприятия;

(2) – характеризует процесс формирования общей прибыли;

(3) – определяет величину чистой прибыли;

(4) – упрощенный алгоритм расчета налоговых отчислений, складывающихся из налогов двух видов: 1) зависящих от объемов производства (НДС) и 2) начисляемых на прибыль;

(5) – описывает динамику прироста основных производственных фондов за счет реинвестирования собственных средств и внешних инвестиций;

(6) – задает закон, по которому доля чистой прибыли ξ делится между отчислениями на расширение и обновление основных производственных фондов.

Аналитическое решение задачи в аналогичной постановке дано в [1]. Однако из-за нелинейности исходных уравнений авторам [1] удалось получить лишь несколько частных, трудно поддающихся анализу стационарных решений. Кроме того, в [1] не учитываются затраты средств на обновление основных производственных фондов, что приводит к неограниченному росту последних во времени.

Система равенств (1) – (6) сводится к нелинейному обыкновенному дифференциальному уравнению первого порядка:

$$\frac{dA}{dt} = a(t) \cdot \left[1 - \frac{q}{\xi} \cdot A(t)\right] \cdot A(t) + I(t), \quad (7)$$

где $a(t) = \frac{f \cdot (1 - w - n_1) \cdot \xi}{1 + n_2 \cdot k \cdot [1 - \xi]}$ с начальным усло-

вием $A(0) = A_0$.

В частности, в отсутствие внешних инвестиций ($I = 0$) при постоянных значениях параметров $a = \text{const}$, $q = \text{const}$ и $\xi = \text{const}$ уравнение (7) принимает вид классического логистического уравнения, согласно которому стоимость основных производственных фондов с течением времени асимптотически стремится к уровню насыщения, равному $A(\infty) = \frac{\xi}{q}$. При наличии

внешних инвестиций ($I = \text{const}$) уровень насыщения увеличивается до величины

$$A(\infty) = \frac{\xi}{2q} + \frac{\xi}{2q} \cdot \sqrt{1 + 4 \cdot \frac{q}{\xi} \cdot I}.$$

Модель развития малого предприятия с нелинейной производственной функцией

Линейная модель развития малого предприятия является слишком простой абстракцией. На практике динамика развития малого предприятия характеризуется значительной нелинейностью: на начальных стадиях могут наблюдаться значительные темпы развития производства, которые затем снижаются вследствие влияния различных лимитирующих факторов.

Рассмотрим малое предприятие, функционирующее в условиях предпосылок (1) – (6), однако вместо линейной производственной

функции (1) будем использовать нелинейную производственную функцию.

Так, для описания функционирования малого предприятия, имеющего высокий потенциал развития, можно использовать степенную производственную функцию вида:

$$P(t) = \gamma \cdot A^\alpha(t). \quad (8)$$

При лимитирующем факторе основных производственных фондов она является частным случаем известной функции Кобба – Дугласа:

$$P(t) = \gamma \cdot A^\alpha(t) \cdot L^\lambda, \quad \alpha + \lambda = 1, \quad (9)$$

где $0 \leq \alpha \leq 1$, L – трудовые ресурсы, γ , α , λ – параметры функции.

Чтобы состыковать функцию (8) с параметрами линейной модели, представим ее в виде:

$$P(t) = f \cdot A0 \cdot \frac{A(t)^\alpha}{A0^\alpha}. \quad (10)$$

Тогда при $\alpha = 1$ формула (10) переходит в линейную производственную функцию (1). В другом крайнем случае ($\alpha = 0$) объем выпуска продукции фиксирован и равен начальному выпуску $P(t) = f \cdot A0 = const$.

Дифференциальное уравнение, описывающее временную динамику малого предприятия с нелинейной производственной функцией, принимает вид:

$$\frac{dA}{dt} = a(t) \cdot \left[1 - \frac{q}{\xi} \cdot A(t)\right] \cdot A0 \cdot \frac{A^\alpha(t)}{A0^\alpha} + I(t). \quad (11)$$

Модель развития малого предприятия с насыщением выпуска продукции

Очевидно, что процесс роста малого предприятия происходит до некоторого предела. Величина предела роста определяется внешними условиями, например сбытом продукции, производительностью штата сотрудников, лимитом производственных площадей и т. д. Выпуск продукции в этом случае можно описать функцией:

$$P(t) = f \cdot A0 \cdot \left\{1 + \beta \cdot \left[1 - \exp\left(-\frac{A(t) - A0}{\beta \cdot A0}\right)\right]\right\}, \quad (12)$$

где β – коэффициент, определяющий уровень насыщения объема выпуска.

Выбор функции $P(t)$ в виде (12) объясняется следующими причинами:

1. При $t \rightarrow 0$ функция $P(t) \rightarrow f \cdot A(t)$, и мы приходим к линейной зависимости объема выпуска продукции от размера производственных фондов.

2. В обратном случае при $A(t) \gg (1 + \beta) \cdot A0$ значение экспоненты в формуле (11) стремится к нулю и $P(\infty) = (1 + \beta) \cdot P0$.

Коэффициент $1 + \beta$ показывает, во сколько раз уровень насыщения выпуска продукции отличается от начального значения $P0$:

$$P(\infty) = (1 + \beta) \cdot P0. \quad (13)$$

Дифференциальное уравнение, описывающее динамику развития малого предприятия в этих условиях, имеет вид:

$$\frac{dA}{dt} = a(t) \cdot \left[1 - \frac{q}{\xi} \cdot A(t)\right] \cdot A0 \cdot \left\{1 + \beta \cdot \left[1 - \exp\left(-\frac{A(t) - A0}{\beta \cdot A0}\right)\right]\right\} + I(t). \quad (14)$$

Обобщенная нелинейная модель развития малого предприятия

Три рассмотренные модели нетрудно объединить в обобщенную модель, используя производственную функцию вида:

$$P(t) = f \cdot A0 \cdot \left\{1 + \beta \cdot \left[1 - \exp\left(-\frac{A^\alpha(t) - 1}{\beta \cdot A0^\alpha}\right)\right]\right\}. \quad (15)$$

Динамика развития малого предприятия тогда описывается обыкновенным нелинейным дифференциальным уравнением

$$\frac{dA}{dt} = a(t) \cdot \left[1 - \frac{q}{\xi} \cdot A(t)\right] \cdot A0 \cdot \left\{1 + \beta \cdot \left[1 - \exp\left(-\frac{A^\alpha(t) - 1}{\beta \cdot A0^\alpha}\right)\right]\right\} + I(t). \quad (16)$$

Для численного решения нелинейных дифференциальных уравнений (7), (11), (14), (16) воспользуемся классическим методом Рунге – Кутты [2]. Табличное решение этих уравнений по принципу «программирование без программирования» осуществлялось в Microsoft Excel по оригинальной авторской технологии табличного моделирования алгоритмов [3]. Полученная алгоритмическая табличная модель динамики развития малого предприятия представлена на рис. 2.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ		
Начальная стоимость основных производственных фондов	A0	10000
Норма налогообложения на объем выпуска (НДС)	n ₁	0,1
Норма налогообложения на чистую прибыль	n ₂	0,2
Удельная себестоимость выпуска продукции в долях	w	0,7
Коэффициент фондоотдачи	f	0,5
Доля реинвестируемых средств, не имеющих льгот по налогообложению	k	1
Доля чистой прибыли, направляемая на реинвестирование	ξ	0,4
Удельная доля отчислений на амортизацию	q	0
Интенсивность внешних инвестиций в стоимостном выражении	IO	1000
Коэффициент нелинейности производственной функции	α	0,9
Коэффициент насыщения объема выпуска	β	4
ПАРАМЕТРЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ		
Шаг имитации	h	1,0
ПРОИЗВОДНЫЕ ПАРАМЕТРЫ		
Коэффициент самоинвестиций в дифференциальном уравнении	a	0,036

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1									
2		k	1		y	1323559,9			
3									
4		t	y	K0	K1	K2	K3	dy	
5		0,0	10000,0	1357,143	1381,378	1381,810	1406,493	1381,669	'-init
6		1,0	11381,7	1406,488	1431,604	1432,053	1457,633	1431,906	
7		2,0	12813,6	1457,628	1483,657	1484,122	1510,632	1483,969	
8		3,0	14297,5	1510,627	1537,602	1538,084	1565,558	1537,926	
9		4,0	15835,5	1565,552	1593,509	1594,008	1622,481	1593,845	

Рис. 2. Алгоритмическая табличная модель динамики развития малого предприятия

Модель поддерживает четыре вида производственных функций, описываемых выражениями (1), (10), (12), (15). Для выбора нужной функции во входной ячейке R2C3 нужно указать ее номер. В ячейке R2C6 отображается стоимость основных производственных фондов для выбранной производственной функции в момент окончания имитации.

В табличной модели используются символические имена ячеек:

Имя	Формула	Описание
A0	= Параметры!R4C5	Начальная стоимость основных производственных фондов
ksi	= Параметры!R10C3	Доля чистой прибыли, отчисляемая на амортизацию и расширение производства
q	= Параметры!R11C3	Удельный коэффициент отчислений на амортизацию
IO	= Параметры!R12C5	Интенсивность внешних инвестиций в стоимостном выражении
Alfa	= Параметры!R14C5	Коэффициент нелинейности производственной функции
Beta	= Параметры!R15C5	Коэффициент насыщения объема выпуска
h	= Параметры!R18C5	Шаг интегрирования
a	= Параметры!R21C5	Коэффициент реинвестирования
k	= Модель!R2C3	Тип производственной функции
t	= Модель!RC2	Текущий момент времени
t	= Модель!R[-1]C2	Предыдущий момент времени
y	= Модель!RC3	Переменная решения
y	= Модель!R[-1]C3	Предыдущее значение y
dy	= Модель!R[-1]C8	Приращение y на предыдущем шаге
K0	= Модель!RC4	Коэффициенты метода Рунге – Кутты
K 1	= Модель!RC5	
K 2	= Модель!RC6	
K 3	= Модель!RC7	

Значения в зависимых ячейках вычисляются по формулам:

$$[R2C6] = R105C3$$

$$[R6C2:R105C2] = t_ + h$$

$$[R5C3] = A0$$

$$[R6C3:R105C3] = y_ + dy_$$

$$[R5C4:R105C4] = h * func(t; y; a; I0; A0; Alfa; Beta; ksi; q; k)$$

$$[R5C5:R105C5] = h * func(t + h/2; y + K0/2; a; I0; A0; Alfa; Beta; ksi; q; k)$$

$$[R5C6:R105C6] = h * func(t + h/2; y + K_1/2; a; I0; A0; Alfa; Beta; ksi; q; k)$$

$$[R5C7:R105C7] = h * func(t + h; y + K_2; a; I0; A0; Alfa; Beta; ksi; q; k)$$

$$[R5C8:R105C8] = 1/6 * (K0 + 2 * K_1 + 2 * K_2 + K_3)$$

где пользовательская функция $func(\cdot)$ имеет вид:

Function func(t As Double, y As Double, a As Double, I0 As Double, A0 As Double, Alfa As Double, Beta As Double, ksi As Double, q As Double, k As Byte) As Double

Select Case k

Case 1

$$func = a * y + I0$$

Case 2

$$func = a * A0 * (y / A0) ^ Alfa + I0$$

Case 3

$$func = a * (A0 + Beta * A0 * (1 - Exp(-(y - A0) / (Beta * A0)))) + I0$$

Case 4

$$func = a * (A0 + Beta * A0 * (1 - Exp(-(y / A0) ^ Alfa - 1) / Beta)) + I0$$

Case Else

MsgBox "Неправильный параметр k"

End Select

$$func = (1 - q / ksi * y) * func$$

End Function

На рис. 3 представлена временная зависимость стоимости основных производственных фондов малого предприятия $A(t)$ для четырех видов производственной функции при значениях параметров моделирования $n1 = 0,1, n2 = 0,2, w = 0,7, f = 0,5, k = 1, \zeta = 0,4, q = 0, \alpha = 0,9, \beta = 4, I = 1000$ и начальном условии $A0 = 10000$.

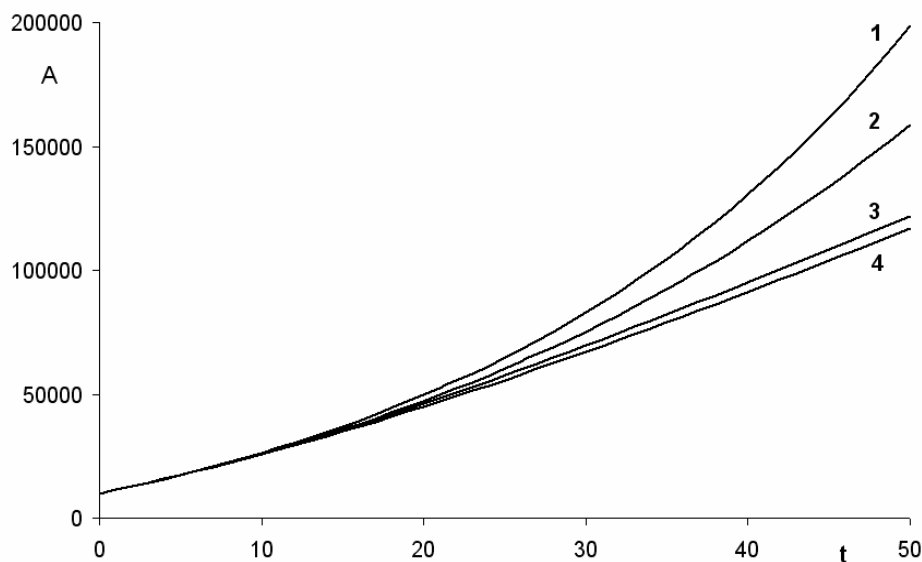


Рис. 3. Динамика развития малого предприятия без учета затрат на обновление основных производственных фондов: 1 – линейная модель; 2 – функция Кобба – Дугласа; 3 – насыщение объема выпуска продукции; 4 – обобщенная модель

Из графиков видно, что на начальной стадии развития предприятия ($t \leq 10$) все модели дают одинаковый результат, затем, с ростом нелинейности, они все больше и больше отличаются друг от друга. Как и следует ожидать, для производственной функции с насыщением и обобщенной производственной функции при $t \geq 30$ стоимости основных производственных фондов зависят от времени линейно из-за насыщения выпуска продукции.

На рис. 4 показана временная зависимость стоимости основных производственных фондов малого предприятия для линейной производственной функции при значениях параметров моделирования $n1 = 0,1, n2 = 0,2, w = 0,7, f = 0,5, k = 1, \zeta = 0,4, \alpha = 0,9, \beta = 4, I = 1000$, начальном условии $A0 = 10000$ и нескольких значениях параметра q .

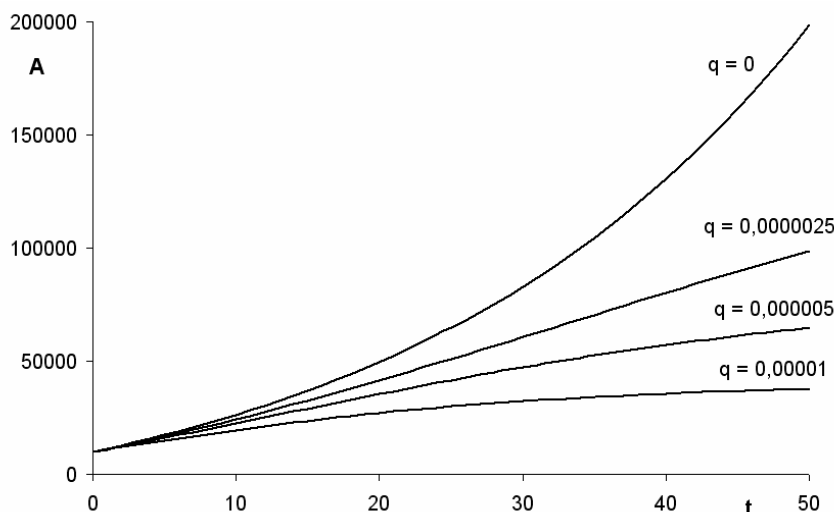


Рис. 4. Динамика развития малого предприятия для линейной производственной функции

Видим, что в случае учета отчислений на обновление основных производственных фондов последние асимптотически стремятся к равновесному уровню, величина которого заметно снижается с ростом удельного коэффициента отчислений на амортизацию.

Таким образом, в отличие от [1] разработанная нами алгоритмическая табличная модель позволяет исследовать процесс развития малого предприятия в динамике. При этом параметры модели с течением времени могут не только ос-

таваться фиксированными, но и изменяться по заданному закону.

Заметим также, что простым изменением программного кода пользовательской функции $\text{func}(\cdot)$ созданную модель можно приспособить для моделирования поведения множества других динамических систем, описываемых обыкновенным дифференциальным уравнением первого порядка (начальная задача Коши).

Библиографический список

1. Хачатрян С. Р., Пинегина М. В., Буянов В. П. Методы и модели решения экономических задач. – М. : Экзамен, 2005. – 384 с.
2. Вержбицкий В. М. Численные методы (математический анализ и обыкновенные дифференциальные уравнения). – М. : Изд. дом «ОНИКС 21 век», 2005. – 400 с.
3. Аникин В. И., Аникина О. В. Эффективная техника создания табличных моделей в Microsoft Excel // Информационные технологии. – 2008. – № 10. – С. 74-77.

V. I. Anikin*

*Anikin Valery, PhD in Technical Science, Professor of
Volga Region State University of Service, Togliatti
anikin_vi@mail.ru

O. V. Anikina*

*Anikina Oksana, Applicant of
Volga Region State University of Service, Togliatti
blue-waterfall@yandex.ru

ALGORITHMIC TABLE MODELING OF SMALL ENTERPRISES DYNAMICS

Key words: algorithmic table modeling, enterprise dynamics, Microsoft Excel.

The article features the results of the analysis of developed algorithmic nonlinear table model in MS Excel. This model simulates the development of basic production assets of a small enterprise with limited resources.

УДК 338.46

Т. Г. Квач*

*Квач Татьяна Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
Kvach.t@rambler.ru

Г. А. Киричек*

*Киричек Галина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_vm@tolgas.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Ключевые слова: информация, система, организация, технология, управление, коммерция, бизнес.

Рассказывается о внедрении информационных систем управления организацией, которое представляет собой сложный технологический бизнес-процесс. Под информационными технологиями в этой статье понимается их современное значение, а в частности интеграция компьютеров, средств связи и электроники в управлении коммерческими организациями, то есть информационные, коммуникационные и компьютерные технологии.

Научно-технический прогресс и переход к рыночной экономике очень сильно ускорили темпы внедрения во все сферы социально-экономической жизни общества нашей страны последних достижений в области информатизации. Впервые термин «информатизация» появился при создании сетей массового обслуживания и многотерминальных локальных информационно-вычислительных систем.

Информационные технологии возникли давно, вследствие этого с развитием средств связи и ЭВМ появилось огромное число вариаций: «компьютерные информационные технологии», «информационные и коммуникационные технологии» и т. п. В данной статье под информационными технологиями будет пониматься современное значение, то есть интеграция средств связи, компьютеров и электроники в систему управления.

Реформирование методов управления объектами экономики повлекло за собой не только перестройку процесса автоматизации организации управленческой деятельности, но и широкое применение новых форм реализации этой деятельности.

Нашей задачей будет являться исследование применения и эффективности внедрения информационных систем, тем самым совершенствуя системы управления коммерческими организациями.

Как и любое серьезное преобразование в организации, процесс внедрения информационной системы управления – сложный и зачастую очень болезненный. Однако некоторые вопросы, которые возникают при этом процессе, дос-

таточно неплохо изучены и имеют эффективные методы решения. Процесс внедрения значительно облегчают и повышают эффективность последующего использования информационных систем, заблаговременное изучение появляющихся проблем и подготовка к ним. Рассмотрим основные вопросы и задачи, которые возникают при внедрении информационных систем управления организацией, и разработаем некоторые рекомендации по их решению.

Важнейшие проблемы и задачи, которые требуют отдельного внимания при их решении:

- отсутствует постановка задачи менеджмента в организации;
- существует необходимость в полной или частичной реорганизации структуры организации;
- существует необходимость изменения в различных аспектах бизнеса технологии;
- присутствует сопротивление сотрудников организации;
- во время процесса внедрения информационной системы управления появляется временное увеличение нагрузки на работников организации;
- необходимо будет сформировать квалифицированную группу внедрения и сопровождения системы, выбрать сильного руководителя группы.

Важнейший фактор – грамотная постановка задач менеджмента. Он влияет не только на деятельность организации в целом, но и на успех всего проекта информатизации. Примером может служить то, что совершенно бессмысленно внедрять автоматизированную систему бюджетирования, если оно не поставлено в организации как последовательный определенный процесс [2].

Но в настоящее время в Российской Федерации национальный подход к менеджменту еще не до конца сложился, и сейчас российское управление представляет собой смесь западного менеджмента, во многом не являющегося адекватным существующей ситуации, и советско-российского опыта, который, во многом гармонируя с общими жизненными принципами, не подходит к жесточайшим требованиям рыночной конкуренции.

Следовательно, первое, что необходимо сделать для удачного проекта внедрения информационных систем, это максимально формализовать все те контуры управления, которые запланировано проектировать.

Однако чаще всего нужно произвести частичную реорганизацию структуры организации и технологий в ведении бизнеса, перед тем как приступить к внедрению процесса информационных систем управления. Из-за этого полное и достоверное обследование организации во всех аспектах ее деятельности – один из самых важных этапов проекта внедрения. Вся дальнейшая схема строится на основе заключения, которое получено в результате обследования, построения информационной корпоративной системы. Естественно, можно автоматизировать все по принципу «как есть», но не следует делать этого по ряду причин. При обследовании обычно фиксируется большое количество мест возникновения дополнительных необоснованных затрат и структурных противоречий организации, устранив которые можно было бы уменьшить производственные издержки, а также существенно сократить время исполнения разных этапов главных бизнес-процессов.

Термин «реорганизация» не означает реинжиниринг в классическом западном понимании, с полнейшей перестройкой коммерческой и внутрихозяйственной деятельности. Реорганизацию можно провести в ряде локальных точек, где она особенно важна и не повлечет за собой значительный спад активности текущей деятельности.

Информационная система, построенная эффективно, обязательно внесет изменения в существующие планирование, контроль и управление бизнес-процессами.

Руководитель может получать достоверную и актуальную информацию обо всех сферах деятельности компании без задержек по времени, излишне передаточных звеньев при наличии автоматизированной системы управления организацией. Кроме того, информация представляется руководству через персональный компьютер в более удобном виде, при отсутствии человеческих факторов. Эти факторы могут предвзято или субъективно передавать инфор-

мацию. Однако нужно заметить, что существует небольшая часть руководителей, которые не привыкли принимать решения по управлению в чистом виде, если к ней не приложено мнение доставившего эту информацию человека. В принципе, такой подход может быть и при наличии автоматизированной системы управления организацией, но обычно он негативно сказывается на объективности менеджмента.

Внедрение предлагаемой автоматизированной информационной системы управления организацией внесет значительные изменения в управление бизнес-процессами. Здесь любой документ, который отображается в поле информации, течения или завершения сквозного бизнес-процесса, в интегрированной системе создается автоматически, с помощью первичного документа, открывшего процесс. Работники, которые ответственны за данный бизнес-процесс, только контролируют и вносят необходимые изменения в построенные системой документы. Заказчик, например, разместил заказ на продукцию. Этот заказ нужно исполнить к некоторому числу месяца. Он вводится в систему, благодаря чему система автоматически создает счет (с помощью существующих алгоритмов ценообразования). Заказчику пересылается счет, а заказ направляется в производственный модуль, в котором происходит разукладывание данного вида продукции на различные комплектующие. В модуле закупок на основе списка комплектующих система создает заказы на их закупку, а производственным модулем оптимизируется производственная программа для исполнения заказа точно к сроку. Конечно, в реальной жизни возможно множество вариантов срывов, которые нельзя устранить: несвоевременная поставка комплектующих, поломка оборудования и т. п. Вследствие этого любой этап при выполнении заказа важно строго контролировать и в случае необходимости создавать воздействие управленцев на систему во избежание нежелательных последствий или их уменьшения [1].

Не стоит считать, что наличие информационной системы позволит организации работать проще. Значительное сокращение бумажной работы, наоборот, ускорит процесс и повысит качество обработки заказов, поднимет рентабельность и конкурентоспособность организации в целом, а на это потребуются большая собранность, компетентность и ответственность исполнителей. Можно предположить, что существующая производственная база не сможет справиться с новым потоком заказов и в нее тоже нужно будет внести технологические и организационные изменения. Эти изменения

впоследствии могут положительно сказаться на процветании организации.

Почти всегда при внедрении любого нового проекта в управление предприятием возникает активное сопротивление работников на местах. Это сопротивление представляет собой серьезное препятствие для консультантов, и оно вполне может сорвать или надолго затянуть внедрение проекта. Это вызвано такими человеческими факторами, как: обыкновенный страх перед нововведениями, консерватизмом, опасение потери работы или утраты своей незаменимости, боязнь из-за увеличения ответственности за свои действия. Руководство организации, которое приняло решение автоматизировать свой бизнес, в таком случае должно всячески содействовать ответственной группе специалистов, которая проводит внедрение автоматизированной системы управления организацией, вести разъяснительную работу с кадрами, а также:

- необходимо наделить руководителя внедрения проекта достаточными полномочиями, так как иногда сопротивление (чаще подсознательно или в результате неоправданных амбиций) возникает даже среди топ-менеджеров;

- необходимо постоянно подкреплять все организационные решения по внедрению издания соответствующих письменных распоряжений и приказов.

На некоторых этапах внедрения проекта временно возрастает нагрузка на работников организации. Связано это с тем, что работникам придется осваивать новые технологии и знания, помимо выполнения своих обычных обязанностей. В этих случаях руководству организации следует не только вести разъяснительную работу с уклоняющимися от освоения новых технологий работниками, но и:

- повышать уровень мотивации работников к освоению системы с помощью благодарностей и поощрений;

- принимать организационные меры по сокращению срока параллельного ведения дел;

- формировать квалифицированную группу сопровождения и внедрения системы;

- необходимо будет назначить опытного руководителя группы для внедрения информационных систем.

Внедрение информационных систем управления организацией может производиться по следующей технологии: на организации формируется маленькая (3-6 человек) рабочая группа. Она проходит максимально полное обучение по работе с системой, затем на эту группу ложится большая часть работы по внедрению и дальнейшему сопровождению системы. Такая технология вызвана двумя фактора-

ми: во-первых, тем, что организация чаще всего заинтересована в том, чтобы у нее под рукой были специалисты, которые могли бы оперативно решать множество рабочих проблем по настройке и эксплуатации системы, а во-вторых, стоимость обучения работников организации и их использование всегда намного дешевле аутсорсинга. Следовательно, формирование сильной рабочей группы – залог успешной реализации внедрения проекта [3].

Особенно важная проблема – это выбор руководителя такой группы и администратора системы. Руководитель должен знать не только базовые компьютерные технологии, но и обязан обладать глубокими знаниями в области управления и ведения бизнеса. В крупных западных компаниях такой человек занимает должность *CIO (Chief Information Officer)*. Эта должность обычно является второй в иерархии руководства компании. В российской практике такую роль, как правило, играет начальник отдела *АСУП* или аналогичного ему отдела. Рассмотрим основные правила организации рабочей группы:

- необходимо назначать специалистов рабочей группы с учетом знания современных компьютерных технологий (и желания осваивать их в дальнейшем), коммуникабельности, ответственности, дисциплинированности;

- следует подходить к выбору и назначению администратора системы с особой ответственностью, потому что ему будет доступна практически вся корпоративная информация;

- крайне негативно может отразиться на результатах внедрения проекта возможное увольнение специалистов из рабочей группы. Вследствие этого следует выбирать членов группы из надежных и преданных сотрудников и вырабатывать систему поддержки этой преданности в течение всего проекта;

- после того как руководитель определил круг работников, которые входят в группу внедрения, он должен четко расписать решаемые каждым из них задачи, формы отчетов и планов, длину отчетного периода. Отчетным периодом в лучшем случае должен быть один день.

Все вышеперечисленные задачи, которые возникают в процессе построения информационной системы, и методы решения этих задач являются наиболее распространенными, и конечно, каждая организация имеет свою уникальную организационную специфику, и при внедрении информационной системы управления организацией могут возникать различные нюансы, требующие дополнительного рассмотрения и поиска методов их решения.

Таким образом, перед тем как осуществить проект внедрения, следует максимально фор-

мализировать его цели. Необходимо старательно подойти к выбору программного обеспечения для построения системы, так как такие ошибки обычно недешево обходятся организации. Также следует посмотреть как можно больше систем, и нужно сделать это «живьем», а не по маркетинговым материалам разработчиков. Не стоит пытаться разработать систему силами программистов организации. Готовые системы на протяжении многих лет разрабатываются специализированными коллективами, и они имеют реальную себестоимость намного выше продажной цены. Предприятие должно

установить высокий приоритет процессу внедрения системы среди остальных коммерческих и организационных процессов.

Внедрение информационной системы управления организацией можно сравнить с ремонтом, так как ремонт невозможно закончить, можно лишь прекратить. Поэтому внедрение новых технологий никогда не закончится. В процессе эксплуатации системе необходимо постоянно развиваться вместе с прогрессом информационных технологий и методологий управления деятельностью организации.

Библиографический список

1. Барановская Т. П. Информационные системы и технологии в экономике : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2007.
2. Вереvченко А. П. Информационные ресурсы для принятия решений : учеб. пособие. – М., 2006.
3. Волокитин А. В. Средства информатизации государственных организаций и коммерческих фирм : учеб. пособие. – М. : ФИОРД-ИНФО, 2006.

T. G. Kvach*

**Kvach Tatyana, PhD in Pedagogical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
Kvach.t@rambler.ru*

G. A. Kirichek*

**Kirichek Galina, PhD in Pedagogical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

USE OF INFORMATION SYSTEMS IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS MANAGEMENT

Key words: information, system, organization, technology, management, commerce, business.

The article considers the introduction of information systems used for organization management. Such measure is characterized as a complex technological business-process. Under information technology in this article we understand its modern meaning, and particularly the integration of computers, communications and electronics in business management, i.e. information, communication and computer technology.

© Квач Т. Г., Киричек Г. А., 2011

УДК 336.64, 658.14/17

Д. В. Глухова***Глухова Дарья Владимировна, аспирант**Северо-Кавказский гуманитарно-технический институт, г. Ставрополь*

proekcia@mail.ru

СИСТЕМА АНТИКРИЗИСНОГО ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ

Ключевые слова: финансы, кризис, управление, механизм, инструментарий, стратегия, мониторинг, диагностика.

Представлено исследование специфики антикризисного инструментария в области финансового управления предприятием. Уточнены понятия антикризисного финансового управления и механизма его реализации. Сделан вывод о том, что обязательным условием формирования механизма антикризисного финансового управления является выработка антикризисной финансовой стратегии.

В условиях цикличности функционирования и развития социально-экономических систем возникновение кризисных ситуаций в деятельности субъектов хозяйствования представляет собой достаточно частое явление. Основным признаком состояния экономического кризиса является накопление негативных внешних и внутренних факторов, которые по мере достижения критической массы представляют собой угрозу жизнестойкости и вводят предприятие в состояние нестабильности. При этом экономический кризис не следует трактовать лишь как негативный момент, поскольку при своевременном фрагментарном или общеорганизационном качественном управлении элементами социально-экономической системы предприятие подвергается активным изменениям, уничтожению сдерживающих факторов и может перейти на новый, более совершенный уровень развития.

Дискуссионная проблема анализа специфики возникновения кризисов на микроуровне логически обуславливает актуальность теоретического исследования путей и средств финансового регулирования кризисных ситуаций, инструментов обеспечения финансовой устойчивости субъектов хозяйствования.

Стабилизация финансового положения предприятий предполагает использование подходов антикризисного менеджмента, подразумевающее управление финансами, поскольку наличие или отсутствие финансовых ресурсов есть едва ли не самый главный показатель финансовой устойчивости. Управление финансами, в свою очередь, представляет собой сочетание стратегических и тактических элементов финансового обеспечения предпринимательства, позволяющих управлять денежными потоками, осуществлять своевременную диагностику финансово-хозяйственного состояния и, соответственно, ус-

танавливать проявления кризиса на самых ранних этапах его возникновения. Кроме того, современная теория и практика финансового управления выработала обширную систему методик аналитической работы с целью защиты предприятия и недопущения банкротства.

В этой связи становится очевидным, что антикризисное финансовое управление – доминантная составляющая общей системы антикризисного менеджмента, представляющего собой специфический вид управленческой деятельности, заключающийся в сканировании влияния внешней и внутренней среды на финансовые условия функционирования предприятия с целью своевременного обнаружения признаков приближения кризиса, анализе финансового состояния и внедрении финансово-экономических мероприятий по преодолению кризисной ситуации.

Целью системы антикризисного управления являются разработка и реализация мер, направленных на быстрое возобновление платежеспособности и восстановление достаточного уровня финансовой устойчивости предприятия, обеспечивающей его выход из кризисного состояния. К основным принципам системы антикризисного менеджмента можно отнести: максимальную готовность к возможному нарушению финансового равновесия, прогнозирование и своевременную диагностику финансовой деятельности, дифференциацию индикаторов кризисных явлений по степени опасности для финансового развития, своевременную реакцию на отдельные кризисные проявления в финансовом развитии, адекватность реагирования на степень реальной угрозы финансовому равновесию, реализацию внутренних возможностей выхода из кризисного состояния в максимальном объеме, качественный подход к

подбору эффективных форм организационных процедур с целью финансового оздоровления (санации) предприятия [1, с. 228]. Опираясь на обозначенные принципы, необходимо определить специфику политики антикризисного финансового управления и составляющие механизма его реализации.

Политика антикризисного финансового управления представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающейся в разработке системы методов предварительной диагностики банкротства и внедрения механизмов финансового оздоровления, обеспечивающих выход из кризисного состояния [3, с. 272-274]. Механизм реализации антикризисного финансового управления можно определить как систему управления финансовым состоянием предприятия, характеризующуюся последовательностью применяемых аналитических, профилактических и антикризисных процедур, а также операций и методов воздействия на финансовое функционирование и развитие субъекта хозяйствования. Эффективной реализация системы антикризисного финансового управления может быть при наличии формирования кадровой, информационной, контролирующей и подсистемы антикризисного инструментария (рис. 1). При этом грамотный финансовый менеджмент предполагает постановку акцента на антикризисную стратегию, не дожидаясь наступления кризисного состояния [1, с. 232].

Итак, процесс антикризисного финансового управления начинается с выработки плана антикризисных мероприятий, характеризующего постоянную готовность к возможному нарушению финансового равновесия на любом этапе экономического развития хозяйствующего субъекта и его внедрение в систему финансового управления.

При определении антикризисной стратегии анализируются внешние и внутренние условия функционирования предприятия в целом, выделяются основные компоненты, которые имеют решающее значение для финансового состояния, и на их основе формируется информационное поле, необходимое для выработки стратегических финансовых решений. В конечном итоге в основе антикризисной стратегии и, соответственно, тактики в области финансового управления вне зависимости от ситуации, которая складывается на предприятии на текущий момент, должны находиться следующие ориентиры:

- образование оптимального баланса между стремлением к максимизации прибыли и сохранением финансовой устойчивости;
- формирование финансовых ресурсов в объеме, необходимом для обеспечения финансового равновесия в краткосрочной и долгосрочной перспективе;
- повышение эффективности использования финансового потенциала;
- оптимизация соотношения рисков и доходности по видам деятельности.



Рис. 1. Система антикризисного финансового управления

Так называемая кадровая подсистема включает в себя финансовый менеджмент предприятия, то есть структурное и функциональное подразделение, занимающееся управлением финансами, – финансовую службу, которая должна характеризоваться профессиональными качествами и системой финансовых знаний, способностью работы в интенсивном режиме, высоким интеллектуальным и организационным уровнем финансовых менеджеров, что особенно важно в условиях финансового и общего кризиса на предприятии. Основные функции финансовой службы заключаются в разработке финансовой политики, финансовом планировании, управлении финансовыми и денежными потоками, проведении аналитической работы, осуществлении текущего финансового мониторинга и контроле над финансовой деятельностью предприятия [7]. Если рассматривать механизм антикризисного финансового управления в классическом виде, то кадровая подсистема будет представлена субъектом, с помощью которого осуществляется антикризисное воздействие на финансовое состояние предприятия.

Эффективность финансового управления и управления в целом на любом предприятии в значительной мере зависит от его информационного обеспечения. Основной целью функционирования информационной подсистемы является использование системы диагностирования (рис. 2) для установления диагноза и выработки заключения о финансовом состоянии предприятия на дату осуществления этого исследования и на перспективу. Информационная подсистема включает в себя следующие методы формирования финансовой информации:

- исследование динамики финансового развития предприятия;
- мониторинг текущего финансового состояния;
- финансовый анализ кризисоформирующих факторов внешней и внутренней среды.

Исследование динамики финансового развития предприятия предполагает изучение основных финансовых показателей по определенным периодам и выявление закономерностей финансового развития, формирование финансовой статистики. Результаты такого анализа становятся основой для выработки антикризисной финансовой стратегии предприятия и составления финансовых прогнозов.

Мониторинг текущего финансового состояния предполагает систему сбора данных и рас-

чета финансовых показателей о состоянии предприятия, позволяющих своевременно диагностировать кризисное состояние, отслеживать тенденции и динамику происходящих изменений и на этой основе принимать рациональные управленческие решения [1, с. 392]. В этих целях в системе общего мониторинга финансового состояния предприятия выделяется особая группа объектов наблюдения, формирующая возможное «кризисное поле», реализующее угрозу его банкротства.

В процессе наблюдения используются как традиционные, так и специальные показатели – «индикаторы кризисного развития» [3]. Как правило, показатели этой группы наблюдаются с наиболее высокой периодичностью в общей системе финансового мониторинга. Более того, в периоды высокой динамики факторов внешней финансовой среды, реализующих угрозу финансового кризиса предприятия, основные из этих показателей требуют ежедневного наблюдения. Здесь на первый план выходит блок контролирующей системы – финансовый контроль показателей, характеризующих вероятность наступления банкротства, который одновременно может быть и инструментом информационной подсистемы. На этом этапе основной целью будет являться установление диагноза и выработка заключения о финансовом состоянии предприятия на дату осуществления этого исследования и на перспективу.

Финансовый анализ кризисоформирующих факторов внешней и внутренней среды подразумевает собой исследование системы воздействий внутреннего и внешнего характера на финансовое состояние хозяйствующего субъекта и их идентификацию с позиции провоцирования кризисных явлений. Большинство отечественных и зарубежных экономистов выделяют важность проведения углубленного исследования внешней и внутренней среды с позиции угроз и возможностей предприятия с помощью SWOT-анализа, а также других видов диагностики финансового состояния – рейтинговых методик, систем балльных оценок, факторных моделей.

Результаты текущего мониторинга и финансового анализа кризисоформирующих факторов позволяют определить характер финансового развития и констатировать «нормальное», «предкризисное» или «кризисное» финансовое состояние [1, с. 281].

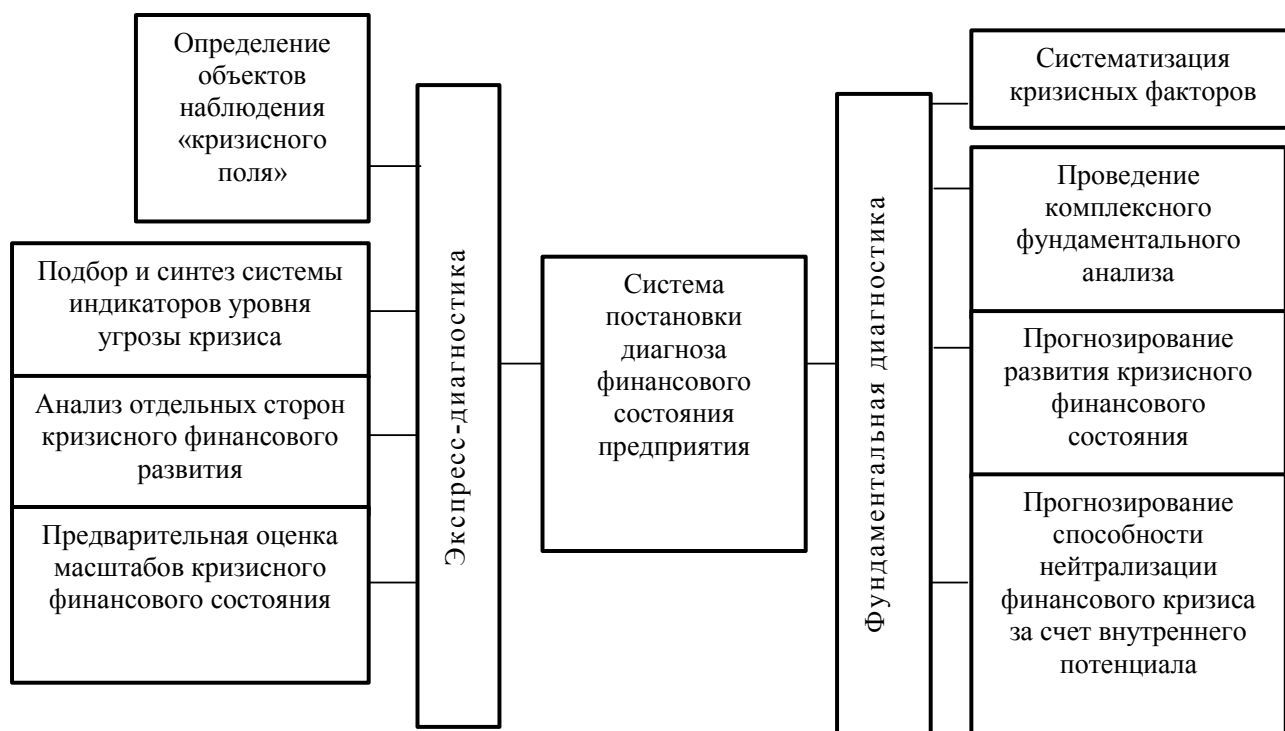


Рис. 2. Элементы системы финансовой диагностики

При диагностировании предкризисного финансового состояния предприятия следующим блоком механизма антикризисного финансового управления становится разработка системы профилактических мероприятий по предотвращению финансового кризиса, которые в такой ситуации будут носить превентивный характер. Профилактика финансового кризиса предполагает проведение ряда мероприятий, управленческие решения которых должны в итоге соответствовать определенным принципам: «отсечение лишнего», «сжатие организации» и «обеспечение финансовой стабильности на перспективу» [7].

В случае обнаружения в процессе мониторинга существенных отклонений от нормального хода финансовой деятельности закономерным шагом будет выявление масштабов кризисного состояния, то есть его глубины с позиции угрозы банкротства. Такая идентификация масштабов кризисного состояния позволяет осуществить соответствующий селективный подход к выбору системы механизмов защиты от возможного банкротства [3, с. 280].

Далее в рамках реализации системы антикризисного управления проводится объективная оценка внутренних финансовых возможностей субъекта хозяйствования для выхода из финансового кризиса, которая во многом и определяет дальнейшую направленность антикризисного инструментария и интенсивность использования стабилизационных механизмов.

Выбор направлений финансовой стабилизации предприятия, адекватных масштабам его

кризисного финансового состояния и внутренним финансовым возможностям, представляет собой дальнейший этап антикризисного финансового управления. Несмотря на большое количество подходов к системе антикризисного менеджмента, значительная часть отечественных и зарубежных теоретиков финансового менеджмента, антикризисных управляющих придерживаются мнения, что с учетом всех сложившихся финансовых условий управление финансовым состоянием предприятия должно быть ориентировано на достижение следующих принципиальных целей: устранение неплатежеспособности; восстановление финансовой устойчивости; финансовое обеспечение устойчивого роста в долгосрочной перспективе. Сущность данного этапа стабилизационной программы заключается в маневре денежными потоками для заполнения разрыва между их расходом и поступлением, что может быть осуществимо с помощью увеличения поступления денежных средств (максимизацией), и уменьшением текущей потребности в оборотных средствах (экономией) [1, с. 177; 2, с. 216; 3, с. 262].

При определении конкретных путей финансового оздоровления финансовому менеджменту предприятия необходимо учитывать региональную и отраслевую специфику, затратность предлагаемых методов, стадию жизненного цикла, особенности местного законодательства, возможности получения дополнительного бюджетного финансирования со стороны региональных органов власти [5, с. 49].

В том случае, если перечисленные выше антикризисные инструменты, реализуемые за счет внутренних методов и финансовых возможностей, не способствовали выходу предприятия из кризисного состояния и его оздоровлению, теорией и практикой антикризисного управления рекомендуется прибегнуть к санации. Санация представляет собой систему мероприятий, направленных на улучшение финансово-экономического положения предприятия и реализуемых с помощью стороны юридических и физических лиц с целью предотвращения банкротства и повышения конкурентоспособности на рынке товаров и услуг [2, с. 216].

Формы санации определяются в рамках ее конкретного направления, избранного предприятием с учетом особенностей кризисной ситуации, и могут подразумевать реорганизацию долга или преобразование юридического статуса санлируемого предприятия. Цель считается достигнутой, если удалось за счет внешней финансовой помощи или реорганизационных мероприятий нормализовать хозяйственную деятельность и избежать объявления процедуры банкротства.

В ситуации глобальных финансовых и структурных изменений на предприятии большое зна-

чение приобретает обеспечение контроля над результатами внедряемых мероприятий по выводу субъекта бизнеса из финансового кризиса. Такие функции концентрируются в контролирующей подсистеме, в блоке контроля за реализацией антикризисных мероприятий, где основная часть финансово-оздоровительных действий наблюдается в системе оперативного контроллинга, организованного на предприятии. Учитывая важность реализации мер по финансовому оздоровлению для последующей жизнедеятельности хозяйствующего субъекта, такому контролю необходимо уделять первостепенное внимание [1, с. 179; 3, с. 272; 4, с. 213; 6, с. 154]. Результаты контроля должны постоянно анализироваться с целью внесения своевременных корректив, определения эффективности и принятия дополнительных мер.

Таким образом, система антикризисного финансового менеджмента подразумевает внедрение антикризисной стратегии в систему управления финансами предприятия, а также комплексную реализацию профилактических и антикризисных мероприятий, характеризующихся постоянной готовностью к возможному нарушению финансового равновесия на любом этапе экономического развития.

Библиографический список

1. Антикризисное управление : учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / под ред. проф. Э. М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2007.
2. Жарковская Е. П. Антикризисное управление : учебник / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. – М. : Омега-Л, 2004.
3. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Т. 2. – К. : Ника-Центр, 1999.
4. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Финансы. Финансовая политика, маркетинг, менеджмент. Финансовый риск-менеджмент. Ценные бумаги. Страхование. – Железнодорожный : ООО НПЦ «Крылья», 1998.
5. Кован С. Е. Теория антикризисного управления предприятием: учеб. пособие / С. Е. Кован, Л. П. Мокрова, А. Н. Ряховская ; под ред. Л. П. Мокровой, А. Н. Ряховской. – М. : КноРус, 2009.
6. Теория и практика антикризисного управления : учебник / Г. З. Базаров, С. Г. Беляев, Л. П. Бельих и др. ; под ред. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина. – М. : Закон и право, ЮНИТИ, 1996.
7. Колчина Н. В. Финансовый менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Н. В. Колчина, О. В. Португалова, Е. Ю. Макеева ; под ред. Н. В. Колчиной. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 464 с.

D. V. Glukhova*

**Glukhova Daria, Graduate student of
North-Caucasus Humanitarian-Technical Institute, Stavropol
proekcia@mail.ru*

SYSTEM OF ANTI-CRISIS FINANCIAL MANAGEMENT OF ECONOMIC UNITS

Key words: finance, crisis, management, mechanism, tools, strategy, monitoring, diagnostics.

The article studies specific anti-crisis tools, used in enterprise financial management. The author specifies the concept of anti-crisis financial management and mechanisms for its implementation. It was concluded that the development of anti-crisis financial strategy becomes the indispensable condition for creating the mechanism of anti-crisis financial management.

УДК 338.2

Т. Ю. Матвеева*

**Матвеева Татьяна Юрьевна, ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_vm@tolgas.ru*

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ

Ключевые слова: управление материальными запасами, эффективность логистических решений, показатели эффективности, затраты.

Затраты на содержание запасов образуют главный элемент затрат логистики. Эффективное управление запасами может осуществляться на основе моделей, которые позволяют выбрать вариант действий для принятия конкретных решений исходя из поставленной цели.

Эффективное управление материальными запасами направлено на реализацию двух целей:

- повышение уровня обслуживания потребителей;
- снижение затрат на выполнение заказа и поддержание необходимого уровня запасов.

Задача менеджера по логистике заключается в анализе затрат, издержек и стоимости, создаваемой в каждом звене стоимостной цепочки, в поиске путей повышения эффективности деятельности.

Эффективность логистических решений влияет на управление запасами, поэтому напрямую связана с ускорением оборачиваемости и высвобождением финансовых средств, вложенных в запасы, для инвестирования в производство или сервис. Система бухгалтерского учета фирмы должна способствовать выделению, анализу и контролю основных составляющих издержек в логистических каналах и цепях для принятия адекватных управленческих решений.

Оценка эффективности функционирования логистической системы включает рассмотрение следующих вопросов:

- сравнение положения предприятия с точки зрения логистических затрат с положением его ближайших конкурентов, охватывая цепь от закупки сырья до конечного потребителя;
- рациональное использование материальных ресурсов;
- решение проблемы: производить или покупать;
- выбор стратегии «выталкивания» или «вытягивания» товара от производителя;
- размещение производственных подразделений фирмы в определенной территориальной зоне;
- создание сезонных запасов продукции в производстве и сбыте;
- выбор структуры каналов распределения;

- выбор вида транспорта и маршрута движения;
- дислокация складов, способа транспортировки, процедуры хранения и управления запасами;
- выбор места размещения региональных складов краткосрочного хранения и транспортно-экспедиционных баз;
- выбор точек сбыта основного объема продукции;
- построение и внедрение эффективной системы доставки сервиса потребителям и организации послепродажного обслуживания;
- анализ системы обслуживания заказов потребителей, логистических функций, состава и структуры логистических затрат;
- формирование сметы логистических затрат в целом для логистической цепи и в разрезе звеньев логистической цепи;
- рациональная схема документооборота логистической деятельности.

Прибыль является важнейшим показателем оценки эффективности функционирования логистических систем. Этот показатель отражает результаты всей логистической деятельности – производительность логистической системы, объем логистических услуг, наличие непроизводительных расходов и потерь, уровень затрат и т. д. Основные показатели оценки эффективности логистики запасов представлены в табл. 1.

Количественным показателем эффективности функционирования логистической системы являются логистические затраты. Общие затраты на управление запасами складываются из затрат на содержание текущего запаса, затрат на выполнение очередного заказа и потерь в случае запаздывания заказа – потерянная прибыль.

Главный элемент затрат логистики образуют затраты на содержание запасов. Как известно, сокращение запасов на несколько процентов дает значительное повышение прибыльности.

По результатам статистики в типичной производственной компании затраты на содержание запасов составляют примерно 37% всех логистических затрат. Как правило, величину этого показателя вычисляют умножением доли этих затрат в стоимости запасов на среднюю стоимость запасов. Доля затрат на содержание запасов, в свою очередь, зависит от субъективного суждения руководства компании, от того, на какие статьи списываются соответствующие

расходы и в какой степени они могут измеряться, от оценки средней величины запасов. Затраты на содержание запасов обычно относят на следующие статьи: капитальные затраты, расходы на хранение и уплату налогов, расходы на страхование, износ и списание [1]. Итоговый показатель выражается относительной величиной годовых затрат на содержание запасов (в процентах) к стоимости запасов.

Таблица 1

Основные факторы и показатели оценки эффективности функционирования логистики запасов

Логистическая функция	Факторы и показатели
Закупка продукции	Оптимальный размер закупки Объем закупаемой продукции Периодичность размещения заказов Срок исполнения заказа Количество поставщиков Сумма связанного капитала Затраты на закупку
Поставка продукции	Время поставки Частота поставки Безотказность поставки Интервал поставки

Расходы по страхованию прямо пропорциональны стоимости запасов и количественной оценке рисков.

В состав расходов на хранение включают складские расходы не столько на обработку грузов, сколько на их содержание. Эти расходы непосредственно не связаны с общей стоимостью запасов, поэтому их следует отнести на определенные виды хранимой продукции. Также нужно учесть, что при определении размера заказа необходимо соотнести расходы на содержание запасов и расходы на размещение заказов. Средний объем запасов равен половине размера заказа. Существует вполне определенная связь между количеством запасов и расходами на их содержание. Чем большее количество запаса делает предприятие, тем больше средний объем запасов, а значит, и годовой расход средств на их содержание. С другой стороны, чем крупнее партия поступающих запасов, тем реже приходится делать заказы, следовательно, тем меньше общий расход средств на размещение заказов.

Для планирования запасов необходимо понимать взаимосвязь между продолжительностью функционирования цикла, затратами на содержание запасов и экономичным размером заказа. Эффективность управления запасами во многом закладывается на этапе планирования, а в дальнейшем на основе анализа и контроля.

Анализ сводится к решению двух взаимосвязанных процессов:

- вложение финансовых средств в операцию, то есть издержки;
- получение доходов от операции.

Обобщенно критерий эффективности издержек можно рассматривать в виде:

$$\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^t} \rightarrow \min \quad , \quad \text{при} \quad \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^t} = const$$

где B_t – полные выгоды за период t ;

C_t – полные издержки за период t ;

$t = 1, 2, \dots, n$ – период рассмотрения операции;

i – норма (ставка) дисконтирования.

Следует подчеркнуть, что из-за недостаточности числовой информации применение традиционных математических методов затруднительно.

Некоторые авторы (В. П. Бочарников) оставляют свой выбор на варианте технологии анализа эффективности логистических операций, которая именуется fuzzy-технологией [2]. Это совокупность технологических основ, методов, алгоритмов, процедур и программных средств, базирующихся на использовании нечетких данных, оценок и знаний квалифицированных специалистов при решении практических задач. Как правило, это очень сложная и дорогостоящая технология. Эффективное управление запасами может осуществляться на

основе моделей, которые позволяют выбрать вариант действий для принятия конкретных решений исходя из поставленной цели. Модель как отображение реальности и описания взаимосвязей частей системы в словесных и математических понятиях при различных обстоятельствах может быть построена на традиционных данных бухгалтерской отчетности и на материальных потоках с применением их (моде-

лей) при определении потребности в материальных ресурсах.

Традиционно разработаны две основные модели управления запасами [1]:

- модель управления запасами с фиксированным размером заказа;
- модель управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами.

Преимущества и недостатки данных моделей управления запасами приведены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнение основных систем управления запасами

Система	Преимущества	Недостатки
с фиксированным размером заказа	Размер заказа остается стабильным Уменьшение уровня максимального необходимого запаса Экономия за счет сокращения складских помещений	Постоянный контроль за наличием запасов на складе
с фиксированным интервалом времени между заказами	Отсутствует постоянный контроль наличия запасов	Высокий уровень желательного запаса на складе Увеличение затрат на содержание запасов Увеличение площади складов

В указанных системах входными параметрами являются размер заказа и интервал времени между заказами. Анализ и опрос в структурных подразделениях ОАО «АВТОВАЗ» города Тольятти выявил, что на практике встречаются достаточно сложные ситуации, для которых данные системы неэффективны. Эти системы разработаны для условий, когда отсутствуют отклонения от запланированных параметров поставки и потребления, указанные в табл. 1. Практически чаще всего встречаются следующие отклонения запланированных и практических показателей:

- изменение интенсивности потребления в ту или другую сторону;
- ускорение или задержка поставки;
- поставка незапланированного объема заказа;
- отсутствие поставки из-за неуплаты;
- ошибка учета фактического запаса, ведущая к неправильному определению размера заказа.

В машиностроении, где связаны сотни поставщиков, создания наиболее эффективной модели управления запасами можно достичь комбинированием таких составляющих, как мотивы, потребители, поставщики, места складирования и трансформации потоков, товары,

цена, сервис, транспорт, формы поставки, персонал, технология работ, а также сочетанием различных звеньев основных систем управления запасами. При этом необходимо помнить, что разработка альтернативных вариантов и отбор наиболее эффективных из них должны осуществляться с помощью абстрактного критерия, имеющего название «что, если», и методов оценки в рамках данного критерия. Этот подход позволяет в каждом отдельно рассматриваемом варианте модели логистической системы обозначить рамки и формы взаимодействия между объектами и субъектами управления на основе принципа равных затрат. Этот подход дает возможность выявить точки соприкосновения интересов, потери, возможные препятствия (территориальные, географические, производственные, финансовые, транспортные, организационные, законодательные и т. д.), а также глубже исследовать многообразные аспекты рыночных отношений. Предлагается следующая методика составления модели управления запасами:

1. Составляем график обеспечения материалами по схеме табл. 3.

Таблица 3

График поставки материалов

Шифр материала	Наименование материала	Остатки на начало месяца	Поступило по договорам			Остатки на конец месяца по норме	Необходимо на программу
			к 10.01	к 20.01	к 31.01		

Ежедневно в цехах должен составляться рапорт – отчет о поступлении материалов, по которым имеется необеспеченность.

Целесообразнее сравнивать по одному и тому же цеху отклонения от норм расхода материалов по причинам за отдельные дни месяца. Это позволит вскрыть тенденцию изменений.

2. Ежедневно в компьютере (на столе) руководителя подразделения должны быть данные по отгрузке, выставленным счетам и оплате для принятия оперативных решений. Форма отчета приведена в табл. 4.

Таблица 4

Форма отчета

№ п/п	Наименование показателя	Единицы измерения
1	Объем реализации продукции: – всего; – по группам продукции	тыс. руб.
2	Объем произведенной продукции в фактических ценах	тыс. руб.
3	Остатки готовой продукции: – всего; – по группам продукции	тыс. руб.
4	Суточный темп производства	тыс. руб.
5	Производство в натуральных показателях: – всего; – по видам продукции	шт.
6	Отгрузка в натуральных показателях: – всего; – по видам продукции	шт.
7	Потери от брака	%
8	Количество рекламаций	шт.
9.	Простои оборудования	часов

3. Расчет оптимального размера заказа для всех комплектующих.

4. Сопоставление по всем комплектующим оптимального заказа с действующими партиями поставки согласно табл. 3. Путем формирования новой совокупности значений разрабатывается желаемая альтернатива.

Целесообразно производить расчет оборачиваемости запасов по формуле:

$$K_{об} = \frac{O_c \cdot D_n}{P_m} = O_c : \frac{P_m}{D_n},$$

где $K_{об}$ – оборачиваемость в днях;

O_c – остатки запасов средние;

D_n – количество календарных дней в периоде;

P_m – потребление материалов в производстве;

$\frac{P_m}{D_n}$

– однодневное потребление запасов.

Эффективность замедления или ускорения оборачиваемости запасов рассчитываем по формуле:

$$\text{ЭОР}_{об} = (K_{обор} - K_{обб}) \cdot \frac{P_m}{D_n},$$

где $K_{обор}$ – оборачиваемость в днях фактически за отчетный год;

$K_{обб}$ – оборачиваемость в днях по базисному периоду.

Оптимизация запасов, ликвидация сверхнормативных запасов, организация постоянного контроля над их состоянием – один из методов совершенствования системы материально-технического снабжения предприятия.

Стремительное развитие информационных технологий в настоящее время позволяет автоматизировать процесс логистики запасов за счет использования современного программного обеспечения, которое позволяет контролировать процесс, начиная от закупок материалов через производство к распределению и заканчивая продажей готовой продукции.

Библиографический список

1. Аникин Б. А. рактикум по логистике. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 276 с.
2. Бочарников В. П. Fuzzy-технология: математические основы. Практика моделирования в экономике. – СПб. : Наука РАН, 2001. – 328 с.

3. Вентцель Е. С. Исследование операций: задачи, принципы, методологии : учеб. пособие для вузов. – 4-е изд., стереотип. – М. : Высшая школа, 2007. – 208 с.

4. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами : пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 304 с.

T. Yu. Matveeva*

**Matveeva Tatiana, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

METHODS FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF ASSETS MANAGEMENT

Key words: assets management, efficiency of logistics solutions, performance, expenses.

The expenses for keeping the stock form the main part of total logistics expenses. Effective assets management can be based on models that allow certain options for making concrete decisions depending on the goals set.

© *Матвеева Т. Ю., 2011*

УДК 658.5; 658.012.2

И. И. Можанова*

*Можанова Ирина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
ii_m@mail.ru

Н. А. Несмеянова*

*Несмеянова Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_fin@tolgas.ru

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: финансовый риск, риск-менеджмент, организационная структура управления, комплексное управление рисками, «распределенная» система риск-менеджмента.

В условиях повышенной «рисковой температуры» российской экономики подход к управлению рисками, реализуемый на многих промышленных предприятиях, не позволяет всесторонне и реалистично оценивать и идентифицировать риски. Управление только наиболее значимыми финансовыми рисками не обеспечивает устойчивости предприятия и его способности противостоять неблагоприятному развитию событий. Увеличение «рискового спектра» и усложнение рисков деятельности предприятий обуславливают необходимость интегрированного подхода к организации риск-менеджмента.

В современной деловой среде почти все российские промышленные предприятия находятся под постоянным воздействием финансовых и предпринимательских рисков. Российский финансовый рынок характеризуется высокими уровнями странового, политического и правового рисков, значительными колебаниями цен и курсов валют. Все это предопределяет необходимость управления финансовыми рисками.

Потребность в организации управления рисками у российских производственных компаний формируется не только под воздействием типичных для любой современной рыночной структуры причин внешнего и внутреннего характера, но и из-за специфических причин: неустойчивости экономики, возникшей в ходе приватизации и последующих переделов собственности, тесного переплетения интересов бизнеса и государства, несоответствия качества менеджмента современным требованиям. В то же время по сравнению с финансовыми корпорациями промышленные предприятия в меньшей степени обеспечены формализованными методиками оценки и управления рисками. В отличие от финансовых организаций они также не имеют отлаженных механизмов регулирования рискованной деятельности.

Ухудшение экономической ситуации в России в конце 2008 года отрицательно повлияло на состояние автомобильного рынка страны и функционирование ОАО «АВТОВАЗ». Необходимость риск-менеджмента в компании была в основном обусловлена стремлением предприятия повысить результативность финансово-хозяйственной дея-

тельности за счет снижения потерь, вызванных неэффективным управлением дебиторской задолженностью на внутреннем и внешнем рынках и волатильностью курсов валют при осуществлении экспортно-импортных операций.

В целях максимально эффективного ведения финансово-хозяйственной деятельности управление рисками осуществляется в ОАО «АВТОВАЗ» на нескольких уровнях. Во-первых, управление рисками представлено на уровне вице-президентов компании в процессе разработки стратегических решений и определения возможных вариантов финансовых последствий их реализации. Кроме того, на данном уровне риски анализируются и оцениваются при осуществлении процедуры согласования и утверждения нормативных и организационно-распорядительных документов (стандартов, политик, инструкций и процедур управления), разработанных на уровне специализированных функциональных дирекций. Во-вторых, управление рисками осуществляется на уровне внутренних дирекций (финансовой дирекции, дирекции по экспорту и развитию внешних рынков, дирекции по учету, налогам и аудиту, дирекции по экономике и планированию) при обеспечении руководства необходимой информацией для принятия управленческих решений. В-третьих, риски анализируются и оцениваются на уровне центра финансовых рисков, контроля и защиты информации. Руководство его деятельностью осуществляет начальник центра, функционально подчиняющийся непосредственно финансовому директору ОАО

«АВТОВАЗ». Такая структура подчиненности позволяет сотрудникам данного подразделения получать максимально полную информацию о факторах внутренней и внешней среды, своевременно доводить до высшего руководства свои разработки, касающиеся рисков и рекомендаций по их снижению [4, с. 57].

Эффективность любой деятельности зависит от того, насколько она структурирована. В отношении управления рисками можно выделить три основных организационных аспекта:

- деятельность ведущего риск-менеджера;
- деятельность подразделения (отдела, центра) управления риском;
- взаимосвязь и взаимодействие подразделения по управлению рисками с другими структурами организации [5, с. 113].

В целях эффективного управления активами ОАО «АВТОВАЗ» функции риск-менеджмента возложены на финансовую дирекцию, которая является структурным подразделением в составе службы вице-президента по стратегическому и корпоративному управлению в соответствии с утвержденной организационной структурой (рис. 1).

Место финансовой дирекции в организационной структуре ОАО «АВТОВАЗ» определяется общей значимостью решения всего комплекса финансовых задач для нормального функционирования предприятия: именно уровень финансовых показателей, так называемых индикаторов риска, имеет приоритетное значение как для акционеров, так и для инвесторов и кредиторов.

Непосредственная подчиненность финансовой дирекции вице-президенту по стратегическому и корпоративному управлению ОАО

«АВТОВАЗ» исключает преобладание в ее деятельности каких-либо иных интересов, кроме обеспечения финансовой стабильности и финансового развития предприятия.

В подчинении финансовой дирекции находятся казначейство, управление финансирования инвестиций, управление консолидированного платежного бюджета и др. Выделение их в самостоятельные структурные блоки объясняется стремлением руководства иметь четкое представление о своих активах с точки зрения их рентабельности и успешного развития в рамках утвержденной компанией стратегии. Создание такой структуры обусловлено: экспортно-ориентированным характером бизнеса; работой с большим количеством банков, в том числе по валютным и кредитным операциям; проектным подходом к организации производственной и инновационной деятельности (с целью совершенствования и обновления модельного ряда), необходимостью своевременного обеспечения денежными ресурсами инвестиционных видов деятельности.

При построении финансовой службы ОАО «АВТОВАЗ» взяло за основу западную модель управления, в соответствии с которой между генеральным директором и руководителями финансовых подразделений есть вице-президент по стратегическому и корпоративному управлению, контролирующей их работу и решающей стратегические вопросы. Исключением из данной модели является наличие в структуре финансовой дирекции казначейства, которое в соответствии с указанным подходом должно быть выведено из подчинения финансового директора [2].



Рис. 1. Место финансовой дирекции в организационной структуре предприятия

К преимуществам такой организационной структуры относятся: отсутствие дублирования функций подразделений; возможность эффективно решать стандартные задачи; централизованный контроль финансов. Вместе с тем следует отметить и недостатки: длинная «цепь» команд от руководителя к исполнителю, что затрудняет коммуникацию, отсутствие четко отлаженного взаимодействия между отделами, загруженность руководителя финансовой дирекции оперативной работой и текущими вопросами, что приводит к снижению уровня внимания к проблемам стратегического управления компанией.

Основными видами деятельности финансовой дирекции являются выработка кредитной и инвестиционной политики, стратегическое и инвестиционное планирование, организация и развитие системы бюджетного управления. Деятельность дирекции также включает управление финансовыми ресурсами, дебиторской и кредиторской задолженностями с целью обеспечения финансовой устойчивости и повышения оборачиваемости оборотных средств. Она осуществляет функции централизованного плательщика и получателя средств от имени ОАО «АВТОВАЗ», оперативный учет возникновения и исполнения обязательств, управление инвестиционной деятельностью, финансовыми рисками, контроль за валютными операциями. Ди-

рекция реализует программы финансирования посредством привлечения заемных средств и размещения ценных бумаг, оптимизации финансовой деятельности, управляет финансами дочерних и зависимых обществ, осуществляет методологическое и нормативное регулирование, организационно-технологическое обеспечение вышеперечисленных видов деятельности.

Среди задач финансовой дирекции отдельную группу составляют задачи, связанные с управлением рисками. К их числу относятся анализ, оценка и прогнозирование финансовых (кредитных, инвестиционных, валютных и др.) рисков с целью их минимизации при разработке новых финансовых проектов, заключении и исполнении договоров с контрагентами. Поскольку цели и задачи управления оказывают непосредственное влияние на организационную структуру предприятия, они являются основой для выделения в структуре управления самостоятельных подразделений, отвечающих за достижение конкретных целей и задач. В связи с этим в начале 2004 года по распоряжению финансового директора ОАО «АВТОВАЗ» был сформирован центр финансовых рисков, контроля и защиты информации как самостоятельное структурное подразделение в составе финансовой дирекции. Его организационная структура представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура центра финансовых рисков, контроля и защиты информации

Предметом деятельности центра финансовых рисков, контроля и защиты информации является выявление областей рисков при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности предприятия, предупреждение их возможных последствий, а также осуществление мероприятий по защите информационных ресурсов, составляющих коммерческую тайну финансовой дирекции компании.

Организационная структура центра построена по линейно-функциональному типу. В ее состав входят три отдела, реализующих функции по управлению рисками (ведение базы данных клиентов, анализ и прогнозирование кредитных рисков ОАО «АВТОВАЗ»; организация и контроль востребования просроченной дебиторской

задолженности; обеспечение функционирования и контроль системы информационной безопасности финансовой дирекции). Характеризуя структуру центра и функции, реализуемые отделами, следует отметить, что они сконцентрированы только на управлении кредитным риском предприятия, что не позволяет идентифицировать весь спектр рисков, присущих финансово-хозяйственной деятельности ОАО «АВТОВАЗ». Таким образом, деятельность данного структурного подразделения лишь частично способствует достижению целей и задач по управлению финансовыми рисками предприятия, для реализации которых оно было создано.

Следует отметить, что управление всеми видами финансовых рисков, в том числе риском неплатежеспособности, как компании, так и ее

контрагентов традиционно относится к ведению казначейства. Поскольку в структуре финансовой дирекции предприятия был выделен центр финансовых рисков, контроля и защиты информации, реализующий функции только по управлению кредитными рисками, логично предположить, что управление другими видами финансовых рисков (валютным, инвестиционным и др.) должно было остаться в компетенции казначейства. В действительности управление валютными рисками осуществляет управление валютных операций в составе казначейства.

Деятельность данного подразделения больше нацелена на повышение эффективности валютных расчетов с контрагентами ОАО «АВТОВАЗ» и развитие финансовой деятельности на международных финансовых рынках, нежели на управление валютными рисками. В связи с этим кроме прогнозирования курсов валют (доллара и евро) другие мероприятия по идентификации данного вида финансового риска подразделением не предпринимаются. Положений по управлению валютным риском и методик по оценке данного вида финансового риска на предприятии нет. Указанные внутренние организационные факторы наряду с нестабильностью и неопределенностью валютных рынков определили значительные курсовые потери предприятия.

Управление инвестиционными рисками в ведение казначейства ОАО «АВТОВАЗ» не входит, каких-либо специальных структурных подразделений, предназначенных для идентификации, анализа и оценки данных рисков, в составе финансовой дирекции предприятия нет. Логично предположить, что проектные риски и риски финансовых вложений учитываются в деятельности подразделений, реализующих задачи по управлению инвестиционной деятельностью предприятия (управление финансированием инвестиций, отдел новых финансовых проектов). Поскольку в число задач финансовой дирекции по управлению инвестиционной деятельностью не входит анализ данного вида финансового риска, а центр финансовых рисков, контроля и защиты информации его идентификацию не осуществляет, разработанных методик по оценке степени инвестиционного риска на предприятии нет.

С учетом всего вышесказанного можно утверждать, что организация управления рисками на предприятии осуществляется в рамках «распределенной» системы, когда функции по непосредственному управлению рисками передаются в соответствующие подразделения, которые на основании разработанных ими методик и процедур управляют характерными для своего вида деятельности (операционная, кредитная, инвестиционная, внешнеэкономическая деятельность) рисками, что позволяет избежать дублирования функций в рамках компании. В то же время проведенный нами анализ организации управления финансовыми рисками на

предприятии показал, что в наибольшей мере проработаны вопросы управления кредитными рисками. Степень влияния других видов финансовых рисков на функционирование ОАО «АВТОВАЗ» глубоко и детально не оценивается, и специализированных структурных подразделений (отделов) для осуществления управления ими на предприятии нет [1, с. 76].

Кризисные условия хозяйствования привели к возрастанию степени финансовых рисков (структурного, потери платежеспособности и ликвидности, валютного и кредитного), в связи с чем приоритетным направлением развития финансовой деятельности ОАО «АВТОВАЗ» должно стать обеспечение высокого уровня финансовой безопасности, предполагающее определение целей и задач управления рисками (в соответствии с целями финансовой деятельности) и формирование организационной структуры риск-менеджмента, способствующей поддержанию финансовой устойчивости компании.

Стратегической целью ОАО «АВТОВАЗ» является повышение благосостояния акционеров и сотрудников предприятия, которое может быть обеспечено путем максимизации его рыночной стоимости (ценности бизнеса). Соответственно целью управления финансовыми рисками выступает обеспечение финансовой устойчивости предприятия. Для достижения поставленных целей ОАО «АВТОВАЗ» необходимо решить следующие задачи:

- выявить сферы повышенного риска финансовой деятельности предприятия, генерирующие угрозу его финансовой безопасности;
- дать объективную оценку вероятности наступления рискованных событий и связанных с ними финансовых потерь;
- обеспечить минимизацию уровня финансового риска и возможных финансовых потерь предприятия при наступлении рискованного события;
- оценить влияние совокупного финансового риска на эффективность деятельности предприятия.

В реализации поставленных целей и задач основную роль призваны играть финансовые службы ОАО «АВТОВАЗ» и прежде всего центр финансовых рисков, контроля и защиты информации. Поскольку его структура в настоящее время не в полной мере соответствует поставленным целям и задачам, нами спроектирована новая организационная структура центра (рис. 3), являющаяся частью структуры управления предприятием.

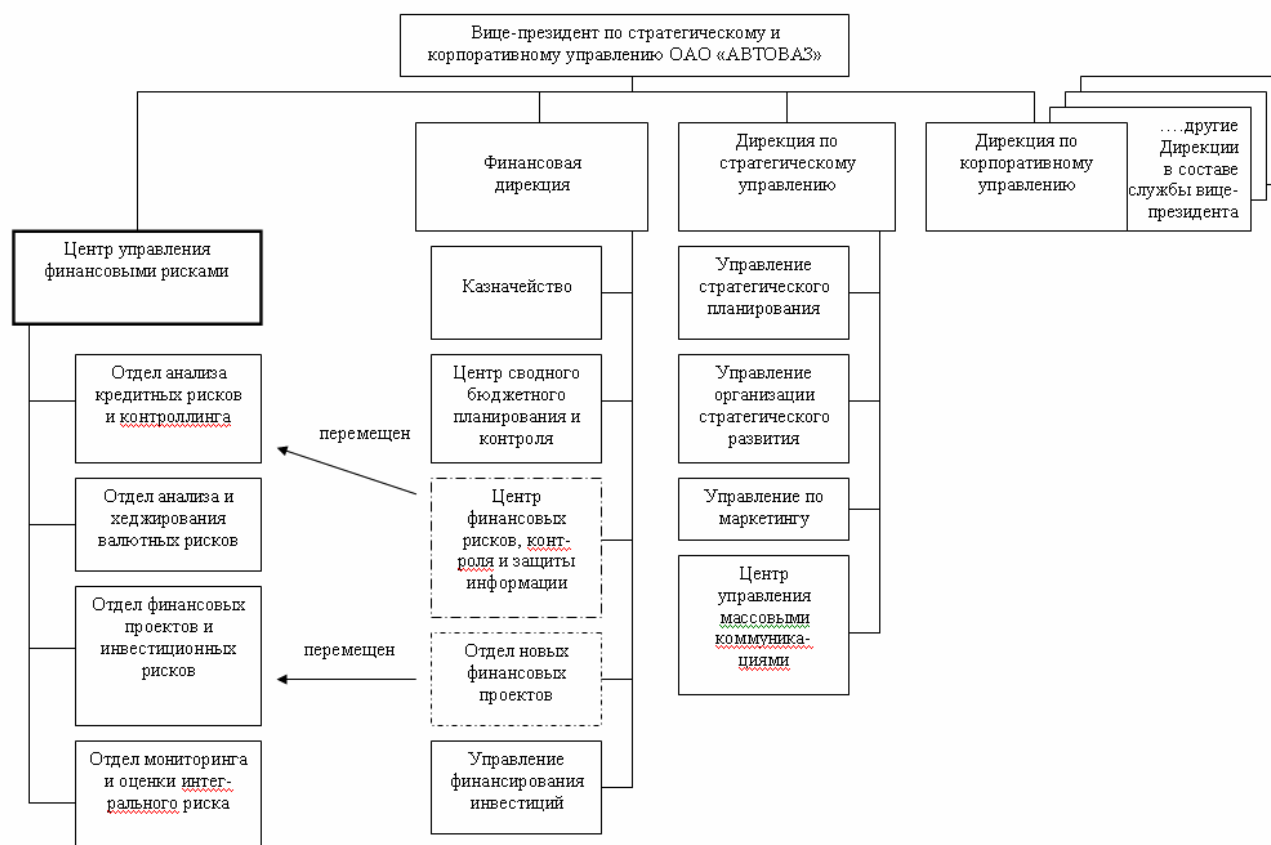


Рис. 3. Проектируемая организационная структура центра управления финансовыми рисками предприятия

Предлагаемая организационная структура управления рисками в ОАО «АВТОВАЗ» призвана обеспечить устойчивую работу предприятия и ориентирована на комплексность, гибкость и интеграцию в работе с различными рисками.

В практике крупных зарубежных корпораций, как и в ОАО «АВТОВАЗ», подразделение управления рисками имеет финансовую ориентацию, находясь в подчинении финансового директора предприятия. В то же время согласно одному из 89 общепризнанных принципов управления рисками GARP (Generally accepted risk principles) функции риск-менеджмента в компании должны быть независимы, а ответственность за осознанное принятие рисков возложена на топ-менеджмент. В связи с этим считаем возможным подчинение центра управления финансовыми рисками непосредственно вице-президенту по стратегическому и корпоративному управлению ОАО «АВТОВАЗ». Столь высокий статус данного подразделения необходим для получения полной и оперативной информации о деятельности всех структурных подразделений предприятия и их работников, контроля за исполнением требований идентификации и своевременной оценки рисков на различных уровнях [6].

Подчиненность вице-президенту и независимость центра управления финансовыми рисками от других подразделений, непосредственно влияющих на уровень риска, чрезвычайно важна. Это обосновывается тем, что зачастую мероприятия по снижению уровня риска заставляют менять отработанные бизнес-процессы, усложнять и совершенствовать их. Как правило, подразделения решают свои специальные задачи: наращивание объемов производства, увеличение объемов продаж продукции, расширение кредитного портфеля, реализация инвестиционной программы. Задача же службы риск-менеджмента заключается в том, чтобы при эффективном выполнении поставленных задач не был превышен допустимый уровень риска как в каждом отдельном подразделении, так и в процессе реализации стратегии развития предприятия.

Высшее руководство ОАО «АВТОВАЗ» должно дать возможность центру управления финансовыми рисками оказывать существенное влияние на характер и время принимаемых решений. В связи с этим управляющий центра должен быть наделен таким же статусом, как и руководители других структурных подразделений (центра сводного бюджетного планирования и контроля, центра исполнения бюджета

тов и договорных обязательств и др.), что позволит ему оказывать влияние на решения, принимаемые высшим руководством.

Функции центра управления финансовыми рисками должны состоять в разработке программы управления рисками и основных положений стратегии риск-менеджмента предприятия и их последующей реализации на всех уровнях управления; в повышении уровня осведомленности работников в вопросах управления рисками и координации взаимодействия различных структурных подразделений компании; в разработке внутренней системы управления финансовыми рисками и мониторинге эффективности ее функционирования. Кроме того, служба, на которую возложена функция управления финансовыми рисками, должна консультировать подразделения компании, задействованные в процессе управления финансовыми рисками, и вести соответствующую оперативную и статистическую отчетность по рискованным финансовым операциям, готовить отчеты по рискам для совета директоров и внешних контрагентов.

Безусловно, при такой широкой функциональной направленности деятельности службы риск-менеджмента потребуются специальные знания (исследования и научные разработки) и дополнительная информация по ключевым сферам деятельности компании, оказывающим наибольшее влияние на устойчивость предприятия.

На крупных промышленных предприятиях управление может быть ориентировано на разные виды рисков или направления деятельности предприятия. В ОАО «АВТОВАЗ» кредитная, инвестиционная и внешнеэкономическая деятельность сопряжены с рисками и сопровождаются значительными для предприятия потерями, поэтому нами предлагается включить в структуру центра управления финансовыми рисками следующие подразделения:

- отдел анализа кредитных рисков и контроллинга;
- отдел анализа и хеджирования валютных рисков;
- отдел новых финансовых проектов и инвестиционных рисков;
- отдел мониторинга и оценки интегрированного риска.

Отдел анализа кредитных рисков и контроллинга должен быть образован путем выведения центра финансовых рисков, контроля и защиты информации из структуры финансовой дирекции и включения в состав центра управления финансовыми рисками в качестве отдела (рис. 3). Поскольку с момента создания центр финансовых рисков, контроля и защиты информации дос-

точно успешно функционировал, функции входящих в его состав подразделений можно оставить прежними, но в целях повышения эффективности управления кредитными рисками, на наш взгляд, их целесообразно расширить. В компетенции данного отдела следует вменить:

- разработку и составление отчетности по рискам в форме, позволяющей оценивать влияние кредитного риска на финансовое состояние предприятия и интегрированного риска деятельности ОАО «АВТОВАЗ»;

- наблюдение за ходом реализации рискованных решений, измерение степени отклонения фактических результатов кредитного риск-менеджмента от предусмотренных кредитной политикой предприятия;

- диагностирование серьезных ухудшений в отношениях с клиентами и увеличения дебиторской задолженности;

- разработку оперативных управленческих решений по приведению показателей кредитной деятельности в соответствие с предусмотренными целями и задачами кредитной политики предприятия;

- корректировку при необходимости отдельных целей и задач кредитного риск-менеджмента в связи с изменением внешней финансовой среды, конъюнктуры рынка и внутренних условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Необходимость наличия в структуре центра управления финансовыми рисками отдела анализа и хеджирования валютных рисков связана с достаточно рискованным проведением ОАО «АВТОВАЗ» внешнеэкономической деятельности, сопровождающейся значительными потерями. При создании специализированного подразделения валютного риск-менеджмента ему можно вменить в обязанности выполнение следующих функций:

- анализ и оценка валютных операций;
- мониторинг, оценка и управление валютными рисками, их лимитирование;
- прогнозирование курсов валют;
- создание и внедрение системы отчетности, позволяющей отслеживать риски и изменения валютных курсов;
- разработка критериев оценки эффективности работы по управлению валютными активами и пассивами предприятия;
- создание внутренних инструкций по управлению валютными рисками и формулирование стратегии защиты предприятия от них путем хеджирования;
- принятие решений в области управления валютными рисками в нестандартных ситуациях;

ях на основе анализа внутренней и внешней конъюнктуры рынка.

Развитие проектного финансирования и реализация инвестиционных проектов актуализируют проблему эффективного и целевого использования инвестируемых ОАО «АВТОВАЗ» ресурсов. Ее решение потребует от отдела новых финансовых проектов при разработке и реализации высокорентабельных и быстро окупаемых проектов, учета не только возможных условий ведения инвестиционной деятельности, но и вероятности генерирования рисков, угрожающих финансовой безопасности предприятия. Как структурное подразделение центра управления финансовыми рисками отдел новых финансовых проектов и инвестиционных рисков должен осуществлять следующие функции:

- идентификацию и оценку рисков, связанных с реализацией инвестиций, и составление рискового профиля данного направления деятельности предприятия;
- прогнозирование рисков инвестиционной деятельности на различных стадиях проекта;
- разработку методических рекомендаций по идентификации рисков инвестиционной деятельности и экспертизу новых проектов;
- распределение ответственности по управлению рисками среди участников проекта;
- разработку и составление внутренней отчетности, адекватно отражающей инвестиционные риски предприятия;
- разработку методов минимизации инвестиционного риска в соответствии с выбранными критериями уровня риска, доходности проекта и производственно-финансовой устойчивости предприятия.

Чтобы декомпозиция функций риск-менеджмента по отдельным (наиболее значимым для предприятия) видам финансовых рисков не препятствовала комплексному управлению рисками, необходимо наличие в составе центра отдела мониторинга и оценки интегрального финансового риска (рис. 3).

Управление рисками на предприятии наиболее эффективно, если его руководство владеет информацией об интегрированном риске финансово-хозяйственной деятельности, допустимой величине его колебаний. В связи с этим отдел мониторинга и оценки интегрального финансового риска должен осуществлять координацию процессов управления рисками посредством установления лимитов, размещения и санкционирования капитала. В его компетенцию также необходимо включить оценку совокупного риска ОАО «АВТОВАЗ» на основе комплексного подхода, предполагающего получение информации от других отделов центра управления финансо-

выми рисками, отслеживание финансовых рынков и иных событий, которые могут оказать влияние на размер принятых рисков, в том числе:

- а) регулярное обсуждение текущего состояния дел с работниками, контролирующими направления деятельности предприятия, генерирующие риск финансовых потерь;
- б) постоянное изучение внутренней отчетности предприятия о финансовой и производственной деятельности и других документов, имеющих отношение к управлению риском;
- в) систематический контроль оценки стоимости предприятия, ее динамики и перспектив, использование его результатов при принятии управленческих решений, направленных на элиминирование рисков.

В целях всесторонней и объективной оценки степени влияния рисков на устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» данный отдел должен разрабатывать, тестировать и санкционировать применяемые методы и модели оценки совокупного риска. В этих целях необходимо совершенствовать внутренние коммуникации путем разработки и реализации программы по работе с другими подразделениями и ответственными лицами, контролирующими локальные риски и обладающими необходимой информацией для оценки интегрального риска, аккумулировать эту информацию в базе данных, необходимых для риск-менеджмента. Также необходимо взаимодействовать со службами внутреннего контроля с целью обеспечения соблюдения требований законодательства, внутренних положений и инструкций, доводить результаты оценки и управления финансовыми рисками до сведения высшего руководства предприятия, а также подготавливать информацию для инвесторов, рейтинговых агентств и финансовых аналитиков.

Следует отметить, что одной из функций отдела мониторинга и оценки интегрального финансового риска предприятия должна стать поддержка корпоративных процедур по взаимодействию с внешними агентами (финансовыми и страховыми рынками, государственными инспектирующими органами, так называемая внешняя коммуникативная функция). Используя информацию о финансовом состоянии предприятия и структуре его финансовых потоков, Отдел мониторинга и оценки интегрального риска должен определять методы финансового обеспечения риска, включающие комплекс мероприятий по оптимизации распределения имеющихся финансовых средств для целей финансирования работ по рискам, резервирование средств для компенсации возможных потерь, аутсорсинг, страхование и др.

Обеспечить использование методов внутреннего контроля, понимание и следование процедурам принятой программы управления финансовыми рисками позволяет мониторинг. Реализация отделом функций мониторинга даст возможность анализировать эффективность используемых мероприятий по изменению степени риска; обеспечить высокий уровень (достоверность) информации; накапливать необходимые знания (опыт) для последующего принятия решений при анализе и оценке интегрального финансового риска и, соответственно, для методов и способов управления.

Эффективный мониторинг уровня совокупного риска предприятия достигается за счет использования систем автоматизированного контроля за его деятельностью. В целях повышения эффективности и уровня качества данного процесса центр управления финансовыми рисками должен быть интегрирован в общую корпоративную информационно-управляющую систему ОАО «АВТОВАЗ». Это способствует минимизации затрат на ввод –формализацию и первичную обработку входных данных, поскольку существенная часть необходимых материалов уже формализована и содержится в общей информационной базе данных предприятия. Качественное использование существующих на предприятии информационных ресурсов повысит эффективность работы подразделения по управлению интегральным финансовым риском предприятия. В то же время обеспечение функционирования инсайдерской информационной системы ОАО «АВТОВАЗ», контроль правомерности доступа к компьютерному оборудованию и сетям передачи данных, к бумажным и электронным носителям информации может осуществляться группой контроля защиты информации в составе отдела мониторинга и оценки интегрального финансового риска [3, с. 652].

Результатом деятельности структурных подразделений центра управления финансовыми рисками должно стать составление отчета о результатах работы с указанием существующих финансовых рисков, их классификации по степени воздействия на эффективность деятельности ОАО «АВТОВАЗ», мер по контролю над ними и оценки стоимости контроля. Затем все отчеты подразделений должны быть проанализированы, систематизированы и на их основе составлен общий отчет об уровне совокупного финансового риска и его влиянии на развитие предприятия. Данные общего отчета позволят руководству ОАО «АВТОВАЗ» принимать решения о внесении изменений в текущую финансовую деятельность предприятия или в те или иные разрабатываемые или уже утвержденные планы или

проекты, при необходимости вносить изменения в стратегию управления рисками.

Следует отметить, что центр управления финансовыми рисками – это подразделение, которое для выполнения указанных задач и функций должно тесно взаимодействовать с другими структурными единицами предприятия. На наш взгляд, отделы центра управления финансовыми рисками должны взаимодействовать и быть связанными информационными потоками:

- в рамках финансовой дирекции ОАО «АВТОВАЗ» с казначейством, центром сводного бюджетного планирования и контроля, управлением финансирования инвестиций;

- в рамках дирекции по стратегическому управлению с управлением стратегического планирования, управлением по маркетингу;

- в рамках дирекции по корпоративному управлению с фондовым отделом в составе управления акционерного капитала;

- в рамках дирекции по экономике и планированию с планово-бюджетным управлением и сектором анализа и контроля договорных отношений предприятия;

- в рамках дирекции по внешнеэкономической деятельности с управлением закупок по импорту и управлением экспорта;

- в рамках дирекции по учету, налогам и аудиту с управлением сводной и консолидированной отчетности предприятия.

Особое место в системе внутренних коммуникаций данных подразделений должны занять программы взаимодействия центра управления финансовыми рисками с отделом корпоративной культуры в составе управления организации стратегического развития. Грамотно организованная совместная работа этих подразделений позволит эффективно развивать культуру риск-менеджмента (*risk consciousness*) как часть общекорпоративной культуры, которая даст возможность делегировать большой объем ответственности и полномочий на нижестоящие уровни управления, а также информировать заинтересованных третьих лиц о политике предприятия в области управления рисками.

Необходимо также отметить, что внедрение службы управления финансовыми рисками не дает сиюминутного результата, а имеет долгосрочный характер и нацелено на получение дополнительных конкурентных преимуществ в перспективе. Экономический эффект от создания данного подразделения может быть определен лишь по результатам его деятельности и количественно выражен: в снижении потерь от невозврата дебиторской задолженности контрагентов; в сокращении курсовых потерь и их влияния на прибыль за счет снижения объема

открытой валютной позиции предприятия; в уменьшении отклонений фактических результатов реализации инвестиционных проектов от планируемых показателей; в снижении уровня колебаний финансовых показателей деятельности с учетом расходов на поддержание уровня рисков в допустимых пределах; в росте (стабилизации) стоимости компании за счет более позитивных ожиданий инвесторов в отношении устойчивости и определенности финансовых показателей работы компании.

При этом следует иметь в виду, что основным критерием эффективности структуры управления финансовыми рисками является степень достижения целей риск-менеджмента – поддержание финансовой устойчивости и обеспечение высокого уровня безопасности предприятия за счет предотвращения или минимизации потерь и создания условий для получения максимальной прибыли.

Библиографический список

1. Волосов А. И. Организация системы управления рисками на производственном предприятии // Финансы и кредит. – 2006. – № 34. – С. 75-78.
2. Корнеева Е. Создаем финансовую службу // Финансовый директор. – 2007. – № 2.
3. Лобанов А. Энциклопедия финансового риск-менеджера. – М., 2010. – 878 с.
4. Соловьев В. С. Организационное проектирование систем управления. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2006. – 136 с.
5. Уткин Э. А. Управление рисками предприятия : учебно-практическое пособие. – М. : ТЕИС, 2003. – 247 с.
6. <http://www.rusrisk.ru/>

I. I. Mozhanova*

**Mozhanova Irina, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
ii_m@mail.ru*

N. A. Nesmeyanova*

**Nesmeyanova Nataliya, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_fin@tolgas.ru*

**ORGANIZATIONAL COMPONENT
OF INTEGRATED RISK-MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Key words: financial risk, risk-management, management organizational structure, complex risk management, «distributed» risk-management system.

In conditions of high «risk temperature» of Russian economy, the approach to risk management that is implemented at many industrial enterprises, cannot comprehensively and reliably evaluate and identify risks. Control over only the most significant financial risks does not ensure stability of the company and its ability to withstand adverse conditions. The increase in «risk spectrum» and the complication of risks at enterprises require complex approach to risk-management organization.

© Можанова И. И., Несмеянова Н. А., 2011

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 004.891.3

О. А. Филиппова*

**Филиппова Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
olyafilippova@yandex.ru*

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО МОДУЛЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ КИС «ИЛАДА»

Ключевые слова: корпоративная информационная система, КИС «ИЛАДА», финансовый анализ, программный модуль.

Рассматриваются проблемы использования финансового анализа на российских предприятиях, а также предлагается разработка дополнительного программного модуля для проведения финансового анализа деятельности предприятия на базе корпоративной информационной системы «ИЛАДА», который может успешно использоваться на предприятиях различных форм собственности и сферы деятельности для решения проблем управления.

В современных условиях ведения бизнеса становится очевидным, что предприятия и компании для выживания и сохранения долгосрочной конкурентоспособности должны постоянно корректировать свою деятельность с учетом требований окружающей действительности. В настоящее время большинство отечественных предприятий испытывают финансовые затруднения, связанные как с внешними общегосударственными проблемами, так и с внутренними проблемами – неэффективным маркетингом и производственным менеджментом, неэффективным использованием средств предприятия, несбалансированностью финансовых потоков.

Получение прибыли как конечного результата хозяйственной деятельности становится основной целью функционирования любого предприятия независимо от его отраслевой и региональной специализации. Таким образом, финансовый анализ предприятия становится необходимым элементом эффективного управления предприятием. Эффективное функционирование компании требует экономически обоснованного управления, которое базируется на анализе ее текущей финансово-хозяйственной деятельности.

Автоматизация финансового анализа позволяет не только быстро проводить всесторонний ретроспективный анализ финансово-экономической деятельности предприятия, но и решает задачи оценки инвестиционных проектов, построения и оптимизации финансовых планов организаций.

Основой автоматизированного финансового анализа является информационная модель финансовой деятельности предприятия, предназначенная для комплексной оценки финансовой

деятельности предприятия, выявления тенденций его развития, определения причин изменения состояния организации, рычагов его оптимизации. Модель позволяет рассчитать фактические показатели, а также сформировать укрупненный финансовый план компании и рассчитывать прогнозные значения финансовых показателей.

Российский рынок специализированных систем программного обеспечения управления информационной инфраструктурой весьма неоднороден. Общая стоимость проектов по их внедрению колеблется от десятков тысяч до миллионов долларов в зависимости от масштабов внедрения, выбора системы внедрения или ее заказа. Стоимость готового решения и сделанного на заказ может различаться в разы. В последние годы предпочтение все чаще отдается внедрению корпоративных информационных систем, имеющих гибкую, модульную архитектуру, которые позволяют быстро адаптировать существующую информационную инфраструктуру организации любого масштаба к новым потребностям рынка. Сформировался устойчивый спрос на информационные технологии, позволяющие связать воедино уже существующие программные модули, базы данных, документацию и некоторые другие данные из ресурсов корпоративной сети и внешних источников. Одной из таких систем является корпоративная информационная система «ИЛАДА», разработанная компанией «ИнфоЛада».

КИС «ИЛАДА» – тиражная, высокотехнологичная, объемная система для автоматизации управления предприятием. Она основана на международных стандартах, надежной плат-

форме, которая будет исправно служить не менее 10 лет. Система легко настраивается под организационную структуру и технологию бизнеса [1].

В настоящее время КИС «ИЛАДА» развивается, увеличивается функциональность и количество отраслевых решений. Компания «ИнфоЛада» выходит с КИС «ИЛАДА» на региональные рынки. В связи с этим было принято решение расширить возможности данной корпоративной информационной системы за счет внесения аналитических модулей в уже существующий блок системы. В частности, нам было предложено разработать программный модуль для проведения финансового анализа деятельности предприятия, не нарушая концепции существующей информационной системы [1].

КИС «ИЛАДА» реализована в архитектуре «клиент-сервер» с использованием СУБД Oracle и среды программирования Delphi, что продиктовало выбор среды разработки дополнительного модуля данной корпоративной системы.

Разрабатывать данный модуль было решено на базе существующего модуля «Бухгалтерский учет», так как он уже содержит в себе всю необходимую для проведения финансового анализа информацию. Для разработки модуля «Финансовый анализ» использовалась международная методика расчета коэффициентов финансовой устойчивости предприятия [4].

Для проведения финансового анализа предприятия используют различные его направления (анализ прибыльности, рентабельности, баланса и т. д.), поэтому было принято решение разработать дополнительный справочник, в котором пользователь может изменять данные, например добавлять другие направления анализа, что позволит сделать систему более гибкой. Так как многие предприятия добавляют к стандартным системам финансового анализа собственные методики расчета, то для этого был разработан справочник «Коэффициенты финансового анализа» (рис. 1), предназначенный для ввода коэффициентов финансового анализа в соответствии с указанным направлением, то есть для каждого вида финансового анализа определены свои коэффициенты и их формулы расчета.

В графе коэффициент анализа хранится краткое название коэффициента финансового анализа. Графа «Название коэффициента» предназначена для расшифровки краткого названия коэффициента финансового анализа. В открывающемся списке в верхней части формы существует возможность просмотреть только коэффициенты выбранного вида финансового анализа. Также для того чтобы добавить коэффициент в определенный вид финансового анализа, нужно в открывающемся списке выбрать вид финансового анализа.

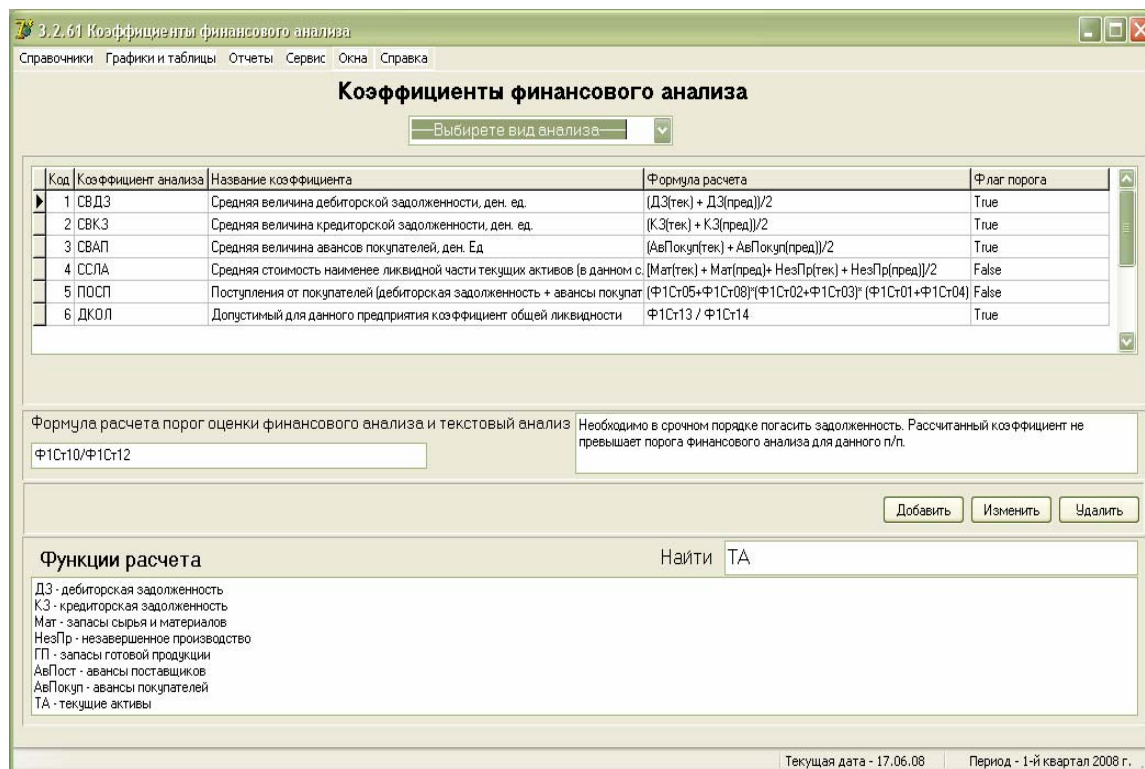


Рис. 1. Справочник «Коэффициенты финансового анализа»

В КИС «ИЛАДА» в модуле бухгалтерский учет существует форма для ввода формул расчета строк бухгалтерской отчетности. В разрабатываемом модуле мы применили аналогичный метод ввода формул для расчета коэффициентов финансового анализа.

Справочник «Критерии оценки финансового анализа» предназначен для регистрации записи

критериев финансового анализа (рис. 2). Критерии определяются в каждом периоде. Их можно заполнить как вручную, так и на основании прошлых периодов путем выбора в правом нижнем углу формы периода, на основании которого будут заполнены значения и нажатия на кнопку «Заполнить».

Код	Коэффициент анализа	Название коэффициента	Интервал С	Интервал По
1	СВДЗ	Средняя величина дебиторской задолженности, ден. ед.	0,5	0,6
2	СВКЗ	Средняя величина кредиторской задолженности, ден. ед.	0,6	1
3	СВАП	Средняя величина авансов покупателей, ден. Ед.	0,1	0,2
4	ССЛА	Средняя стоимость наименее ликвидной части текущих активов (в данном случае запасов материальных запасов)	0,2	0,6
5	ПОСП	Поступления от покупателей (дебиторская задолженность + авансы покупателей), имеющиеся	0,2	0,6
6	ДКОЛ	Допустимый для данного предприятия коэффициент общей ликвидности	0,2	0,6

Текст анализа

Цель анализа ликвидности - оценить способность предприятия своевременно в полном объеме выполнять краткосрочные обязательства за счет текущих активов.

Ликвидность (текущая платежеспособность) - одна из важнейших характеристик финансового состояния организации, определяющая возможность своевременно оплачивать счета и фактически является одним из показателей банкротства.

Результаты анализа ликвидности важны с точки зрения как внутренних, так и внешних пользователей информации об организации

Заполнить критерии на основании периода:

Кнопки: Заполнить, Добавить, Изменить, Удалить, Закрыть

Рис. 2. Справочник «Критерии оценки финансового анализа»

В строковом поле необходимо ввести текст анализа для выбранного интервала коэффициента финансового анализа. Когда интервал для коэффициента определен, и текст анализа написан, рассчитанный коэффициент сравнивается, попадает ли он в тот или иной интервал и если попадает, программа выдает текстовый анализ, определенный именно для данного интервала. В данной форме с помощью кнопок «Добавить», «Изменить», «Удалить» можно удалить, изменить или добавить запись в табличное поле.

Перед тем как проводить финансовый анализ помимо определения периода необходимо назначить константы и рассчитать пороги оценки финансового анализа. Заполнение констант также происходит на основании текущего периода с использованием специально разработанной формы ввода. Заносить данные возможно как вручную, так и автоматически на основании прошлого периода путем выбора периода в открывающемся списке. Для расчета порога оценки финансового анализа разработана форма «Порог оценки финансового анализа». Расчет будет произведен только для тех коэффи-

циентов, которые отмечены в справочнике «Коэффициенты финансового анализа».

Таким образом, все необходимые для проведения финансового анализа данные («Баланс», «Отчет о прибылях и убытках», а также дополнительное приложение к балансу – форма № 5 и др.) имеются в модуле КИС «ИЛАДА» «Бухгалтерский учет» и могут быть обработаны с помощью разработанного программного кода и введенных формул для расчета необходимых коэффициентов финансового анализа деятельности предприятия.

Результат проведения финансового анализа деятельности предприятия с помощью разработанного модуля представлен в виде графиков и аналитических таблиц. Для их просмотра необходимо выбрать пункт меню «Графики и таблицы» данного программного модуля. Для того чтобы сформировать график или таблицу, необходимо указать интервал проведения анализа. Пользователь может не только просмотреть результаты финансового анализа, но и распечатать их. Пример графика «Показатели прибыльности», сформированный разработанным программным модулем, представлен на рис. 3.

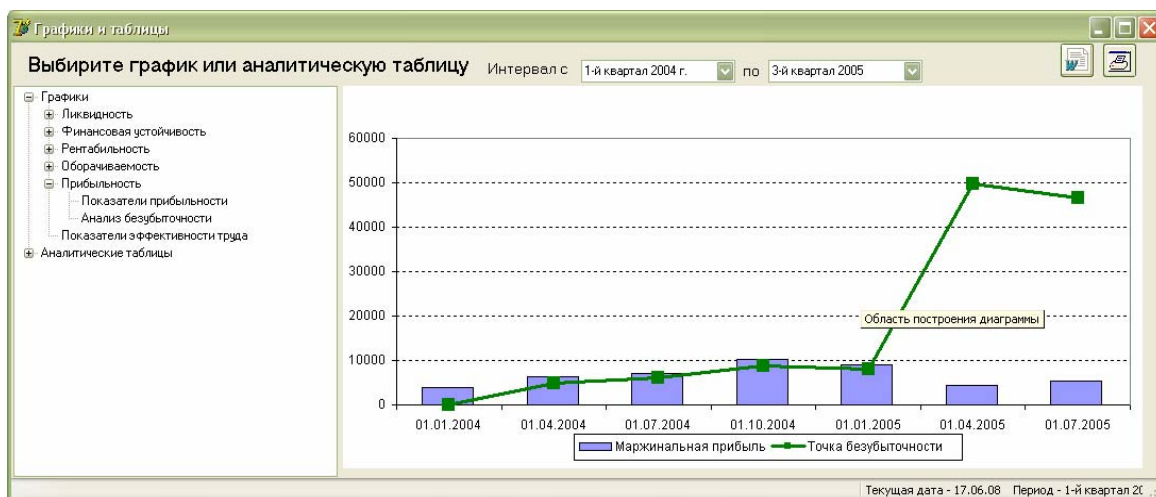


Рис. 3. Графики и таблицы. График «Показатели прибыльности»

Аналогично формируются графики по всем направлениям проведенного финансового анализа. Для формирования аналитических таблиц в информационном дереве нужно выбрать пункт «Аналитические таблицы». Данный пункт состоит из 6 подпунктов, соответствующих направлениям финансового анализа: ликвидность, финансовая устойчивость, рентабельность, оборачиваемость, прибыльность и

показатели эффективности труда. На рис. 4 представлена аналитическая таблица раздела «Прибыльность». Данная таблица содержит показатели всех рассчитываемых коэффициентов, которые определены для вида финансового анализа «Прибыльность» за указанный период для проведения анализа. Аналогично формируются и другие результирующие таблицы данного программного модуля.

Наименования позиций	Ед. изм.	Даты		
		01.01.2004	01.04.2004	01.07.2004
Рентабельность всего капитала	%	-	7%	8%
Рентабельность собственного капитала	%	-	8%	9%
Рентабельность акционерного капитала	%	-	366%	434%
Рентабельность постоянных активов	%	-	8%	10%
Рентабельность оборотных активов	%	-	63%	61%
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО РЫНКА				
Доля кредитов в заемных средствах	%	44%	31%	31%
Стоимость заемного капитала	%	-	0%	0%
Дифференциал рынка	%	-	2%	2%
Финансовый рычаг	разы	-	0,09	0,12
Эффект рынка	%	-	0%	0%
АНАЛИЗ ФОРМУЛЫ DUPONT				
Рентабельность собственного капитала	разы	-	0,08	0,09
Оборачиваемость активов	разы	-	0,35	0,38
Прибыльность всей деятельности	разы	0,29	0,21	0,22
Структура источников средств	разы	-	109%	112%
Изменение рентабельности собственного капитала	разы	-	-	0,01
Влияние оборачиваемости всех активов	разы	-	-	0,01

Рис. 4. Графики и таблицы. Таблица «Рентабельность»

Если у пользователя возникает необходимость сохранить результаты финансового анализа в виде архивного документа, он может воспользоваться пунктом меню отчеты, «Архив».

После того как анализ финансовой деятельности проведен, можно сформировать отчет по выбранным направлениям финансового анализа с помощью пиктограммы со значком MS Word и распечатать его с помощью кнопки с изображением принтера. Отчет с помощью OLE тех-

нологий формируется в виде файла формата Microsoft Word.

В программе предусмотрен также экспресс-анализ, который можно произвести с помощью пункта меню «Отчеты», «Экспресс-анализ» (рис. 5). Данный отчет формируется только за текущий период. С помощью пиктограмм, которые находятся в правом углу формы, можно распечатать или сохранить в файл формата MS Word.

Важность экспресс-анализа обусловлена тем, что не всегда у пользователя (акционера, инвестора, кредитора) есть возможность провести всесторонний, детальный, углубленный экономический анализ. Часто возникает необходимость именно в оперативной, обзорной оценке финансового состояния. Поэтому в процессе управления текущей деятельностью предприятий большая роль отводится экспресс-анализу, позволяющему быстро и своевременно получить основную информацию, необходимую для оперативного управления. Финансовое состояние предприятия характеризуется систе-

мой показателей, отражающих на фиксированный момент времени способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность и своевременно рассчитываться по своим обязательствам. Устойчивое финансовое состояние является результатом рационально организованной системы управления внутренними и внешними факторами, определяющими результаты деятельности предприятия [3]. Таким образом, экспресс-анализ проводится с целью получения наглядной оценки финансового состояния и динамики развития предприятия.

Наименования позиций	Ед. ИЗМ.	Период
1-й квартал 2008 г.		
Характеристика имущества		
Всего активов	тыс. руб.	103287
Внеоборотные активы	тыс. руб.	90833
Текущие активы	тыс. руб.	12454
Стоимость чистых активов	тыс. руб.	93829
Характеристика ликвидности		
Кэффициент общей ликвидности	разы	1,58
Кэффициент абсолютной ликвидности	разы	0,05
Чистый оборотный капитал, МВС	тыс. руб.	4596
Характеристика финансовой устойчивости		
Кэффициент общей платежеспособности	разы	0,91
Кэффициент автономии	разы	9,92
Кэффициент самофинансирования	%	47%
Доля долгосрочных кредитов в валюте баланса	%	2%
Кэффициент покрытия процентов	разы	-
Характеристика рентабельности		
Рентабельность всего капитала	%	7%
Рентабельность собственного капитала	%	8%
Финансовый рычаг	разы	0,09
Характеристика прибыльности деятельности		
Выручка от реализации (без НДС)	тыс. руб.	8980
Чистая прибыль	тыс. руб.	1867
Прибыльность всей деятельности	%	21%
"Запас прочности"	%	46%
Характеристика деловой активности		
Оборачиваемость активов	разы	0,4
Оборачиваемость постоянных активов	разы	0,4
Оборот дебиторской задолженности	дни	74,8
Оборот кредиторской задолженности	дни	10,2
Оборот запасов материалов	дни	13,3

Текущая дата - 17.06.08 Период - 1-й квартал 2008 г.

Рис. 5. Отчет «Экспресс-анализ»

Смысл экспресс-анализа заключается в отборе небольшого количества наиболее значимых и сравнительно несложных в исчислении показателей, сравнении фактических значений показателей с нормативами, а также в отслеживании показателей в динамике.

Экономический и финансовый анализ результатов хозяйственной деятельности предприятия позволяет разработать конкретную

стратегию и тактику по его развитию, выявлению и оценке резервов роста прибыли и рентабельности и способов их мобилизации. Следует отметить, что это достаточно трудоемкий процесс, занимающий большое количество времени. Выходом из такой ситуации является использование современных корпоративных информационных систем, охватывающих деятельность всего предприятия в целом. Но не все

корпоративные системы помимо учетных содержат в себе аналитические модули. Внедрение дополнительных аналитических модулей в уже существующие корпоративные информационные системы является наиболее оптимальным и экономически выгодным решением. Именно таким является программный модуль

«Финансовый анализ», разработанный для КИС «ИЛАДА» и описанный в данной статье.

Профессиональное управление финансами требует квалифицированного их изучения. Именно благодаря анализу может быть сформирована достоверная информационная база принятия управленческих решений.

Библиографический список

1. Актуальная документация по КИС «ИЛАДА» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.iladacis.ru/documentac.html>
2. Васина А. А. Финансовая диагностика и оценка проекта. – СПб. : ИД «Питер» – ИКФ «АЛБТ», 2004.
3. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности. – М. : Дело и сервис, 2004.
4. Кольцова И. В., Рябых Д. А. Практика финансовой диагностики и оценки проектов. – М. : ИД «Вильямс», 2007.
5. Матвеева В. М. Подходы к анализу деятельности организации // Финансы и бухгалтерские консультации. – 2000. – № 7. – С. 45-51.

О. А. Filippova*

**Filippova Olga, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
olyafilippova@yandex.ru*

**DEVELOPMENT OF SOFTWARE MODULE
FOR ENTERPRISE FINANCIAL ANALYSIS BASED ON CIS “ILADA”**

Key words: corporate information system, CIS «ILADA», financial analysis, software module.

The article considers problems of financial analysis in Russian enterprises. The author proposes development of additional software modules for financial analysis of the company, based on corporate information system «ILADA», which can be used successfully in enterprises of different ownership forms and scope of activities to address management issues.

© Филиппова О. А., 2011

Я. С. Митрофанова*

*Митрофанова Яна Сергеевна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
Yana_1979@list.ru

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ITIL/ITSM

Ключевые слова: управление, информационная система предприятия, модель ITIL/ITSM.

Анализируются современные подходы к управлению, а также рассматривается управление информационной системой предприятия на основе использования модели ITIL/ITSM, ставшей в настоящее время неофициальным стандартом в области организации и управления информационными технологиями, обобщившим в себе лучший международный опыт.

В условиях перехода к информационному обществу эффективная деятельность предприятий и организаций невозможна без использования актуальной, достоверной и полной информации. Информация является важнейшим экономическим ресурсом современного общества. Качественная информация делает действия специалистов различных областей экономики целенаправленными и эффективными. Все более значительной становится роль современных информационных технологий, которые обеспечивают практически неограниченный доступ ко всей сумме информации и знаний, накопленных как внутри любой системы организации, так и во внешнем информационном пространстве.

В современных условиях сложность информационных систем предприятий возрастает, а методы и технологии эффективного управления их информационной инфраструктурой динамически развиваются. Это является следствием появления новых технологий построения ин-

формационных систем, таких как сервис-ориентированные технологии или технологии, управляемые событиями, а также новых программных сред управления бизнес-процессами, ориентированных на процессное управление предприятием, и более жестких требований пользователей к предоставляемым им информационным сервисам. В результате развития методов и технологий создаются новые программные решения для управления информационной инфраструктурой предприятия.

Эволюционное развитие теорий управления предопределило развитие разнообразных подходов к совершенствованию данной деятельности (табл. 1). Так, например, управление информационной системой предприятия как функция реализуется через выполнение ряда управленческих действий, получивших название функций управления. Один из основоположников данной теории, А. Файоль, выделил пять исходных функций управления [5].

Таблица 1

Анализ современных подходов к управлению

Название подхода	Сущность подхода	Особенности
Функциональный подход	Управление с точки зрения функционального подхода представляется как совокупность функций, которые нужно выполнять для удовлетворения потребности системы в управлении	Рассмотрение управления как функции связано с разработкой состава и содержания управленческой деятельности, а также взаимосвязи функций в пространстве и времени
Процессный подход	Управление является процессом и состоит из совокупности непрерывных взаимосвязанных действий, каждое из которых, в свою очередь, также является процессом или подпроцессом [2]. Эти подпроцессы являются управленческими функциями	В отличие от административного управления, процессный подход рассматривает функции управления во взаимосвязи, и в этом заключается их принципиальное различие

Название подхода	Сущность подхода	Особенности
Ситуационный подход	В соответствии с теорией ситуационного подхода организация внутри предприятия является реакцией на различные по природе воздействия факторов внешней среды. Ситуация является центральным моментом данного подхода и означает конкретный набор различных обстоятельств, влияющих на производственную деятельность предприятия или организации. Число факторов внешней среды, которые воздействуют на производственную систему предприятия, значительно, но из этого многообразия выделяют только основные	Данный подход значительно расширил практическое применение теории систем. С точки зрения ситуационного подхода необходимо определить основные внутренние и внешние переменные, которые влияют на производственные системы. В соответствии с этим подходом все известные концепции и методики должны быть адаптированы и применены к конкретным ситуациям
Системный подход	Системный подход подразумевает учет всех взаимосвязей между элементами предприятия, изучение отдельных структурных частей, а также выявление роли каждого элемента системы в общем процессе осуществления проекта и, наоборот, воздействия проекта в целом на его отдельные элементы. Суть системного подхода в менеджменте заключается в представлении организации или предприятия как системы	Применение теории систем и системного анализа к управлению значительно упростило для менеджеров задачу изучения организации в единстве составляющих ее частей, которые взаимосвязаны с внешней средой. Системный подход объединил основные подходы и методы всех управленческих школ, которые в разное время доминировали в теории и практике управления
Маркетинговый подход	Маркетинговый подход подразумевает настройку управляющей подсистемы системы управления при решении любых задач, направленных на удовлетворение запросов потребителей	При использовании маркетингового подхода основными приоритетами выбора критериев управления являются: экономия ресурсов потребителей за счет более высокого качества объекта, качества сервиса и т. д.; экономия производственных ресурсов за счет реализации фактора масштабности, достижений научно-технического прогресса, совершенствования системы менеджмента качества; повышение качества объекта в соответствии с потребительскими запросами
Интеграционный подход	Интеграционный подход к управлению направлен на исследование и усиление взаимосвязей: между субъектами управления по горизонтали; между стадиями жизненного цикла объекта управления; между уровнями управления по вертикали; между отдельными подсистемами и компонентами системы инновационного менеджмента	Объединение отдельных подсистем и компонентов системы управления обеспечивается углублением и конкретизацией взаимосвязей между ними, а также количественным выражением этих взаимосвязей
Поведенческий подход	Поведенческий подход направлен на оказание помощи в осознании работником творческих способностей и возможностей. В основе данного подхода лежат концепции поведенческих наук по проектированию и управлению предприятия	Целью поведенческого подхода является повышение эффективности организации за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов

Основные положения процессного подхода широко применяются в настоящее время, при этом все функции управления рассматриваются как взаимосвязанные. Процессный подход был впервые предложен научной школой административного управления, которая пыталась описать функции менеджера, однако они считали, что все функции не зависят друг от друга [5]. Один из ос-

новоположников процессного подхода, Анри Файоль [1, 2], предложил следующий список исходных функций: планирование, организация, распоряжение, координация и контроль.

Многие современные экономисты [1, 2, 5] предлагают другие списки функций, отличающиеся от вышепредложенного, в которые входят: организация, планирование, мотивация,

координация, распоряительство (командование), руководство, коммуникация, контроль, исследование, принятие решений, оценка, подбор персонала, ведение переговоров и другие. Американские экономисты М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури [5] предложили процесс управления свести к четырем взаимосвязанным функциям, таким как планирование, организация, контроль и мотивация. Все перечисленные управленческие функции имеют две основополагающие характеристики: требуют принятия решений; предусматривают коммуникацию и обмен информацией. Таким образом, обеспечивается связь управленческих функций, которая называется связующим процессом [1, 5].

Системная методология в менеджменте получила весомое признание и повсеместное распространение уже во второй половине двадцатого века. Достижения научно-технического прогресса, которые обеспечили повсеместное распространение автоматизации производственных процессов, также стали оказывать свое интенсивное воздействие и на процессы управления. Востребованной оказалась такая наука, как кибернетика, научная теория которой позволила объяснить многие закономерности авторегулирования в биологии, физике, технике. Появилась возможность применения вышеперечисленных закономерностей в теории и практике управления социально-экономическими организациями. В России это нашло применение в первую очередь в проектировании автоматизированных систем управления (АСУ), а затем уже и в формировании системного подхода ко всем процессам организации и управления в социально-экономических структурах. Из трудов зарубежных научных исследователей в области управления, признававших системный подход как один из универсальных инструментов менеджмента, в России получили известность работы Р. Джонсона, Ф. Каста, Д. Розенцвейла, С. Оптнера, С. Янга, Дж. Ригтса, М. Х. Мескона и др.

Системный подход вошел в современную теорию организации и управления как особая методология научного анализа и мышления. Способность к системному мышлению стала одним из требований к современному менеджеру. Системный подход рассматривает предприятие или организацию как открытую систему, состоящую из нескольких взаимосвязанных подсистем. Теория систем и системный анализ позволяет руководителям понять взаимосвязь между отдельными частями предприятия и между ним и внешней средой.

В последние годы мы стали все чаще убеждаться в том, что практически все существующие в природе взаимосвязи имеют информаци-

онный характер. Ведь именно информация определяет направление движения материи, именно она является носителем смысла всех процессов, происходящих в природе и обществе [2]. Осознание главенствующей роли информации в природе и социальных явлениях и стало причиной появления нового фундаментального метода научного познания, который получил наименование информационного подхода. Суть этого метода заключается в том, что при изучении любого объекта, процесса или явления в природе и обществе в первую очередь выявляются и анализируются наиболее характерные для них информационные аспекты, которые существенным образом определяют их состояние и развитие [2, 5]. Научная практика показала, что использование метода информационного подхода позволяет увидеть многие, казалось бы, уже хорошо изученные объекты, процессы и явления в совершенно новом свете. При этом часто удается выявить их ранее не замеченные качества, которые оказываются очень важными для понимания глубинной сущности рассматриваемых явлений и определения возможных тенденций их дальнейшего развития.

Объективно говоря, нужно заметить, что, как и любой другой научный метод, информационный подход дает исследователю возможность увидеть изучаемое им целостное явление природы или общества лишь во вполне определенном, информационном ракурсе. Однако этот информационный «срез» рассматриваемого явления зачастую оказывается настолько информативно емким и наглядным, что позволяет ученому гораздо быстрее понять главные причины развития тех или иных процессов, в глубине которых, как правило, оказываются скрытыми именно информационные процессы.

Таким образом, информационный подход можно рассматривать как дальнейшее развитие метода системного подхода, которое дает ученому новые возможности для исследования сложных объектов, процессов и явлений в природе и обществе на основе использования общих свойств и закономерностей проявления информационных процессов.

Объединение теорий информационного и процессного подходов нашли свое практическое применение в управлении информационной службой (ИТ-службой) предприятия в виде концепции и модели управления качеством информационных услуг (Information Technology Service Management – ITSM, управление ИТ-услугами) [4]. Бизнес-процессы сегодня неразделимы с программными приложениями, техническими ресурсами и деятельностью персонала информационной службы, поэтому каче-

ство работы последних становится важнейшим фактором, определяющим эффективность деятельности предприятия в целом.

Модель ITSM является открытой для изменения со стороны пользователей и описывает совокупность процессов информационной службы, понятийный аппарат, на основе которых целесообразно строить бизнес-процессы ИТ-службы. Это позволяет настраивать процессы ITSM для применения в условиях конкретного предприятия. Существует большое количество инструментальных средств, реализующих модели процессов ITSM, разработанных компаниями-консультантами и производителями программного обеспечения управления информационной инфраструктурой предприятия.

Модель ITSM, разработанная в рамках проекта ITIL (IT Infrastructure Library – библиотека инфраструктуры информационных технологий), описывающая процессный и информационный подходы к предоставлению и поддержке информационных услуг [4]. Данная модель получила наибольшую известность в силу того,

что предоставление и поддержка информационных услуг является первичной задачей ИТ-службы предприятия. В отличие от более традиционного функционального подхода к организации деятельности информационной службы ITSM рекомендует сосредоточиться на клиенте и его потребностях, на информационных услугах, предоставляемых пользователю информационными технологиями, а не на них самих. При этом процессная организация предоставления услуг и наличие заранее оговоренных уровней параметров эффективности позволяет информационной службе предоставлять качественные информационные услуги, измерять и улучшать их качество.

Особенностью проекта ITIL/ITSM является свобода использования его результатов, модель может быть использована в точном соответствии с текстом книг ITIL либо адаптирована пользователем, а также она применима к организациям любого размера и любой отраслевой принадлежности.

Библиографический список

1. Андреев С. А. Совершенствование инфраструктуры информационного обеспечения предпринимательства / С. А. Андреев, И. А. Сыщиков // Вестник Самарского гос. экономич. ун-та. – 2006. – № 4 (22). – С. 15-22.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М. : Экономика, 1989. – 303 с.
3. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении : учеб. пособие для вузов / В. С. Анфилатов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
4. Груман Г. ITIL и стратегия // Настольный журнал ИТ-руководителя «Директор информационной службы». – № 6. – М. : Изд-во «Открытые системы», 2007.
5. Черняк В. З. Теория управления : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М. : Изд. центр «Академия», 2008. – 256 с.

Ya. S. Mitrofanova*

**Mitrofanova Yana, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
Yana_1979@list.ru*

INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT BASED ON ITIL / ITSM MODEL

Key words: management, enterprise information system, ITIL / ITSM model.

The article analyses modern approaches to management, as well as information system management based on the use of ITIL / ITSM model. This model has now become an unofficial standard in the field of organization and information technology management, summarizing the best international experience.

© Митрофанова Я. С., 2011

УДК 658.511.1

Т. С. Яницкая*

**Яницкая Татьяна Сергеевна, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
yan69@mail.ru*

Е. Ю. Малышева*

**Малышева Елена Юрьевна, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
em_tgas@mail.ru*

С. М. Бобровский*

**Бобровский Сергей Михайлович, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
bsmmail@mail.ru*

УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЦЕССАМИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Ключевые слова: управление качеством, стандартизация, качество продукции, информационные технологии в управлении качеством, стандарты ИСО серии 9000.

Система управления качеством продукции и услуг оказывает одно из ведущих влияний на экономические показатели компании. Существенную роль в такой системе занимают информационные ресурсы. Рассматриваются подходы к управлению ИТ-процессами как часть системы менеджмента качества организации.

Управление качеством – сравнительно молодое научное направление, сформированное в XX столетии. Конкурентная борьба за рынки сбыта явилась основным двигателем развития теории управления качеством продукции. С другой стороны, огромное предложение товаров и всевозможных услуг привело к тому, что у потребителей появилось желание приобретать товары и услуги высшего качества. Таким образом, новые подходы к производству качественных товаров и услуг позволяют оперативно применять различные методы для управления процессами на предприятии, направленные на устранение причин неудовлетворительного функционирования.

Проблемы, связанные с выпуском качественной продукции и оказанием услуг, уже долгое время волнуют все коммерческие организации. Чем бы ни занималась организация, какие бы услуги ни оказывала населению, вопрос организации деятельности внутри компании в соответствии с правилами, гарантирующими возможность выпуска качественного продукта (услуги или продукции), является актуальным. В современном развитии предприятий существует множество способов повышения качества. Реорганизация внутренних бизнес-процессов, их мониторинг и улучшение позволяют мобилизовать внутренние резервы предприятия и

тем самым повысить конкурентоспособность. Конечно, на повышение показателей организации влияет комплекс мер. Огромное значение имеет квалификация персонала, техническое оснащение предприятия. Управление качеством осуществляется в рамках системы менеджмента качества организаций. В нашем государстве в конце XX века также разрабатывались и были внедрены на крупных промышленных предприятиях различные подходы к управлению качеством продукции. Можно вспомнить следующие системы:

- Бездефектного изготовления продукции (БИП).
- Бездефектного труда (СБТ).
- КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий).
- Рыбинская НОТПУ (научная организация труда, производства и управления).
- Система научной организации работ по увеличению моторесурса (НОРМ).

Все описанные системы, как и западные научные подходы, имели свои положительные и отрицательные стороны. Одним из существенных недостатков является то, что они осуществляли управление качеством только на стадии производства и проектирования. При этом все остальные стадии жизненного цикла оставались без управления данными системами. Отчасти это было связано с экономическим и политиче-

ским укладом страны, дефицитом продукции и недостаточным количеством услуг, оказываемых населению.

Научный подход к управлению качеством выпускаемой продукции позволил ученым СССР обобщить полученный опыт и на основе проведенного анализа совместного научно-производственного эксперимента развивать данное направление дальше.

Результатом такого развития стала система, внедренная на промышленных предприятиях Львовской области. Научно-исследовательские институты, в частности ВНИИСа и НПО Система Госстандарта СССР, в конце 1970 года разработали Комплексную систему управления качеством продукции (КСУКП). Эта система включала в себя все наиболее прогрессивные элементы ранее разработанных систем. Она стала первой системой управления качеством, в которой организационно-техническими основами управления стали стандарты предприятия. Использование стандартов предприятия позволило улучшить согласованность действий всех исполнителей.

КСУКП представляла собой систему мероприятий, методов и средств, при помощи которых целенаправленно устанавливался, обеспечивался и поддерживался требуемый уровень качества на всех этапах жизненного цикла изделия (исследования, проектирования, изготовления, реализации, эксплуатации и потребления).

В Европе и США в направлении систем менеджмента качества была разработана серия международных стандартов ИСО 9000. Среди основных отличий систем качества по ИСО 9000 от КСУКП можно выделить следующие:

- изначальная ориентация на удовлетворение требований потребителя;
- проверка потребителем производства поставщика;
- выбор поставщика комплектующих изделий и материалов;
- сквозной контроль качества продукции, начиная от материалов и кончая утилизацией продукции;
- организация учета и анализа затрат на качество;
- идентификация и прослеживаемость материалов и комплектующих изделий по всему циклу производства.

В рамках стандартов серии ИСО 9000 управление ИТ-процессами не рассматривалось отдельно, только в рамках общей структуры процессов организации. К концу XX века сформировалось понимание критичности ИТ-процессов как одной из важнейших сторон успешности и эффективности общей системы менеджмента организации. В данном направлении

стали разрабатываться различные подходы и методологии, ставшие потом основой для разработки стандартов.

Такой основой для многих западных стандартов и решений в области управления ИТ процессами в экономике и производстве стала методология ITIL – Information Technology Infrastructure Library как модель управления качеством выпускаемой продукции предприятия, являющейся развитием и процессного подхода на базе методологии SADT. С методологией ITIL также связывают стандарты организации ИТ-службы. ITIL первоначально была набором примерно 60 книг, созданным в конце 1980-х ССТА (Central Communications and Telecom Agency) правительства Великобритании из совокупности передового опыта для ИТ.

Для многих крупных организаций актуален вопрос квалификации специалистов, четкое понимание того, какие процессы протекают в компании, какой вклад каждое подразделение вносит в общий оборот компании. Использование методологии ITIL позволяет сделать процессы организации «прозрачными». Методики ITIL помогают в организации вопросов, связанных с консолидацией управленческих, интеллектуальных и финансовых ресурсов организации.

В современных условиях развития предприятий и организаций процесс управления становится все более сложным. Руководители приходят к пониманию необходимости оптимизации всех бизнес-процессов организации. В каждой организации особое место занимает процесс управления качеством выпускаемой продукции или оказываемых услуг. В таком процессе важно не только правильно выстроить информационные потоки, но и обеспечить оперативное управление ими. На сегодняшний день рынок предоставляет широкий выбор готовых программных средств, платформ разработки программных продуктов. Ошибки, допущенные при формировании подхода к автоматизации, могут в дальнейшем привести к самым негативным последствиям. Это связано прежде всего с тем, что ИТ-подразделения, так же как и производственные подразделения, оказывают влияние на качество продукции и на результат коммерческой деятельности организации в целом. Уже давно назрела необходимость четко обосновывать перед производственными подразделениями направления развития информационных технологий в компании и преимущества выбранных ИТ-решений. Если рассмотреть проблемы автоматизации организаций, то можно увидеть общие трудности. Это множество мелких программных продуктов в различных подразделениях, низкоэффективное

использование интеллектуального потенциала, ограниченная масштабируемость решений в области ИТ-технологий. Подобный подход к организации процесса автоматизации приводит к несогласованности принятия решений, проблемам защиты информации, замкнутости подразделений и дублированию документов и функций. Для любого предприятия становится актуальным вопрос выбора платформы автоматизации и методологического подхода к процессу автоматизации организации.

Российские компании во многом пытаются опираться на стандарты ITIL, но результатов даже частичного их внедрения мало и продвигается такое внедрение медленно. Во многом этот процесс подвержен влиянию различных факторов.

Развитие методологии ITIL в направлении интеграции ее в систему менеджмента организации привело к появлению концепции ITSM – IT Service Management.

ITSM – относительно новая концепция управления ИТ-подразделениями. Ее сущность очень хорошо характеризуется следующим выражением: «Провайдеры ИТ-сервисов более не могут позволить себе концентрироваться на технологиях и своей внутренней организации. Теперь им нужно принять во внимание качество сервисов, которые они предоставляют, и сфокусироваться на отношениях с заказчиками». Или другими словами, суть ITSM в современном ее понимании заключается в необходимости перехода от традиционной модели, где главная цель – это собственно поддержка ИТ-инфраструктуры, к схеме, ориентированной на обслуживание основного бизнеса компании. Решение такой задачи осложняется тем, что для этого потребуется довольно радикально пересмотреть общее позиционирование сервисных ИТ-подразделений в структуре компаний.

То есть основная идея ITSM заключается в том, чтобы ИТ-отдел перестал быть вспомогательным элементом для основного бизнеса компании, ответственным только за работу отдельных серверов, сетей и приложений. ИТ-отдел должен стать полноправным участником бизнеса, выступая в роли поставщика сервисов для бизнес-подразделений, а отношения между ними формализуются как отношения «поставщик сервисов – потребитель сервисов». Бизнес-подразделение формулирует свои требования к необходимому спектру сервисов и их качеству, а ИТ-подразделения поддерживают и развивают информационную инфраструктуру компании таким образом, чтобы она была в состоянии обеспечить запрошенный сервис с заданным качеством.

Полный переход на сервисную основу позволит ИТ-подразделениям любой компании не только превратиться из затратного подразделения в центр получения прибыли, но и предлагать свои ИТ-услуги за пределами собственной организации, перейдя тем самым к статусу департамента с независимым бюджетом.

Важнейшая составляющая реализации ITSM – разработка формализованных процессов ИТ-отдела. Для каждого процесса определяются последовательность выполнения работ, необходимые ресурсы и затраты времени, средства автоматизации и контроля качества. Кроме того, если процесс четко определен и документирован, включая входные параметры и результаты выполнения, можно измерить его производительность. Это особенно важно, когда перед ИТ-отделом стоит задача реализации сервиса заданного качества за определенную стоимость. А это позволит совершенствовать процесс и вносить необходимые изменения в упреждающем режиме – еще до того, как произошел сбой в реализации сервиса.

ITSM не касается подробностей и деталей технического управления процессами, управление ИТ-сервисами направлено на обеспечение реализации бизнес-процессов и на структурирование внутренней организации работы и деятельности ИТ-подразделения.

Реализация ITSM также включает в себя формализацию регламентов работы сотрудников и подразделений ИТ, определение зон ответственности и полномочий персонала, критерии качества работы и формирование механизмов контроля и мониторинга состояния процессов.

Концепция ITSM находит свое отражение во многих подходах и методологиях, включая:

- CobiT (Control Objectives for Information and Related Technology) – стандарт в области контроля за информационными технологиями;
- S3M (The Software Maintenance Maturity Model) – модели зрелости обслуживания ПО;
- ASL (Application Services Library) – библиотека сервис-приложений;
- MOF (Microsoft Operations Framework) – техническое руководство для поддержки и управления решениями и сервисами производственных систем, построенных на продуктах и технологиях Microsoft и другие.

Таким образом, внедрение ITSM позволит сделать информационную структуру удобным и надежным инструментом бизнеса, позволяющим сохранять заданное качество информационных услуг, добиваться конкурентных преимуществ основного бизнеса и управлять своей рентабельностью.

Развитие нормативной базы методологии ITIL привело к появлению международного стандарта ISO 20000:2005. Этот стандарт является обобщением мирового опыта в организации управления ИТ-сервисами и применим к любой организации вне зависимости от отрасли и размеров, в деятельности которой ИТ-сервисы играют важную роль. Стандарт определяет требования и взаимосвязанные процессы, необходимые для создания и эффективного использования системы менеджмента. В нем

предлагаются универсальные критерии, по которым можно объективно оценивать возможности компании при выполнении требований пользователей с учетом особенностей бизнеса.

Стандарт состоит из двух частей:

ISO 20000-1:2005 «Information technology – Service management. Part 1: Specification» представляет собой подробное описание требований к системе менеджмента ИТ-сервисов и ответственность за инициирование, выполнение и поддержку в организациях (рис. 1).



Рис. 1. Группы процессов стандарта ИСО 20000

Эта часть состоит из 10 разделов, 13 процессов, собранных в пять ключевых групп:

- Процессы предоставления сервисов (Service delivery process): в группу входят управление уровнем сервисов, управление непрерывностью и доступностью, управление мощностями, отчетность по предоставлению сервисов, управление информационной безопасностью, бюджетирование и учет затрат.

- Процессы управления взаимодействием (Relationship processes): эта область включает в себя управление взаимодействием с бизнесом, управление поставщиками.

- Процессы разрешения (Resolution processes): разработчики стандарта фокусируются на инцидентах, которые удалось предотвратить или успешно разрешить, – управление проблемами, управление инцидентами.

- Процессы контроля (Control processes): в данном разделе рассматриваются процессы управления изменениями и конфигурациями.

- Процессы управления релизами (Release process): речь идет о выработке новых и коррекции уже имеющихся решений.

Как можно видеть, данная часть стандарта посвящена регламентированию процедур, связанных с организацией процессов. Рассматриваемый стандарт – это методика управления информационной структурой предприятия. Обобщенные критерии, представленные в стандарте, позволяют просчитать возможности организации при оказании ИТ-услуг. Методика работы, представленная в стандарте, позволяет выработать стратегию не только оказания ИТ-услуг сторонним организациям, но и провести аудит собственных информационных ресурсов и разработать план их дальнейшего развития.

ISO 20000-2:2005 «Information technology – Service management. Part 2: Code of Practice» – это практические рекомендации по процессам, требования к которым сформулированы в первой части. Является руководством для аудиторов и компаний, намеренных пройти сертификацию. Содержит 10 разделов.

Применение стандарта ИСО 20000 позволяет организации выстроить структуру управле-

ния ИТ-процессами на разных уровнях системы управления организацией (рис. 2).



Рис. 2. Модель управления процессами ИСО 20000

Модель управления процессами (модель зрелости) помогает компаниям оценивать результативность собственных лучших практик, используемых в процессах предоставления ИТ-сервисов, и состоит из пяти уровней. На первом уровне находятся компании, которые определили внутренние процессы и описали их по своему пониманию.

На втором уровне находятся организации, внедрившие процессы в соответствии с методологией ITIL, но не определившие с тем, как можно оценить степень внедрения. Третий уровень относится к компаниям, которые опираются на рекомендации документов BSI VIP 0005 и PD 0015:2002.

На четвертом уровне находятся организации, создавшие систему управления сервисом в соответствии со стандартом ISO/IEC 20000-2:2005.

К пятому уровню зрелости относятся компании, подтвердившие соответствие действующей системе управления ИТ-сервисами и требованиям стандарта ISO/IEC 20000-1:2005 и прошедшие сертификацию.

Оценка соответствия ИТ-сервисов требованиям ISO 20000-1:2005 позволяет представить объем нереализованных требований. Кроме того, удастся запланировать их выполнение с учетом рекомендаций ISO 20000-2:2005, библиотеки ITIL или любой другой методологии. Внедрение ISO 20000-2:2005 или ITIL не явля-

ется обязательным требованием соответствия стандарту ISO 20000-1:2005, но использование практик, упоминаемых в ISO 20000-2:2005 или ITIL, делает этот процесс гораздо более простым и ясным.

Кроме того, в стандарте выдвигаются требования к мере ответственности руководителей компании, предоставляющей ИТ-сервисы, а также к управлению документацией, компетенции, осведомленности и подготовке персонала.

Чтобы обеспечить интегрированный подход к оказанию высококачественных и эффективных ИТ-сервисов, стандарт ISO 20000:2005 предлагает переход к сервисной модели ИТ, который реализуется путем разработки и внедрения формальной системы управления ИТ-сервисами (СУИС). СУИС позволяет повысить уровень капитализации предприятия и способствует его признанию на международном уровне.

Таким образом, ISO 20000:2005 предоставляет, во-первых, средства для оценки и измерения эффективности деятельности внутренней организации ИТ. Во-вторых, стандарт направлен на реализацию задач, связанных с проведением тендеров при выборе внешнего поставщика ИТ-сервисов. Независимая сертификация по этому стандарту позволяет организациям продемонстрировать своим клиентам соответствие качества оказываемых услуг лучшим мировым практикам.

Библиографический список

1. Швандар В. А. Стандартизация и управление качеством продукции : учебник для вузов / под ред. В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 487 с.
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Системы менеджмента качества. Требования. – Введ. 2009-11-13. – М., 2009. – 22 с. – (Государственный стандарт РФ).
3. ГОСТ Р ИСО/МЭК 20000-200X (проект). Информационная технология/Управление услугами.
4. ITSM – IT Service Management <http://www.itexpert.ru/rus/biblio/itsm/>
5. Системы менеджмента IT – услуг (ISO/IEC 20000/ГОСТ Р ИСО/МЭК 20000) <http://www.s-konsalt.ru/catalog/sistemy-menedzhmenta-IT-uslug-ISOIEC-20000.18.html>

T. S. Yanitskaya*

**Yanitskaya Tatyana, PhD in Technical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
yan69@mail.ru

E. Yu. Malysheva*

**Malysheva Elena, PhD in Technical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
em_tgas@mail.ru

S. M. Bobrowski*

**Bobrowski Sergei, PhD in Technical Science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
bsmmail@mail.ru

**IT-PROCESSES MANAGEMENT AS INTEGRAL PART
OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM**

Key words: quality management, standardization, production quality, information technologies in quality management, ISO 9000 standards.

Quality management system for goods and services has strong influence on company's performance. Significant role in this system belongs to information resources. The article studies the approaches to IT-processes management as part of company's quality management system.

© Яницкая Т. С., Малышева Е. Ю., Бобровский С. М., 2011

ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 061.1; 35

А. В. Сороко*

**Сороко Андрей Викторович, кандидат политических наук*

Департамент аппарата Правительства РФ, г. Москва

elmitr@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЗЕРВА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ

Ключевые слова: кадровый резерв, резерв управленческих кадров, органы государственной власти, государственная служба, должности гражданской службы.

Определены методические аспекты формирования и использования резерва управленческих кадров органов государственной власти.

Формирование и эффективное использование кадрового резерва является неотъемлемым элементом кадровой работы в органах государственной власти, имеющим законодательное закрепление. Особое значение в системе кадрового резерва органов государственной власти имеет резерв управленческих кадров, являющийся одним из источников формирования нового поколения управленческих кадров, в том числе первых руководителей органов государственной власти.

Анализ законодательства, а также сложившейся практики работы с кадровым резервом позволил создать технологию формирования и функционирования резерва управленческих кадров на государственной службе, представленную на рис. 1.

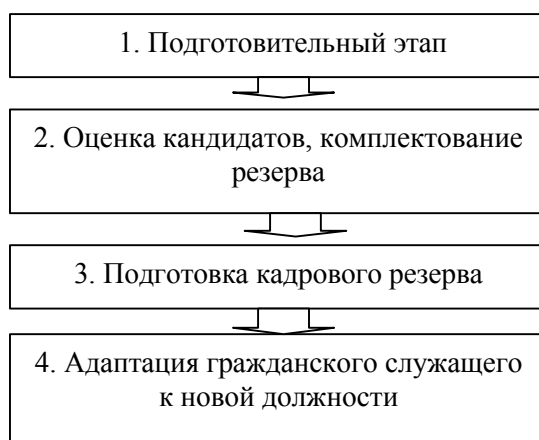


Рис. 1. Технология формирования и функционирования резерва управленческих кадров на государственной службе

Подробнее остановимся на каждом из выделенных этапов.

На *первом – подготовительном – этапе* органу власти необходимо провести ряд организационных мероприятий:

- определить потребности в формировании кадрового резерва – определить должности, подлежащие кадровой замене, или перспективные направления развития с гипотетической кадровой структурой;

- назначить оценочную комиссию, обучить ее выполняемым видам деятельности, согласовать критерии и требования ее работы;
- выработать регламент проведения процедуры формирования и развития кадрового резерва;
- принять положение о самой процедуре;
- назначить заказчиков данного процесса и его координаторов;
- разработать технические документы и формы для заполнения как на подготовительном этапе работы, так и для работы комиссии и обратной связи с резервистами;

- провести информационную кампанию в ответственных за данный процесс подразделениях;
- составить список кандидатов в кадровый резерв и провести с ними разъяснительную работу.

В рамках решения первой задачи – определение потребностей – необходимо:

- определить фактическую численность сформированного на данный момент кадрового резерва;
- установить уровень выбытия из кадрового резерва гражданских служащих (граждан);
- выявить уровень «текучести» кадров в государственном органе в разрезе категорий и групп должностей гражданской службы;
- изучить перспективы организационно-штатных изменений, развития функций государственного органа;
- сформировать список должностей, для замещения которых будет формироваться кадровый резерв.

При формировании резерва необходимо стремиться к тому, чтобы его структура и численность были оптимальными, т. е. отражали структуру должностей и функций государственного органа.

Основным показателем прогноза вакансий является срок ожидаемого высвобождения должности в связи с предполагаемыми перемещениями (должностное продвижение, увольнение, выход на пенсию и пр.). Вакансии в связи с увольнением определяются на основе среднестатистических данных о числе увольнений по категориям должностей за ряд лет.

При этом необходимо учитывать, что количество лиц, зачисленных в кадровый резерв, не должно соотноситься исключительно с расчетными средними показателями «текучести» кадров. На каждую должность потенциально должны претендовать несколько гражданских служащих (граждан), включенных в кадровый резерв. В связи с этим на каждую должность может быть установлен коэффициент резервирования, т. е. количество кандидатов из резерва на одну должность.

Целевой аудиторией при формировании кадрового резерва является группа сотрудников, потенциально способных к занятию вакантной или вновь создаваемой позиции (или же к определенной профессиональной или управленческой карьере), отвечающих требованиям, предъявляемым должностью того или иного ранга, подвергшихся конкурсному отбору и прошедших систематическую целевую квалификационную подготовку.

Важным шагом данного этапа работы с кадровым резервом на государственной службе является создание информационной системы –

федерального портала управленческих кадров, на котором аккумулируются резюме соискателей и вакансии государственной гражданской службы.

На *втором этапе* для комплексной оценки кандидатов в кадровый резерв (равно как и на замещение вакантных государственных должностей) используются качественные признаки, которые оказывают различное влияние на эту оценку. К таким качественным признакам в соответствии с действующим законодательством и передовой практикой относятся:

- образование (статья 12 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ);

- стаж гражданской службы (государственной службы иных видов) или стаж (опыт) работы по специальности для федеральных гражданских служащих (статья 12 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ; Указ Президента Российской Федерации от 27 сентября 2005 г. № 1131 «О квалификационных требованиях к стажу государственных гражданских служащих (государственных служащих иных видов) или стажу работы по специальности для федеральных государственных гражданских служащих»);

- уровень профессиональных знаний, необходимых для исполнения должностных обязанностей (в соответствии со статьей 12 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ устанавливаются нормативным актом государственного органа с учетом его задач и функций);

- уровень навыков, необходимых для исполнения должностных обязанностей (в соответствии со статьей 12 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ устанавливаются нормативным актом государственного органа с учетом его задач и функций);

- уровень профессионально-этических качеств государственных гражданских служащих (статья 18 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации», Указ Президента Российской Федерации от 12 августа 2002 г. № 885 «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих»);

- уровень достигнутых результатов профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих (статья 47 Федерального закона «О государственной гра-

жданской службе Российской Федерации» от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ¹⁵).

Мы согласны с мнением ряда исследователей, что при оценке кандидатов в кадровый резерв следует учитывать также такие признаки, как возраст и мотивация [1].

Возрастные ограничения связаны с тем, что кадровое резервирование – это процесс, требующий времени как на подготовку резервиста, так и на перспективность процедуры занятия должности (как в случае открытия вакансии, так и при замещении уже существующей должности). Это значит, что должен быть определен некий оптимальный возрастной «потолок» для возможного кандидата, вероятно, свой для каждой должности и достаточно большой для перспективного резерва. Так, в кадровом менеджменте называют цифры 25–35 лет как оптимальный возраст для занятия позиции руководителя среднего звена и 45 лет – высшего.

Что касается мотивации, то этот критерий хотя и является максимально субъективным, однако практикой доказано, что сотрудник, не ориентированный на профессиональный или должностной рост, может и не показать ожидаемых от него результатов при занятии вакантной позиции независимо от уровня «входного» профессионализма. Самым простым способом выяснить это является вводимая в органе власти процедура самовыдвижения кандидатов. Альтернативой для нее может стать и опрос (анкетирование) кандидатов в случае выдвижения их в кадровый резерв непосредственными линейными руководителями.

Достаточно новой и слабо апробированной в условиях государственной службы является технология выявления уровня профессионализма кандидатов. Во многом это связано с формальным характером проведения конкурсных и аттестационных процедур в условиях государственной гражданской службы. Работающая и эффективно построенная технология конкурсного отбора гарантирует «входной профессионализм», а квалификационный экзамен и аттестация – его поддерживаемый уровень. Таким образом, данные технологии в работающем варианте могли бы дать рациональное и прозрачное основание для возможности включения кандидата в кадровый резерв. Однако до сих пор эти технологии существуют отдельно от оценки уровня результативности и эффективности деятельности государственного служащего.

Следующим этапом формирования и функционирования кадрового резерва является собст-

венно подготовка специалистов и руководителей, включенных в резерв на новые должности.

При этом ключевым фактором успеха работы с кадровым резервом является комплексный подход, в соответствии с которым различными аспектами работы должны заниматься кадровые службы государственных органов, руководители гражданских служащих, включенных в кадровый резерв, а также образовательные учреждения и организации, в которых гражданский служащий проходит стажировку. При этом каждая из сторон имеет в распоряжении собственные формы и методы работы с кадровым резервом (табл. 1).

Как видно из таблицы, существует большое количество форм подготовки и обучения персонала в рамках развития кадрового резерва. Их выбор зависит от нарабатываемых компетенций, а сроки реализации – от базового уровня развития той или иной компетенции. Назовем те формы развития и обучения, которые, на наш взгляд, наиболее применимы для специфических условий государственного управления.

Составление индивидуальных планов профессионального развития гражданского служащего, включенного в кадровый резерв. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 28 декабря 2006 г. № 1474 «О дополнительном профессиональном образовании государственных гражданских служащих Российской Федерации», индивидуальный план профессионального развития гражданского служащего разрабатывается им в соответствии с должностным регламентом совместно с непосредственным руководителем сроком на три года и утверждается в порядке, устанавливаемом представителем нанимателя. В индивидуальном плане указываются:

- цель, вид, форма и продолжительность получения дополнительного профессионального образования, включая сведения о возможности использования дистанционных образовательных технологий и самообразования;
- направления дополнительного профессионального образования;
- ожидаемая результативность дополнительного профессионального образования гражданского служащего.

Индивидуальный план развития позволит решать несколько задач:

- поощрять резервистов к активному участию в развитии собственной карьеры;
- обеспечить механизм выявления потребностей в сфере профессионального развития;
- обеспечивать планирование и оценку эффективности реализации дополнительного профессионального образования.

¹⁵ Для работающих кандидатов.

Формы и методы работы с кадровым резервом [2]

Субъекты системы работы с кадровым резервом	Формы и методы работы с кадровым резервом
Кадровые службы государственных органов	<ul style="list-style-type: none"> – специальная подготовка по самоорганизации карьеры; – содействие в разработке планов индивидуального профессионального развития; – принимаемые меры по повышению квалификации
Руководители гражданских служащих, включенных в кадровый резерв	<ul style="list-style-type: none"> – расширение сферы деятельности, поручение ответственных заданий; – инструктаж, наставничество; – привлечение к участию в научных, образовательных мероприятиях вне рамок дополнительного профессионального образования (ДПО); – оценка результатов труда, обратная связь; – оценка мотивации
Образовательные и иные учреждения	<ul style="list-style-type: none"> – профессиональная переподготовка; – повышение квалификации; – организация и сопровождение стажировки

Так как профессиональное развитие гражданских служащих, включенных в кадровый резерв, не ограничивается прохождением дополнительного профессионального образования, представляется, что в индивидуальных планах профессионального развития лиц, включенных в кадровый резерв, должна содержаться следующая информация:

- общая информация о лице, включенном в кадровый резерв;
- краткосрочные и долгосрочные цели развития;
- задачи развития, решение которых приведет к достижению целей (необходимые знания, навыки, профессиональные качества и пр.);
- мероприятия, способствующие решению поставленных задач, включая участие в конференциях, семинарах, выполненные задания и поручения, самообучение и пр.;
- информация о прохождении образовательных программ профессиональной переподготовки, повышения квалификации и стажировки.

В подготовке индивидуального плана активное участие должны принимать как гражданские служащие, включенные в кадровый резерв, так и их руководители, и специалисты кадровых служб. Выявленные цели и корреспондирующие им задачи помогут правильно подобрать методы работы с гражданскими служащими, включенными в кадровый резерв.

Работа над проектом – комплексная форма для подготовки резервиста. Тема его проекта должна соотноситься как с его настоящим, так и с прогнозируемым видом деятельности. Кроме того, существует жесткое требование актуальности и практической значимости для органа власти. У проектанта должны быть наставник и приемная комиссия, перед которой он будет защищать проект как результат своей учебы. В рамках проектирования резервисту

приходится проходить самостоятельную теоретическую подготовку, овладевать внушительной информационной и практической базой, проявлять коммуникативные навыки, включать в работу других сотрудников в качестве помощников, подчиненных, экспертов и т. д. В процессе подготовки и защиты проекта резервисты проявляют в полной мере свою профессиональную компетентность, что позволяет ее оценить в критериях результата.

Вертикальная или горизонтальная ротация (как разновидность – внешняя стажировка) предполагает занятие управленческой или функциональной должности временно отсутствующего сотрудника и выполнение им всех должностных обязанностей, обозначенных в его должностном регламенте. Во время такой стажировки сотрудник получает опыт работы в руководящей или функциональной должности, навык выполнения новых обязанностей, решения задач и проблем в новом для себя должностном поле, что приводит к расширению опыта, появлению новых навыков, повышению квалификации, увеличению кругозора и возможных способов посмотреть на организацию деятельности структурного подразделения или органа власти в целом. Это сказывается и в появлении определенных положительных последствий для организации в целом: укреплению связей между подразделениями, росте инноваций и инициативы на местах, упрощении совместного решения перспективных и текущих производственных задач.

Работа с наставником (coaching, budding, shadowing) – форма передачи опыта, при которой сочетаются процесс обучения и решение реальных производственных проблем, передается опыт, неявные знания, традиции и работающие технологии. Кроме того, каждая сторона получает ощутимые плюсы: резервист в виде более осмысленного отношения к своему про-

фессиональному развитию, повышенного чувства ответственности, нового багажа компетенций, а наставник, в свою очередь, в виде уважения своего опыта, гордости за переданное мастерство, благодарности со стороны и ученика, и органа власти в целом. Также должна быть предусмотрена и форма материального поощрения за подобную деятельность.

Дополнительное профессиональное образование, которое осуществляется в виде профессиональной переподготовки, повышения квалификации и стажировки. Необходимость прохождения тех или иных курсов или программ должна быть обоснована самим резервистом. Если курсы или программы были выбраны правильно, то резервист становится субъектом инноваций и нового видения перспектив и причин проблем. Если же повышение квалификации было проведено формально, то резервист, скорее всего, повысил уровень своих общетеоретических знаний в сфере государственного управления. На сегодняшний день необходимо тесное взаимодействие органа власти – заказчика подобной подготовки – и субъекта, предоставляющего такую форму. Корпоративный заказ должен, на наш взгляд, содержать критерии эффективности обучающей программы, учет специфической практической ситуации органа власти, реальную форму образовательного консалтинга для данного органа через решение «студентом» в процессе обучения рабочей проблемы.

Каждая из перечисленных форм обучения и развития должна предусматривать оценочную процедуру и критерии результативности.

По окончании срока подготовки проводятся мероприятия по оценке резервистов по таким показателям, как выполнение индивидуального плана, выполнение плана отдельных мероприятий (стажировки, защиты проекта и т. д.), рабочие показатели, выработанные компетенции, обратная связь с наставником и т. д.

Заключительный этап – адаптация – является необходимым элементом управления кадровым резервом. Практика показывает, что период первичной адаптации на новом рабочем месте может занимать от одного месяца до полугода. Одной из основных задач является управление процессом адаптации, так как негативным последствием в данном случае выступает неполная трудовая отдача служащего, а иногда и недостаточно эффективные (или ошибочные) управленческие решения.

Продолжительность адаптации и ее результативность непосредственно зависят от следующих факторов:

- помощи, которую оказывает назначенному на должность служащему непосредственный руководитель;
- методической помощи со стороны кадровой службы государственного органа;
- поддержки со стороны возглавляемого коллектива.

Библиографический список

1. Вишневская А. В. Технология кадрового резервирования на государственной гражданской службе. // Научный вестник Уральской академии государственной службы. – 2008. – № 3 (4). – Электронная версия регулярного бумажного издания // <http://vestnik.uapa.ru/issue/2008/03/05/>
2. Учебно-методические пособие по вопросам создания и работы с кадровым резервом на федеральной государственной гражданской службе // <http://copy.yandex.net>
3. Фокин К. Б. Формирование кадрового резерва руководителей: основные подходы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 6. – С. 116-126.

A. V. Soroko*

**Soroko Andrei, PhD in Political science*

Administration Department of the Russian Federation Government, Moscow

elmitr@mail.ru

TECHNOLOGY OF FORMING AND RUNNING THE RESERVE OF MANAGEMENT PERSONNEL FOR CIVIL SERVICE

Key words: personnel reserve, management personnel reserve, public authorities, civil service, civil service positions.

The author has defined methodological aspects of formation and use of management personnel reserve for public authorities.

© Сороко А. В., 2011

4.

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

УДК 33

М. Ю. Лысова*

*Лысова Марина Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ НРАВСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: нравственная экономика, кризис, социальная ответственность бизнеса, экологическая культура, нравственно-экономическая норма, элементы концепции нравственной экономики.

Рассматриваются проявления системного кризиса, обосновывается необходимость перехода к нравственной экономике, дается краткая характеристика ее элементов, таких как видение, миссия, цели, механизм реализации. Отмечается значение нравственно-экономических регуляторов взаимодействия экономики с окружающей средой в современных условиях.

Несмотря на докризисные экономические успехи, внутривнутриполитическую стабилизацию и другие позитивные тенденции, общее состояние современного российского общества выглядит очень тревожным [17, с. 1]. С одной стороны, считается, что Россия обладает мощным финансовым, сырьевым и промышленным потенциалом и достаточно интенсивно развивает экономику. Эксперты включили ее в группу крупных развивающихся стран (БРИК), которые по уровню ВВП быстро приближаются к экономически развитым странам. С другой стороны, в 2010 г. ВВП России составил всего 2,1% от мирового, по уровню жизни она находится на 65-м месте в мире [11], по уровню конкурентоспособности – на 49-м. При этом в качестве основных факторов, понижающих конкурентоспособность, эксперты называют низкий уровень диверсификации экономики и низкую эффективность государственного управления. Последняя значительно снизилась в минувшем году, в частности, по таким показателям, как простота ведения бизнеса, открытость рынка, налогообложение, административные барьеры [21].

Действительно, основными статьями экспорта, по данным Федеральной таможенной службы, являются газ и нефть (70%), первичные металлы (15%), круглый лес (10%) [7, с. 2]. Экономика России больна «голландской болезнью» – острой зависимостью от экспорта одного-двух видов сырья, который обеспечивает большую долю доходов государства, при этом удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах осуществляется за счет импор-

та, а собственное производство развивается слабо [13, с. 5]. Все это усугубляется катастрофическим старением основного производственного оборудования и инфраструктуры. Более 60% основных фондов российских предприятий отслужили допустимый срок, и их эксплуатация в любой момент может привести к техногенным катастрофам, подобным крупной аварии на Саяно-Шушенской ГЭС, в аэропорту Домодедово, в энергосистеме Подмосковья. К.э.н. Д. А. Фомин пишет: «По сути, сегодня все российское население... является заложником итогов двадцатилетнего разграбления страны, своей общественной пассивности и политического безразличия». По его убеждению, «...изменить сегодняшнюю ситуацию способно одно – катастрофа... которая затронет и потрясет все общество... Сегодняшнее российское общество и его элита не располагают никакими превентивными возможностями, и потому бескризисный сценарий развития будущего просто невозможен» [14, с. 108].

В постсоветской России построено авторитарное государство, выражающее интересы правящего класса, пишут экономисты Ю. Е. Швецов и О. А. Булаш. Если в СССР один чиновник приходился на 220 жителей, то в современной России – на каждые 100 россиян (не считая силовых органов, бизнес-структур, общественных и партийных организаций). Зарплата федеральных и региональных чиновников высокого ранга сопоставима с окладами их коллег в США. Эти оклады не учитывают взносов и «откатов», значительно превышающих

официальную зарплату [15, 13]. По индексу коррупции с 2002-го по 2010 год Россия переместилась с 71-го на 154-е место в мире [22], а общий объем коррупционного оборота в РФ оценивается экспертами Всемирного банка как 45% от ВВП [18].

Экономические и технологические проблемы усугубляются негативными демографическими и социальными процессами, что во многом объясняется социальным расслоением населения. В 2000-е годы доходы 10% наиболее обеспеченного населения росли в два раза быстрее, чем ВВП на душу населения, а доходы 10% наименее обеспеченного населения – в 20 раз медленнее. В результате реформ выиграли только 20% населения (9-я и 10-я децильные группы), группы со средними доходами так и не восстановили уровень благосостояния 1990г., а группы с низкими доходами остались за чертой абсолютной бедности [16, с. 3]. Количество долларовых миллиардеров в 2010 г. увеличилось с 62 до 101, а суммарное состояние 100 самых богатых граждан России – с 297 до 432 млрд долл. (35% от ВВП) [20]. Децильный коэффициент доходов населения, по официальным оценкам, составил в 2010 г. 16,7, однако ученые сходятся во мнении, что реальный децильный коэффициент значительно выше из-за систематического увода в тень доходов богатых россиян [13, с. 7].

Эконометрический анализ, проведенный ИСЭПН РАН, показывает, что социальная дифференциация населения оказывает обратное воздействие на экономическую и демографическую динамику. Снижение избыточного неравенства на 1% повысило бы темпы экономического роста на 5%, а инвестиций – на 6,2%. Основная проблема неравенства и бедности лежит не в плоскости недостатка ресурсов, а в механизмах их распределения и перераспределения. Основной путь корректировки распределительных механизмов директор ИСЭПН РАН д.э.н. А. Ю. Шевяков видит в перераспределении доходов в системе «налогообложение – социальные льготы». В странах с рыночной экономикой уже в течение длительного времени такая система применяется и признается наиболее важной частью механизма выравнивания материального положения различных доходных групп. Эффективность такого государственного регулирования А. Ю. Шевяков показывает на примере США: выравнивание распределения доходов при переходе от первоначальных рыночных к располагаемым доходам приводит к снижению децильного коэффициента в 4,5 раза и повышению доходов нижней группы почти в 5 раз [16, с. 4].

Однако возникает вопрос: достаточно ли в современных условиях ограничиться лишь экономическими механизмами распределения, пусть даже эффективными? Если да, то чем объяснить рост числа американцев, которые не могут себя прокормить? Зарубежные аналитики Г. Селенте и К. Мак Элрой приводят данные о количестве получающих продовольственные талоны, которое в послекризисном 2010 г. составило более 42 миллионов человек, или 14% всего населения. В совокупности с продолжающимся ростом цен авторы рассматривают эти факты как симптомы, позволяющие прогнозировать в ближайшее время голодные бунты в США [2].

На Всемирном экономическом форуме в Давосе даже лидеры мировой политики и предпринимательской элиты говорили о том, что кризис стал следствием алчности, жадности, безответственности, акулей логики ведущих банкиров, предпринимателей, инвесторов, финансистов и прочих лидеров современного неолиберального капитализма. А президент Франции Н. Саркози открыл 40-ю ежегодную встречу ВЭФ призывом перестроить капитализм и «создавать капитализм нравственный» [10].

Одной из особенностей современной ситуации является усиление планетарных последствий экономической деятельности. Если в середине 70-х годов о социальной ответственности бизнеса заставлял говорить сырьевой и энергетический кризис, то сейчас это экологический коллапс, который проявляется в том, что в течение определенного времени глобальная окружающая среда деградирует с экспоненциальной скоростью. Нашу экономическую систему можно сравнить с Пакманом (персонаж компьютерной игры), который уплетает все, что видит, до тех пор, пока игра не закончится. Индустриально-химическое сельское хозяйство, чрезмерная ловля рыбы в океане, разлив нефти в Мексиканском заливе, добыча ископаемых, загрязнение воды и т. д. уничтожают почву, воду и живую природу в промышленных масштабах. Появляется всё больше доказательств того, что человеческая деятельность, связанная с промышленным разрывом пластов при помощи газа, может привести к усилению сейсмоактивности. Экстремальные погодные условия способствуют резкому росту цен на продукты питания, что быстро может перерасти в глобальный продовольственный кризис [1].

По мнению профессора А. М. Миняйло, существует множество свидетельств того, что цивилизация находится в глубоком кризисе, который характеризуется системным характером и широтой охвата. Первопричиной его является кризис духовный, нравственный [6, с. 1].

Однако, как подчеркивает д.э.н. Е. В. Пилипенко, в рамках существующих концепций «экономического детерминизма» и «рыночного фундаментализма» объяснить решающую роль нравственности в организации экономической жизни и достижения экономической эффективности невозможно – обе эти «концепции» просто не предусматривают нравственности ни в каком качестве. Однако вызвано это не ущербностью или экономической неприменимостью категории «нравственность», а искусственностью самих этих «концепций», отражающих не объективные законы существования и развития человека, общества и экономики, а степень некомпетентности и аморальности самих их создателей [8, с. 13].

При этом в силу объективных законов деятельности любой подсистемы общества (в том числе и экономической) может быть организована только на основаниях нравственности. Иные способы организации, как показывает практика, приводят к разрушению человека как личности и общества как системы. Об этом говорит и академик Д. С. Львов: «Экономическая наука... не обладала и никогда не будет обладать секретом построения эффективной экономической системы на основах иных, чем на началах духовного и нравственного развития общества» [4].

С другой стороны, кризис может быть рассмотрен как переломный момент и процесс передачи исчерпывающего свой ресурс типа хозяйствования общества к зарождающемуся обществу с новым укладом жизни, более высокой степенью духовности, и адекватно отвечающей данному обществу духовно-нравственной экономике [6, с. 1].

Что же такое нравственная экономика? Она является новым типом хозяйствования человека и общества, живущего по духовным (нравственным) законам. Исследования в области нравственной экономики в России еще только зарождаются. Их результаты освещены в работах В. М. Симчеры, Д. С. Львова, А. М. Миняйло, С. Ю. Глазьева и др.

«Нравственная экономика», отмечает д.э.н. А. Блинов, – это вызов доминирующей в настоящее время в ведущих странах мира неолиберальной экономической теории. В России аморальная политика «шоковой терапии» перевела моральные категории в сферу экономики. Речь идет не о пересмотре предметного содержания экономической науки, а, напротив, о возвращении на новом этапе к утраченным нравственным позициям. Экономическая теория первоначально, на стадии своего научного формирования, рассматривалась как нравственная категория. Для русской философии хо-

зяйствования идеал нравственной экономики носил нормативный характер [19, с. 10].

Основываясь на положениях А. М. Миняйло, можно выделить основные моменты, характеризующие нравственную экономику. Во-первых, экономика, в том числе нравственная, не является главенствующей в преодолении кризиса. Она является только средством в духовном возрастании и спасении человека. Во-вторых, социально-экономические процессы конца XX – начала XXI века в странах мирового сообщества показали, что без радикального изменения типа хозяйствования нравственную экономику в преобладающем большинстве стран мира не удастся создать. В-третьих, для перехода к нравственной мировой экономике необходимо мобилизовать все имеющиеся мировые ресурсы – природные, финансовые, людские, интеллектуальные, информационные и духовные. Для перехода к нравственной экономике, ростки которой только начинают прорастать, потребуются новые люди. Необходимо вернуть в школу систему воспитания, основанную на фундаментальных духовных ценностях. В-четвертых, возникает необходимость радикального пересмотра базовых экономических категорий, присущих ныне существующей рыночной экономике. Такие категории, как труд, богатство, недра, человеческие ресурсы, коллективность организации, конкуренция, будут существенно пересмотрены [6, с. 1, 2].

Свой путь должны пройти все институты общества в тесном взаимодействии: общественные организации, бизнес и деловые организации, органы власти. Властям всех уровней предстоит законодательно закрепить новые нормы и создать условия для их неукоснительного соблюдения, а гражданскому обществу предстоит научиться контролировать власть. Свою роль в формировании нравственной экономики, духовном возрождении общества предстоит сыграть средства массовой информации в силу их мощного воздействия на общественное сознание. Они должны развивать у людей уверенность в себе, в свои способности и возможности [19, с. 11, 12].

Анализируя публикации по вопросам нравственной экономики, можно заметить, что в большинстве из них [6, 8, 9] в противовес концепциям «экономического детерминизма» и «рыночного фундаментализма» формируется подход, который можно назвать «духовным детерминизмом» и «идеалистическим фундаментализмом». На наш взгляд, было бы неплодотворным склоняться к любому из односторонних подходов. Поэтому представляют интерес исследования, в которых социальная ориентированность сочетается с науч-

но-экономической методологией. К ним можно отнести, в частности, работы Д. С. Львова, а также исследования ИСЭПН РАН.

Результаты этих исследований свидетельствуют, что среднестатистические показатели не только не дают реального представления о существе и глубине социальных проблем, но скорее дезориентируют. Это касается прежде всего учета реального распределения доходов населения в рамках балансовых ограничений, обусловленных уровнем продуктивности российской экономики и недооценкой в связи с этим проблемы деформации распределительных отношений и продолжающегося углубляться социально-экономического неравенства. Определяя уровень бедности на основе прожиточного минимума, правительство связывает снижение ее масштабов только с повышением МРОТ, зарплаты бюджетникам, пенсий и других пособий. Это требует значительных ресурсов, что таит в себе опасность инфляции. Радикального снижения бедности при таком подходе ожидать не приходится: лишь 12-15% выделяемых на эти цели ресурсов попадает к действительно бедным, а инфляция и существующие распределительные механизмы фактически сводят результат к нулю [16, с. 3].

Рассматривая структуру доходов различных групп населения, А. Ю. Шевяков делает вывод, что основой благосостояния двух самых богатых групп является не заработная плата, а другие «рентные» доходы, концентрация которых и является основным фактором неравенства в РФ. Кроме того, с учетом ЕСН налоговая нагрузка на доходы трудящихся составляет 47%, а тех, кто живет на дивиденды, банковский процент или с аренды собственности – 0 – 6 – 13%. Сравнение кривой распределения доходов в России и в Европе показывает, что для ее приведения к европейскому стандарту необходимо ограничение роста доходов только в двух последних децилях (8–9% от всего объема доходов). Основываясь на результатах эконометрического анализа, автор показывает, что введение и постепенное ужесточение до 2025 г. прогрессивной шкалы налогообложения при эффективном отслеживании «рентных» доходов позволит повысить доходы бедных в 2–3 раза, снизить децильный коэффициент до 7–10, уменьшить неравенство, абсолютные и относительные показатели бедности [16, с. 9].

Рассматривая предполагаемые механизмы реализации концепции нравственной экономики, наряду с экономическими инструментами нельзя обойти вниманием такие понятия, как «социальная ответственность бизнеса», «экологическая культура», «нравственно-экономические регуляторы».

Для успешного функционирования организация должна уметь принимать компромиссные решения и откликаться на проблемы, возникающие в социальной среде, чтобы сделать эту среду для себя более благоприятной. Следует согласиться с Н. А. Савельевой, что такой баланс между стремлением к прибыли и социальной ответственностью, составленный в пользу организации, столь же полезен и обществу [12, с. 127].

Очевидно, что для выживания в новых условиях необходима также экологическая культура – форма взаимоотношения человека с окружающей природой к социокультурной средой, в рамках которой обеспечивается адаптация человека (и социума), а также результатов их деятельности к естественной среде обитания [3, с. 95]. Экологическая культура – искомая коэволюция человека, социума и биосферы, когда «социальное» не противостоит, а дополняет «природное». Если традиционная культура западного типа – «неуклонно возводимая стена» между человеком и его природным окружением, то формирующаяся экологическая культура – своеобразный «мост» между человеком, социумом и биосферой.

Э. Ф. Лось рассматривает основные элементы экологической культуры, из которых мы считаем необходимым выделить прежде всего экологическую этику и рационализацию потребностей. Этическое отношение к природе («не навреди») создает предпосылки для реализации идеи, в соответствии с которой сохранение целостности биосферы рассматривается как цель цивилизационного развития. Что касается стереотипов максимизации потребностей, то они входят в противоречие с экологическими представлениями. Позитивные перспективы социума связаны с выходом на уровень не максимизации, а оптимизации потребностей. Это означает определенную ограниченность (в пределах рациональных норм) материальных потребностей человека и социума [3, с. 95].

Л. И. Макарова подчеркивает, что собственно экономические нормы не учитывают биосферного характера хозяйственной деятельности человека как геологической силы и потому не позволяют обеспечить функционирование современной экономики на безопасной основе. Не прошедшие нравственной экспертизы собственно экономические нормы приводят к нарастанию энтропии – хаоса экономической системы. Отличительной особенностью нравственных норм, рассматриваемых как экономическая категория, является сфера их распространения, ограниченная общественным воспроизводством. Эти нормы могут быть определены как нравственно-экономические.

Нравственно-экономические нормы призваны реализовать наиболее оптимальным образом интересы всех экономических субъектов. В отличие от технико- и социально-экономических норм они должны воздействовать на всю систему экономических отношений, обеспечивая построение ее на основе следования биосферному опыту, придавая смысл ее функционированию. В противном случае, как бы эффективно ни были разработаны собственно экономические нормы, строящиеся на их основе экономические отношения, в конечном счете, могут привести и фактически приводят к созданию такой экономической системы, которая направлена на удовлетворение потребностей, разрушающих человека, его организм, личность, коллективы людей, общество в целом.

При этом наряду с внутренней нравственно-экономической нормой как способом согласования интересов субъектов экономики существует внешняя нравственно-экономическая норма, регулирующая взаимодействие экономики с окружающей средой. Объективная необходимость выделения внешней нравственно-экономической нормы как регулятора взаимодействия экономики с окружающей средой обусловлена переходом человечества в XX веке от вещественной («малозергетической») эпохи-цивилизации к энергетической («высокоэнергетической») эпохе-цивилизации, которая характеризуется энергетическим скачком в мирохозяйствовании человечества от десяти в третьей до десяти в десятой-двенадцатой степени. Обязательность следования внешней нравственно-экономической норме вызвана наступлением пределов гармонизирующих способностей биосферы к самовосстановлению. Противоречия между внутренней и внешней нравственно-экономическими нормами имеет своим следствием экологический кризис. Цель внутренней нравственно-экономической нормы, отмечает Л. И. Макарова, – бесконфликтное взаимодействие экономических субъектов внутри социально-экономической системы. Цель внешней социально-экономической нормы – «бесконфликтное» взаимодействие экономики и окружающей среды [5, с. 97].

Соглашаясь, по сути, с автором, считаем нужным вести речь не о «бесконфликтном», а о гармоничном взаимодействии, поскольку без конфликтов нет развития.

Таким образом, в рамках экологической культуры и с помощью нравственно-экономических регуляторов формируется биосферный тип личности [3, с. 95], который при решении своих целевых установок исходит из баланса экономических и социокультурных ценностей.

Тем самым создаются реальные основания для функционирования мировой цивилизации устойчивого типа, ориентированной на сравнительно неограниченные пространственно-временные исторические перспективы.

В рамках приведенного обзора мнений мы рассмотрели лишь некоторые аспекты нравственно-экономических отношений. Целостная концепция нравственной экономики еще не сформирована. Попытаемся сформулировать свое понимание элементов, которые могут составлять основу указанной концепции.

Диалектическое видение концепции нравственной экономики, на наш взгляд, должно основываться на учете как экономических, так и нравственных детерминант развития в их взаимном влиянии. Односторонняя трактовка – узкоматериалистическая либо духовно-идеалистическая – представляется заведомо неплодотворной, что равносильно самоустранению от решения проблемы. При этом исходная предпосылка мирового единства, которая признается обеими сторонами, объективно обуславливает приоритет критерия нравственности.

Миссия рассматриваемой концепции, на наш взгляд, заключается в обеспечении фундаментальной научной базы для **выживания** и развития не только экономической системы, но и всей современной цивилизации.

Цели концепции нравственной экономики могут иметь научное и практическое измерение.

Во-первых, это формирование мировоззрения, основанного на понимании места экономической системы в единой социо-, био- и геосфере, а также закономерностей и последствий их взаимодействия в современных условиях.

Во-вторых, обоснование подходов и принципов функционирования нравственной экономики на всех уровнях – от микроэкономического до глобального.

В-третьих, оптимизация параметров качества жизни населения в результате реализации концепции нравственной экономики.

Что касается механизма реализации указанной концепции, то он, по нашему мнению, должен иметь комплексный характер и включать совокупность взаимосвязанных инструментов – экономических, политико-правовых, социально-психологических, этических, информациологических. В частности, социально-экономическая проблема дифференциации доходов может решаться с помощью системы мер экономико-правового характера, таких как совершенствование налогообложения доходов, упорядочение деятельности оффшорных компаний, контроль над вывозом капитала, введение декларации о расходах, бюджетное регулирование и др.

Проблемы правового регулирования экономики в определенной степени связаны с односторонней материалистической трактовкой нормы права как способа юридического закрепления сложившихся отношений. Из подобного подхода следует, что если воровство и коррупция широко распространены в обществе, то их необходимо законодательно разрешить. Очевидно, что правовое регулирование экономической среды должно строиться не только на базе производственных отношений, но и в равной степени на нравственных нормах.

Проблема распределения финансовых средств и политических усилий во многом зависит от социально-психологических факторов – мировоз-

зрения и мотивации субъектов управления экономическими системами, ценностных ориентиров и информированности населения, а также от наличия обратной связи между субъектами управления и населением.

Таким образом, для формирования и реализации концепции нравственной экономики необходимо прежде всего ставить и широко обсуждать связанные с ней вопросы как в обществе, так и в научных кругах. От представителей экономической науки требуется преодолеть односторонний подход к пониманию закономерностей современного развития. В противном случае указанные проблемы будут решаться без их участия, т. е. стихийно, через механизмы кризисов.

Библиографический список

1. Глобальные изменения, которые могут привести к гибели цивилизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru-fenomen/livejournal/com/215569>
2. Голодные бунты в Америке? В ближайшие полтора года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magov.net/blog/4840/html>
3. Лось Э. Ф. Экологическое измерение развития как сочетание экономизма и гуманизма // Нравственность и экономика : сб. науч. тр. всерос. науч.-практ. конф. с международ. участием / Курганский филиал ИЭ УрО РАН. – Курган, 2010. – Т. 1. – 158 с.
4. Львов Д. С. Экономика развития. – М. : Экзамен, 2002. – 512 с.
5. Макарова Н. И. Нравственно-экономическая норма как регулятор взаимодействия экономики с окружающей средой // Нравственность и экономика : сб. науч. тр. всерос. науч.-практ. конф. с международ. участием / Курганский филиал ИЭ УрО РАН. – Курган, 2010. – Т. 1. – 158 с.
6. Миняйло А. М. Духовно-нравственная экономика – новый тип хозяйствования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delorus.com/medialibrary/detail.php?ID=1840>
7. Население России. Статистика, факты, комментарии, прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gf-agency.ru/acn/stat_ru.
8. Пилипенко Е. В. Нравственность в экономической жизни общества // Нравственность и экономика : сб. науч. тр. всерос. науч.-практ. конф. с международ. участием / Курганский филиал ИЭ УрО РАН. – Курган, 2010. – Т. 1. – 158 с.
9. Примирение экономики и нравственности: объективная необходимость и реальные возможности // Столетие. Интернет-газета. – Режим доступа: <http://www.stoletie.ru/>
10. Пушков А. Химера нравственного капитализма // Аргументы и факты. – 2009. – № 9 (147).
11. Рейтинг стран мира по уровню жизни (опубликованный доклад ООН о человеческом развитии в 2010 г.). – Режим доступа: <http://www.go-woldwide.ru/rating/html/>
12. Савельева Н. А. Проблемы социальной ответственности бизнеса // Нравственность и экономика : сб. науч. тр. всерос. науч.-практ. конф. с международ. участием / Курганский филиал ИЭ УрО РАН. – Курган, 2010. – Т. 1. – 158 с.
13. Соболев Ю. Не в бровь, а в глаз! Комментарии: Дневники на КП. – Режим доступа: <http://blog.kp.ru/users/wluds/post154913361/>
14. Фомин Д. А. Коммунальная антропология // ЭКО. – 2010. – № 12.
15. Швецов Ю. Е., Булаш О. А. Государство как частная собственность бюрократии // ЭКО. – 2009. – № 11.
16. Шевяков А. Ю. Кризис и социальная политика. – Режим доступа: <http://www.dvforum.ru/doklads/Shevyakov.pdf/>
17. Юревич А. В., Ушаков Д. В. Нравственность в современной России // Психологические исследования: электронный научный журнал. – 2009. – № 1 (3). <http://psystudy.ru>
18. <http://www.коррупция.рф/?p=150>
19. http://www.baltic-course.com/rus/opinion/?doc=13101&ins_print
20. <http://www.gazeta.ru/financial/2011/04/15/3585221.shtml>.
21. http://www.gt.market.ru>ratings/rating_counties-gdp/rating/
22. http://www/profi-forex.org/news/entry_1008057175.html

M. Yu. Lysova*

**Lysova Marina, PhD in Economics, Associate Professor of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

NECESSITY OF FORMING THE CONCEPT OF MORAL ECONOMICS

Key words: moral economics, crisis, social business responsibility, ecological culture, moral and economic norm, elements of moral economics concept.

The article considers certain manifestations of system crisis, the necessity of transition to moral economy. The author provides a brief description of its elements, such as vision, mission, goals and implementation mechanism. The work underlines the importance of moral and economic regulations of economic interaction with the environment in modern conditions.

© Лысова М. Ю., 2011

Е. В. Романеева*

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

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ДЕТСКИХ ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНЫХ ТОВАРОВ

Ключевые слова: проблемы качества и безопасности, потребительское качество, биологическая и химическая безопасность детской одежды, гигиеническая безопасность.

Рассмотрены безопасность детской одежды с позиции потребителя, а также безопасность с позиции производственных предприятий и предприятий торговли на основе санитарных норм и требований, технического регламента и сертификатов качества.

В процессе формирования экономической политики деятельность предприятий совершается вокруг товара. Успешной деятельности предприятий на рынке способствует знание средств повышения конкурентоспособности, включая вопросы повышения качества и безопасности товаров.

Принципиальная особенность проблемы качества и безопасности продукции – ее широкий межотраслевой характер, так как качество конечной продукции обеспечивают десятки и сотни предприятий различных отраслей.

Качество одежды, как и любого другого товара, характеризуется совокупностью свойств, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Определяемое как характеристика одежды качество включает комплекс различных ее свойств, проявляющихся в процессе потребления и характеризующих полезность одежды [5].

В качестве важнейшей характеристики товара безопасность является гарантом его безвредности для человека в процессе использования. При этом безопасность рассматривается как потребительское свойство, обеспечивающее защиту как человека, так и среды его обитания от вредных и токсичных воздействий товара при его потреблении, хранении, транспортировке и утилизации.

Оценивая безопасность товара в целом, следует учитывать возможность причинения им травм (механических, тепловых, химических и др.), вероятность выделения веществ, вредных для человека и окружающей среды (канцерогенных, токсичных и др.), а также наличие опасных физических воздействий (звуковых, световых, радиационных и др.).

В Федеральном законе «О техническом регулировании» безопасность населения и окружающей среды объединены в безопасность для

жизни, здоровья потребителей, животных и растений, для имущества юридических и физических лиц. В ст. 2 ФЗ «О техническом регулировании» приводится следующее определение безопасности товаров: безопасность – состояние, при котором риск вреда или ущерба ограничен допустимым уровнем. Это отсутствие риска для жизни, здоровья при эксплуатации товаров. Безопасность товаров относится к обязательным требованиям и должна регламентироваться техническими регламентами. Превышение допустимого уровня показателей безопасности переводит продукцию в категорию опасной.

Обеспечение биологической и химической безопасности современной одежды является одной из актуальных задач, стоящих перед изготовителями. Создавая пододежный микроклимат, одежда существенно снижает теплопотери организма, способствует сохранению постоянства температуры тела, облегчает терморегуляторную функцию кожи, обеспечивает процессы газообмена через кожные покровы. Особую актуальность проблема безопасности одежды приобретает в отношении детского населения в связи с незавершенностью процессов роста и развития, повышенной чувствительностью растущего организма к действию внешних факторов. Тем более что действие неблагоприятных биологических и химических факторов, в том числе обусловленных использованием товаров детского ассортимента, осуществляется на фоне устойчивых негативных тенденций в состоянии здоровья детей.

Так, за последние пять лет показатели заболеваемости среди детей до 14 лет выросли на 19,2%, среди подростков – на 20,2%. Значительно (на 15%) увеличилась распространенность аллергических заболеваний у детей.

Проведенные в НИИ гигиены и охраны здоровья детей и подростков НИЦЗД РАМН сани-

тарно-химические исследования образцов детской одежды различного функционального назначения выявили в 17,8% образцов превышение миграции вредных веществ.

Все вышесказанное определяет необходимость оценки и нормирования веществ, входящих в состав изделий, с которыми контактирует ребенок.

Требования по безопасности в отношении одежды нормируются согласно положениям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.4.7./1.1.1286-03 «Гигиенические требования к одежде для детей, подростков и взрослых».

Степень безопасности изделий определяется гигиенической классификацией, где основными классифицирующими элементами являются площадь непосредственного контакта с кожей, возраст пользователя и продолжительность непрерывной носки.

Согласно СанПиН изделия в зависимости от значения классифицирующего показателя безопасности подразделяются на 4 класса. Одежда для детей, подростков и взрослых в зависимости от класса должна соответствовать гигиеническим требованиям по органолептическим, физико-гигиеническим, санитарно-химическим и токсиколого-гигиеническим показателям, которые определены настоящими санитарными правилами.

Учитывая существенные расхождения в подходах нормирования содержания свободного формальдегида согласно СанПиН 2.4.7./1.1.1286-03 (в мг/л) и стандартам (ГОСТы 50729-95 и 25294-2003; «ЭКО-ТЕКС 100» (измерение по массе в мкг/г), а также широкое распространение и высокую степень миграции формальдегида в модельные среды из тканей, целесообразно провести обзор токсикологического эксперимента на животных для обоснования возможности применения показателей безопасности, установленных в отечественных и зарубежных нормативных документах, с целью гармонизации в них требований безопасности [4]. Исследования проводились на половозрелых крысах, возраст которых при экстраполяции на человека соответствовал 8-10 годам жизни ребенка.

Для оценки безопасности нормативов был произведен подбор образцов швейнотрикотажных изделий, изготовленных из современных полотен, для детей и подростков разного возраста, имеющих различный вес и площадь контакта с кожными покровами ребенка. Исходя из реальной химической нагрузки, учитывающей площадь контакта изделия с кожными покровами ребенка, вес образца и выбранных для исследования безопасных уров-

ней воздействия (20 мкг/г, 75 мкг/г и 150 мкг/г, 750 мкг/г ткани), были рассчитаны дозы формальдегида для нанесения на кожу неполовозрелых крыс в условиях проводимого эксперимента (в течение двух недель). Изучались динамика прироста массы тела, параметры нервной системы, системы крови, функции печени, почек, проводилась оценка состояния иммунной системы в зависимости от выбранных уровней воздействия формальдегида.

Результаты исследования показали, что для 1-го слоя одежды содержание формальдегида 20-75 мкг/г не вызывало изменений со стороны контролируемых показателей; содержание формальдегида в размере 150 мкг/г вызывало снижение показателей, характеризующих состояния ЦНС испытуемых; содержание формальдегида в размере 750 мкг/г вызывало отрицательное нейро- и гематотоксическое воздействие на исследуемый организм.

В ходе проведенных испытаний было доказано, что при накожном нанесении большое значение имеет площадь контакта с кожными покровами, что позволяет увеличить показатель безопасного уровня содержания формальдегида для одежды 2 и 3 слоев по сравнению с 1-м слоем.

Результаты проведенных исследований позволили установить требования безопасности к детской одежде в Техническом регламенте «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» (ТР). Указанный нормативный документ устанавливает требования биологической и химической безопасности, предъявляемые к детской одежде в соответствии с ее функциональным назначением, площадью контакта с кожей и возрастом пользователя.

Кроме того, биологическая безопасность детской одежды и изделий из текстильных и трикотажных полотен обеспечивается соответствием физико-гигиенических свойств (гигроскопичность, воздухопроницаемость) установленным требованиям.

Гигроскопичность ткани и полотна характеризует их способность поглощать и удерживать при определенных условиях водяные пары из окружающего воздуха.

Воздухопроницаемость тканей и полотен, т. е. степень их проходимости для воздуха, в значительной мере определяет пригодность их использования для изготовления того или иного вида одежды. Выражается она количеством воздуха (в дм^3), проходящего в единицу времени (сек) через единицу поверхности ткани (1 м^2) при определенном давлении ($h = 5 \text{ мм рт. ст.}$).

Физико-гигиенические свойства одежды, оказывающие влияние на терморегуляторную систему, особенно важны для детей в связи с

тем, что в детском возрасте механизмы терморегуляции несовершенны, переохлаждение и перегревание организма могут привести к нарушениям в состоянии здоровья детей. Также необходимо учитывать, что дети отличаются большой двигательной активностью, при которой уровень теплопродукции возрастает в 2-4 раза. Кроме того, кожное дыхание у ребенка имеет больший удельный вес в обменных процессах организма, чем у взрослого.

Изучение процессов терморегуляции в условиях опытной носки образцов тканей с различными сочетаниями значений гигроскопичности и воздухопроницаемости – при среднем значении воздухопроницаемости и низком значении гигроскопичности, а также при низком значении воздухопроницаемости и среднем значении гигроскопичности – показало, что воздухопроницаемость является наиболее важным физико-гигиеническим показателем.

Химическая безопасность детской одежды определяется превышением предельно допустимых концентраций веществ, которые во время использования изделий могут вызывать негативные отклонения в состоянии здоровья пользователя. Выделяющиеся вещества при ингаляционном поступлении, резорбции через кожные покровы могут стать причиной неблагоприятного воздействия на организм ребенка (аллергенного, канцерогенного, токсического и др.).

Все многообразие химических веществ, используемых в промышленности для изготовления детской одежды, можно разделить на две группы. В состав первой входят вещества, из которых изготавливают химические волокна, ко второй группе относятся текстильно-вспомогательные вещества (ТВВ).

В Техническом регламенте в зависимости от химического состава материала контролируется содержание 17 наиболее вредных химических веществ, таких как акрилонитрил, капролактамы, диметилтерефталат и др.

Текстильно-вспомогательные вещества представляют собой комплекс химических соединений, относящихся по токсичности к разным классам опасности, и могут быть источником вредного воздействия на организм ребенка, обусловленного миграцией токсических соединений.

Основным компонентом большинства ТВВ является формальдегид, который относится к

классу высокоопасных веществ и обладает общетоксическим, раздражающим, аллергенным, канцерогенным действием и при накоплении вызывает поражение ЦНС, легких, печени. Необходимо строго контролировать содержание свободного формальдегида в продукции для детей.

Все показатели биологической и химической безопасности, установленные в Техническом регламенте «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков», не являются нововведенными в действие. В настоящее время они используются при оценке безопасности детской одежды и считаются актуализированными, гармонизированными и скорректированными в соответствии с международными стандартами оценки безопасности детской одежды.

Основным критерием результативности управления качеством продукции является степень удовлетворенности потребителя приобретенным товаром и соответствующим информационным обеспечением.

В рамках осуществления комплексной оценки качества детских швейно-трикотажных изделий, реализуемых торговым предприятием ЗАО «Василиса» г. о. Тольятти, было проведено социологическое исследование, целью которого стало выявление критериев выбора детских швейно-трикотажных изделий и определение приоритетных показателей качества потребителей в процессе совершения покупки. Исследование проводилось с использованием метода анкетирования родителей младших и средних групп дошкольных учреждений г. о. Тольятти.

Ответы на один из вопросов анкеты – о параметрах детских швейно-трикотажных изделий, являющихся приоритетными при совершении покупки – качество, безопасность, цена, внешний вид, цвет, позволили установить, что для 57% опрошенных респондентов главными параметрами детской одежды являются цена и внешний вид; для 15% – цвет и внешний вид; 14% респондентов считают, что для принятия решения о покупке необходимо руководствоваться оценкой всех указанных параметров изделия, и только 14% опрошенных родителей указали, что для них приоритетным показателем является состав волокон полотна, используемого для изготовления детского изделия (рис. 1).

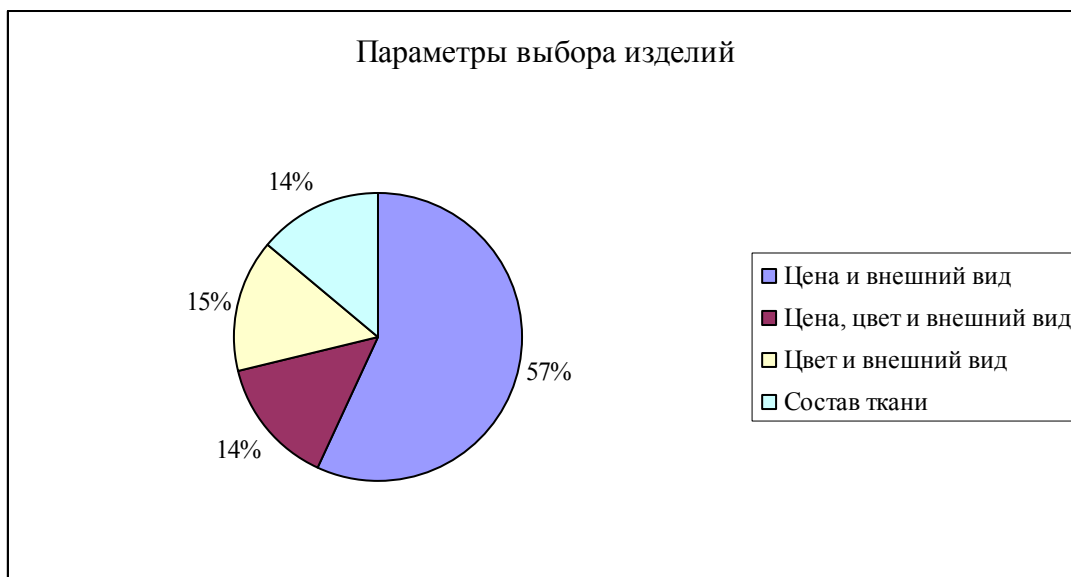


Рис. 1. Процентное соотношение количества респондентов, различающих приоритетные параметры выбора детских трикотажных изделий

Единственно возможным способом определения соответствия показателей безопасности детских изделий нормам ГОСТ Р и СанПиН, доступным для потребителей, является изучение сертификатов соответствия на продукцию, предоставление которых входит в компетенцию лиц, осуществляющих розничную продажу изделий. В анкете, предлагаемой вниманию потребителей в рамках исследования качества детских швейно-трикотажных изделий, был вопрос о систематичности возникновения требований в предъявлении сертификатов соответ-

вия при совершении покупки детских изделий. Результаты опроса показали, что 43% респондентов при совершении покупки не требуют у продавца предъявить сертификат соответствия качества продукции нормам ГОСТ Р и СанПиН; 29% опрошенных родителей в редких случаях требуют предъявления указанного документа; 14% респондентов либо не знают, что данное требование является правомерным при покупке детских изделий, либо обращаются с возникающими вопросами по данной теме к продавцу (рис. 2).



Рис. 2. Процентное соотношение количества респондентов, различающихся во мнении о необходимости изучения сертификата соответствия

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что с точки зрения нормативной базы производство и реализация безопасной детской одежды можно считать обеспеченным при условии соблюдения всех требований изготовителями указанной продукции. Главным в вопросе обеспечения безопасности жизни и здоровья ребенка при контакте с теми или иными предметами одежды является понимание необходимости установления уровня безопасности

детского изделия родителями и использование для этого всех доступных средств.

Таким образом, можно сделать вывод, что процесс сертификации продукции связывает деятельность предприятий различных отраслевых групп и торговых предприятий вследствие того, что для последних сертификат соответствия является гарантом качества реализуемой продукции, тем самым обеспечивая достойную репутацию среди потребителей.

Библиографический список

1. Закон «О техническом регулировании» : в ред. Федерального закона от 25 октября 2007 г. № 184-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://ozpp.ru/laws/zpp.php>
2. СанПиН 2.4.7./1.1.1286-03 «Гигиенические требования к одежде для детей, подростков и взрослых».
3. Технический регламент «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков. – Введ. 2009-04-29. – М. : Межгосударственный стандарт, 2009. – 25 с.
4. Разумев К. Э. Требования к биологической и химической безопасности детских швейно-трикотажных изделий // Швейная промышленность. – 2010. – № 4. – 48 с.
5. Шепелев А. Ф. Товароведение и экспертиза текстильных и швейно-трикотажных товаров : учеб. пособие / А. Ф. Шепелев, И. А. Печенежская, А. С. Туров. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 480 с.

E. V. Romaneeva*

**Romaneeva Elena, PhD in Economics, Associate Professor of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

QUALITY AND SAFETY ISSUES OF CHILDREN'S GARMENT AND KNITWEAR

Key words: quality and safety issues, consumer quality, biological and chemical safety of children's clothes, hygienic safety.

The article considers the safety issues of children's clothes from the consumer position, as well as clothes security from the position of manufacturing and trading enterprises. The study is based on health standards and requirements, technical regulations and quality certificates.

© Романеева Е. В., 2011

КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

УДК 333

А. В. Полупенко***Полупенко Артем Васильевич, аспирант**Московский институт государственного и корпоративного управления, г. Москва*

Brandmaster4@mail.ru

РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА
НА ПРЕДПРИЯТИИ*Ключевые слова: ИТ-аутсорсинг, экономическая эффективность, точка безубыточности.*

Представлена методика оценки экономической эффективности внедрения ИТ-аутсорсинга на предприятии. Рассмотрен анализ точки безубыточности с позиций каждого участника аутсорсингового проекта. Изложенные положения полностью применимы под современные планово-экономические методы.

Целью внедряемых инновационных методов является возникновение положительного экономического эффекта. Он выражается в снижении себестоимости производимого товара, повышении объема производства, повышении прибыли компании. Одним из инновационных методов является ИТ-аутсорсинг.

После принятия решения об аутсорсинге вопрос о выборе поставщика непременно возникает перед потенциальным заказчиком. Встает проблема оценки рентабельности потенциального проекта. Поэтому целесообразно произвести расчет эффективности внедрения ИТ-аутсорсинга на предприятии с учетом параметров цены и условий контракта с потенциальным поставщиком.

Решение эффективности выбора потенциального ИТ-аутсорсера (внешнего, внутреннего поставщика услуг либо сочетание мультисорсинга) можно оценить в следующей макроэкономической модели:

$$\text{Out} = \alpha + \beta_1 \ln(R\&D/Q) + \beta_2 \ln Q + \beta_3 \ln(K/L) + \beta_4 \text{Net} + \beta_5 \text{FDI} + \gamma \text{IND} + u, \quad (1)$$

где Out – стоимость аутсорсинговой услуги;

R&D/Q – соотношение затрат на НИОКР к обороту фирмы;

K/L – соотношение капитал-труд;

Net – затраты фирмы на компьютерную сеть;

FDI – прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в зарубежную фирму;

IND – внутренние прямые инвестиции в фирму страны заказчика;

u – параметр распределения;

$\alpha, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \gamma$ – коэффициенты факторной эластичности.

Прирост годовой прибыли от введения инновационных аутсорсинговых методов на предприятии $\Delta\Pi$ определяется по формуле [2]:

$$\Delta\Pi = \sum_{i=1}^m (C_{oni} - C_{ni}) \times N_{nli} - \sum_{i=1}^m (C_{o\sigma i} - C_{\sigma i}) \times N_{\sigma i}, \quad (2)$$

где m – номенклатура новой или повышенного качества продукции после внедрения ИТ-аутсорсинга, запланированной к выпуску в планируемом году;

$C_{oni} (C_{o\sigma i})$ – оптовые цены на продукцию в плановом (после внедрения ИТ-аутсорсинга) и в базисном году, руб.;

$C_{\sigma i} (C_{ni})$ – полная себестоимость единицы продукции в плановом (после внедрения ИТ-аутсорсинга) и в базисном году, руб.;

$N_{nli} (N_{\sigma i})$ – объем производства i -го вида продукции в плановом (после внедрения ИТ-аутсорсинга) и в базисном году, шт.

Изменение номенклатуры продукции или ее трудоемкости, вызванное внедрением ИТ-аутсорсинга на предприятии, приводит к изменению трудоемкости и производительности труда:

$$q_m = 1 - \frac{N_{nl} \sum_{i=1}^m t_{\sigma i} N_{\sigma i}}{N_{\sigma} \sum_{i=1}^m t_{\sigma i} N_{nli}}, \quad (3)$$

где $N_{nl} (N_{\sigma})$ – объем производства продукции в планируемом и базисном периоде, шт.;

$t_{\sigma i}$ – затраты труда на единицу денежного выражения i -го вида продукции в базисном периоде, нормо-час, чел.-час.

Уменьшение численности работников ИТ-департамента в результате обращения к аутсорсингу выражается как:

$$\Delta R = \frac{\sum_{i=1}^m (T_{oi} - T_{nli}) \times N_{nli}}{F_D}, \quad (4)$$

где $T_{oi} (T_{nli})$ – трудоемкость единицы продукции до и после внедрения аутсорсинга, нормо-час;

N_{nli} – планируемый объем производства i -го вида продукции, шт.;

F_D – действительный фонд времени работы одного работника в планируемом году, ч.

Снижение себестоимости продукции при внедрении аутсорсинга, или годовая экономия на издержках производства:

$$\mathcal{E}_y = \sum_{i=1}^m (C_{oi} - C_{nli}) \times N_{nli}, \quad (5)$$

где $C_{oi} (C_{nli})$ – себестоимость единицы продукции в базисном и планируемом году, руб.

Экономия материальных затрат в результате повышения уровня информатизации производства:

$$\Delta M = \sum_{i=1}^m (M_{oi} - M_{nli}) \times N_{nli}, \quad (6)$$

где $M_{oi} (M_{nli})$ – материальные затраты на единицу продукции в базисном и планируемом году, руб.

Уровень соотношения численности основных и привлеченных (аутсорсинг) работников ИТ-подразделения:

$$V = 1 - R_{всп} \div R_{общ}, \quad (7)$$

где $R_{всп}$ – численность вспомогательных работников, чел.;

$R_{общ}$ – общая численность, привлекаемая для ИТ-деятельности, чел.

Планируемое уменьшение численности персонала ИТ-департамента в результате эффективного перехода на модель аутсорсинга:

$$\Delta \mathcal{C}_2 = (T_1 - T_2) B_2 = \mathcal{C}_2 B_2 \div \Pi_{T1} - \mathcal{C}_2 B_2 \div \Pi_{T2}, \quad (8)$$

где $\Delta \mathcal{C}_2$ – условное высвобождение работников в планируемом году, чел.;

T_1, T_2 – трудоемкость единицы продукции до и после перехода на аутсорсинг в планируемом году, ч.;

Π_{T1}, Π_{T2} – производительность труда до и после перехода на аутсорсинг в планируемом году, руб./чел.-час;

B_2 – объем производства изделий в планируемом году, шт.

Сфера обращения к ИТ-услугам может не носить ярко выраженного характера фактора увеличения прибыли либо валового выпуска продукции, а выражаться в общей пользе для предпри-

ятия. Косвенная полезность характеризуется снижением технической нагрузки на основной профильный персонал и одновременно повышением качества производимого товара/услуги.

Заказчику и поставщику для расчета экономической эффективности необходимо определить точку безубыточности. Для каждого из участников проекта аутсорсинга точка безубыточности будет интерпретироваться в каждом конкретном случае:

- для заказчика является максимальной стоимостью контракта, при которой не будет как повышения себестоимости продукции и снижения ее качества, так и роста переменных издержек

$$BEPC \rightarrow \max;$$

- для поставщика является минимальной стоимостью контракта, при которой окупаются постоянные и переменные издержки и прибыль будет как минимум неотрицательной

$$BEPO \rightarrow \min.$$

Критический объем производства в точке безубыточности для заказчика может быть выражена как:

$$V_{крm} = \frac{CF_m + DC_m}{P - CV1_m - Out1_k^i (\sum Out)}, \quad (9)$$

где $V_{крm}$ – объем производства, соответствующий точке безубыточности на этапе аутсорсинга m ;

CF_m – условно-постоянные издержки на шаге m , включая амортизацию, налоги и иные отчисления, относимые на себестоимость и финансовые результаты, не зависящие от объема производства;

DC_m – доходы от внереализационной деятельности за вычетом расходов по этой деятельности на этом шаге;

P – цена единицы продукции;

$CV1_m$ – условно-переменные издержки на единицу продукции (услуг), включая налоги и иные отчисления, относимые на себестоимость и финансовые результаты, пропорциональные выручке, а также затраты на ИТ за исключением налога на прибыль на m -м шаге;

$Out1_k^i$ – стоимость услуги аутсорсинга k -й услуги i -го аутсорсера, выраженный за единицу продукции (либо $\sum Out$ – сумма затрат на весь ИТ-аутсорсинг в случае мультисорсинга). Для аутсорсера точка безубыточности выражается как:

$$BEPO = S - V - F = 0,$$

где $BEPO$ – величина прибыли;

S – выручка;

V – совокупные переменные затраты;

F – совокупные постоянные затраты.

Модель безубыточности в рамках аутсорсингового контракта опирается на ряд исходных предположений:

- поведение затрат и выручки можно описать линейной функцией одной переменной – объема выпуска;

- переменные затраты и цены остаются неизменными в течение всего планового периода;

- структура оказываемых услуг не изменяется в течение планируемого периода;

- поведение постоянных и переменных затрат может быть точно измерено;

- на конец анализируемого периода у предприятия не остается запасов готовой продукции (или они несущественны), т. е. объем продаж соответствует объему производства.

Таким образом, нами показано, что расчет эффективности внедрения ИТ-аутсорсинга на

предприятии верифицируем с применением адаптивных методов анализа хозяйственной деятельности и планирования на предприятии.

Экономическая эффективность внедрения ИТ-аутсорсинга, помимо снижения себестоимости производимого товара, выражается в благоприятном психологическом настроении фирмы: полное высвобождение собственных ресурсов либо сосредоточивание ИТ-департамента на более важных операциях (в случае частичного аутсорсинга). К несомненному плюсу стоит отнести «разгрузку» от внутренних ИТ-процессов в случае аутсорсинга ИТ бизнес-процессов административного, бухгалтерского и планово-экономического персонала.

Библиографический список

1. Tomiura E. Foreign versus Domestic Outsourcing: Firm-level Evidence on the Role of Technology// Yokohama National University, November, 2006. P. 36.
2. Симунин Е. Н. Планирование на предприятии : учеб. пособие. – М. : КноРус, 2010. – С. 263-286.

A. V. Polupenko*

**Polupenko Artem, Graduate student of*

Moscow Institute of State and Corporate Management, Moscow

Brandmaster4@mail.ru

CALCULATION OF THE EFFICIENCY OF IT-OUTSOURCING IMPLEMENTING AT ENTERPRISE

Key words: IT-outsourcing, economic efficiency, break-even point.

The author proposes assessing method of the economic efficiency of IT-outsourcing implementation at the enterprise. The article analyzes the breakeven point in terms of each participant of outsourcing project. The ideas considered in this work are fully applicable to modern economic planning methods.

© Полупенко А. В., 2011

ДИСКУССИИ И ОБСУЖДЕНИЯ

УДК 338.465.2

О. И. Васильчук*

**Васильчук Ольга Ивановна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_bu@tolgas.ru*

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА

Ключевые слова: услуги, лояльность, привлекательность, факторы, параметры, оценка.

Рассматриваются особенности оценки привлекательности услуг предприятий сферы сервиса. Упоминаются различные точки зрения на понятие «лояльность» по отношению к предприятию и услугам. Описывается общая схема анализа и модель, позволяющая оценить факторы, влияющие на лояльность абонентов предприятий сотовой связи.

В настоящее время все больше специалистов склоняются к выводу, что одним из факторов конкурентоспособности большинства предприятий является верность к предприятию и услугам. Показателем, характеризующим отношение, является лояльность.

При управлении предприятием в современных условиях необходимо учитывать эффект бизнес-лояльности, который рассматривается с точки зрения трех самостоятельных базисных аспектов: лояльность клиентов (приверженность); лояльность сотрудников (добросовестность); лояльность инвесторов (взаимное доверие, уважение и поддержка).

Все компоненты должны рассматриваться как единое целое, что обеспечит предприятию достижение высокого уровня конкурентоспособности, поскольку невозможно получить лояльных клиентов, не обращая внимания на лояльность сотрудников, или воспитывать лояльность сотрудников без должного внимания к лояльности инвесторов.

Существенный вклад в изучение эффекта лояльности внес Фредерик Рейчхельд (президент международной консалтинговой фирмы «Vaind and Company»). Рейчхельд определял лояльность как качество, которое присуще пользователю ценности (товара, услуги), из раза в раз возвращающегося к своему источнику и передающего данный источник по наследству [4].

Другое определение дает Алексей Цысарь: «Лояльность (от англ. Loyal – верный, преданный) – положительное отношение покупателя к бренду, торговой марке продукта или услуги либо в целом к компании, которое является не только следствием рациональных, но психологических бессознательно воспринимаемых факторов» [4]. Так же определяет лояльность потребителя и Светлана Сысоева: «Покупательскую лояльность можно определить как положительное отношение покупателя к тому или иному продукту,

марке, магазину, услуге и т. д., которое хотя и является следствием значимых для покупателя факторов, лежит скорее в эмоциональной сфере» [4].

Джил Гриффин (Jill Griffin) со ссылкой на Стама (Stum) и Сорти (Thirty) дает наиболее конкретное и измеримое определение лояльности. По ее мнению, лояльный потребитель – это потребитель, который совершает повторные покупки бренда, в отношении которого оценивается лояльность; совершает покупки в рамках представленного ассортимента продукции и услуг бренда; рекомендует бренд; демонстрирует иммунитет по отношению ко всем остальным конкурентам (т. е. фактически не намеревается переключаться на другой бренд) [4].

Мэнзи Лауфер (Manzie Lawfer) считает, что потребительская лояльность не является эмоциями или мнением, по ее мнению, лояльность – это определенная деятельность потребителей, приобретающих бренд и рекомендующих его остальным на повторяющейся основе [4].

Михаил Дымшиц рассматривает покупательскую лояльность исключительно с точки зрения поведенческой характеристики: выбор того же бренда при повторной покупке в товарной группе и предпочтение того же места обслуживания (магазина, салона, торгового центра, кинотеатра и т. д.) при повторном походе за покупками. Михаил Дымшиц исходит из того, что только конкретное поведение, конкретные суммы, потраченные повторно на тот же товар, или выбор того же места могут рассматриваться как измеримый и контролируемый параметр потребительского поведения [4].

Дж. Джейкоби и Д. Кинер (по одним источникам [4]) предлагают использовать шесть более общих критериев, которые, по их мнению, являются необходимым и достаточным условием лояльности потребителей. Лояльность торговой марки: субъективна; представляет собой

поведенческую реакцию (т. е. покупку); проявляется с течением времени; проявляется в том или ином центре принятия решений; проявляется по отношению к одной или более альтернативным маркам из группы таких марок; является функцией психологических процессов (принятие решений, оценка) [4].

С точки зрения другого литературного источника [4], данное определение приписывается Дж. Джейкоби (Jacoby) и Чеснату (Chestnut) и звучит следующим образом. Лояльность – это предубежденная (не случайная) поведенческая реакция (т. е. покупка), выражаемая периодически определенным центром принятия решений по отношению к одному или более альтернативным брендам из группы таких брендов, а также являющаяся психологической функцией процессов (принятие решений, оценка) [4].

Определение лояльности Пола Тима (Paul Timm) является достаточно близким по отношению к определению Джил Гриффин. Полл Тимм считает, что лояльность потребителя есть сложная концепция, включающая пять основных составляющих: покупатели полностью удовлетворены качеством предоставляемых услуг; покупатели желают установить прочные взаимоотношения с компанией; потребители хотят покупать бренд снова и снова; потребители готовы рекомендовать бренд другим; у покупателей не возникает соблазна покупать у конкурентов [4].

Надо отметить, что некоторые авторы лояльность часто отождествляют с удовлетворенностью. Удовлетворение появляется, когда покупатель доволен качеством товара и уровнем сервиса при совершении конкретной покупки. Удовлетворение покупателя – необходимое, но недостаточное условие лояльности. Лояльный покупатель – это всегда удовлетворенный покупатель, но удовлетворенный покупатель не всегда лоялен [4].

Н. Шет (N. Sheth) и Вэн Парк (Whan Park) определяют лояльность к бренду как позитивно предубежденную, эмоциональную, оценочную и/или поведенческую привязанность по отношению к брендovanным, маркированным или классифицированным альтернативам или выбору индивидуума в пределах его возможностей как пользователя, человека, принимающего решения, и/или покупателя [4].

Лояльность к бренду, определяемая как положительно-предубежденное отношение, состоит из трех отдельных измерений. Первое измерение – это привязанность к бренду, основанная на эмоциях (нравится – не нравится), страхе, уважении или одобрении, которая систематично выражается в пользу одного из многих брендов на рынке.

Вторым измерением лояльности к бренду является оценочная привязанность к бренду. Оно имеет отношение к положительно предрасположенной оценке бренда на базе набора критериев, которые релевантны для определения полезности бренда для потребителя.

Третьим измерением лояльности к бренду является поведенческая реакция по отношению к бренду. Она относится к положительно предрасположенной реакции к нему, имеющей отношение к приобретению, покупательской и потребительской активности. Авторы рассматриваемой теории включают в поведенческое измерение всю физическую деятельность, связанную с посещением магазинов с целью покупки, поиском, физическим доставанием бренда с полки, с его оплатой и, наконец, его потреблением или использованием систематическим, предвзятым образом.

Авторы очень многих работ, посвященных данной проблематике, видят теоретическую и практическую пользу в концепции мультибрендовой лояльности. Мультибрендовую лояльность определяют как лояльность сразу к нескольким брендам, относящимся к одной категории (это отражено в работах Олсона (Olson) и Джакоби (Jacoby) [4].

Отдельным видом услуг, требующим к себе специфического подхода, являются услуги сотовой связи.

Джонатан Ли (Jonathan Lee) и Джангюк Ли (Janghyuk Lee) в своей работе, а также в последующей работе совместно с Л. Фейком (L. Feick), о влиянии издержек переключения на отток абонентов (на примере рынка сотовой связи Франции) определили лояльность абонентов операторов сотовой связи на основании работ Н. Нараяндас (N. Narayandas) с точки зрения трех переменных: намерения сменить оператора; степени препятствования переключению на оператора-конкурента, который лучше представленного оператора; желания рекомендовать предпочитаемого оператора друзьям и коллегам [4].

Данная концепция описывает лояльность с точки зрения отношения к бренду, при этом поведенческая концепция отходит на второй план, так как ее, вероятно, достаточно сложно учесть в модели.

Таким образом, в настоящее время существующее определение лояльности абонентов операторов сотовой связи учитывает только одну сторону лояльности – «отношение» к оператору. Остальные компоненты, которые так или иначе рассматриваются в работах других авторов, упускаются из виду, что приводит к необходимости определения лояльности, учитывающего современный взгляд на данное явление с точки зрения измеримых показателей.

Управление поведением потребителей предполагает необходимость исследования уровня и качества удовлетворенности. Измерение и анализ удовлетворенности потребителей качеством товара основываются на анализе информации о распределении оценок и ожидаемом поведении потребителей, а также определяются известным стандартом ISO 9004-2000, который, в свою очередь, определяет перечень необходимых требований к качеству товара и является основой сертификации предприятий. Все вышеперечисленное может служить необходимой гарантией качества товара для потребителя. Рассматривая модель Н. Кано (Noriaki Kano), можно выделить три класса удовлетворенности.

Следует отметить, что основу составляют клиенты, которые рассматриваются как активы любого предприятия, и для достижения конкурентоспособности необходимо управлять ими так же эффективно, как и другими активами. Но для этого нужно быть в состоянии сегментировать клиентов, предсказывать их поведение, а также жизненный цикл их денежных потоков.

При разработке мероприятий по привлечению клиентов необходимо помнить, что существует три основных типа лояльных клиентов. Это помогает определить, сможет ли предприятие сделать клиента лояльным:

– некоторые клиенты изначально предсказуемы и лояльны вне зависимости от того, как предприятие с ними работает, так как они предпочитают более стабильные и длительные отношения;

– некоторые клиенты более прибыльны, чем другие: тратят деньги в большем количестве, чем другие, оплачивают услуги безотлагательно и требуют меньше внимания обслуживающего персонала;

– некоторые клиенты находят услуги предприятия (в силу их особенностей) более привлекательными, чем у конкурентов. Нет такого предприятия, услуги которого нравились бы всем без исключения. Сильные стороны его услуг будут просто лучше подходить для определенных клиентов, более полно удовлетворяя их желаниям и возможностям [3].

К определяющим внешним факторам относится воздействие на потребительское поведение через компоненты социально-экономического окружения: политические, идеологические; производственные; уровень развития научно-технического развития; конкурентная среда; рекламная и маркетинговая политика предприятий; общественное мнение; культура; групповые ценности; референтные группы; семья; домохозяйство и пр.

К внутренним факторам, влияющим на потребительское поведение, необходимо отнести личностные характеристики, присущие потре-

бителю как социальному индивиду: уровень восприятия, способность к обучению, интеллект, система мотивов, эмоции и т. п.

Рынок – это организованная структура, посредством которой спрос на товары и услуги со стороны потребителей встречается с предложением товаров и услуг со стороны производителей.

Количественная оценка тех экономических выгод, которые может извлечь для себя фирма в результате повышения уровня удовлетворенности потребителей ее товарами или услугами, позволяет обосновать необходимые усовершенствования в этой области. Предприятия, применяющие предлагаемый подход, должны уметь видеть долговременные перспективы. Экономические выгоды они сумеют получить только тогда, когда их покупатели будут повторно приобретать их товары и услуги. Будущие финансовые выгоды должны быть приведены к текущему масштабу цен, чтобы выгоды и соответствующие инвестиции были сопоставимы при определении разницы между ними. При этом следует руководствоваться принципами экономики, нацеленными на сравнение сопоставимых величин. Таким образом, должны сравниваться между собой величины требуемых инвестиций с ожидаемыми прибылями или финансовыми выгодами от повышения удовлетворенности потребителей. Предлагаемый подход будет дополнять традиционные экономические методы анализом, ориентированным на потребителя, и находиться в рамках общей тенденции обеспечения непрерывного совершенствования, присутствующей во многих компаниях.

Одним из методов привлечения клиентов являются разнообразные программы лояльности, или программы поощрения клиентов.

Основопологающим мотивом программ поощрения является предоставление покупателям выгод. Лучший способ поощрить любого человека – дать ему (или пообещать) какую-либо выгоду: материальную, эмоциональную, психологическую.

Первый, самый известный и наиболее распространенный в России тип программ поощрения – дисконтные программы (и их упрощенная разновидность – купоны на разовую скидку). Покупатель при этом получает только материальную выгоду в виде сэкономленных денег. Но дисконтная система изживает себя из-за высокой распространенности дисконтных карт.

Второй, также довольно распространенный тип программ поощрения покупателей – розыгрыши призов среди покупателей. Однако эффективность таких программ не слишком высока, поскольку участие клиентов является пассивным, а механизм определения победителя

зачастую непрозрачен и потому только усиливает пассивность «участников».

Еще одна разновидность программ поощрения, набирающая популярность в последние годы, – накопительные дисконтные программы. В них выгода зависит от покупательской активности клиента. Но сама выгода при этом остается прежней: скидка, экономия.

И наконец, четвертый тип – бонусные программы поощрения, которые в настоящее время являются особенно популярными в нашей стране. В основном здесь присутствует материальная выгода, но также имеют место другие составляющие: игра (процесс накопления баллов) и эмоциональная выгода, сопутствующая получению приза, который, кстати (в отличие от розыгрышей), человеку чаще всего желанен и нужен, потому что он может выбрать его сам, в соответствии со своими желаниями и потребностями.

Нужно отметить, что идея создания бонусных программ возникла за рубежом. В связи с острой конкуренцией практически во всех сферах бизнеса компании искали возможность выделиться и привлечь к себе клиентов. Для этого они стали объединяться в коалиционные программы, поощряя своих постоянных клиентов очками, «милями», пойнтами и т. д.

Для большинства российских компаний уже очевидно, что потенциал программ лояльности, основанных только на материальной выгоде – простом дисконте, исчерпан, и многие из них переходят к бонусным программам.

Изучение опыта работы операторов позволяет сделать вывод о том, что процесс внедрения программы лояльности может быть разбит на несколько этапов.

Стоит отметить, что реализация программы – это непрерывная деятельность, направленная на улучшение работы компании по обслуживанию абонентов, поэтому представленный выше процесс является циклическим. Основную часть методического обеспечения программы составляют правила организации мониторинга и весовые коэффициенты анализируемых параметров, поскольку от достоверности полученных в результате мониторинга оценок зависит успех программы. Мониторинг текущего состояния охватывает все подразделения предприятия сотовой связи.

Все российские программы лояльности имеют свои преимущества, но проблема в том, что они не являются независимыми. Основная их задача – продвигать бизнес организатора этой программы, что очень часто не совпадает с целями других партнеров программы.

Сама программа лояльности состоит из нескольких частей, включая прием новых членов, систему отслеживания покупок клиента, посто-

янную связь с ними и вознаграждение для участников. Но, к сожалению, внедрение такой программы самостоятельно потребует больших финансовых затрат на закупку специального оборудования, выпуск карточек, привлечение и обучение персонала.

Очевидно, что отдельно взятое небольшое предприятие не может позволить себе сделать такие вложения в программу лояльности, однако потребность в лояльных клиентах у них все же имеется. Здесь помогают коалиционные системы: когда одна компания предоставляет свои услуги по внедрению и поддержке программы лояльности ряду предприятий, имеющих различную специализацию [2].

С целью измерения удовлетворенности и лояльности абонентов к операторам сотовой связи проводятся исследования в данной области. Так, в 2008 году компания EPSI Russia (European Performance Satisfaction Index, Национальный Индекс Удовлетворенности Потребителя в России) обнародовала результаты исследования, которое было проведено в 2007 году в России в рамках ежегодного европейского проекта EPSI Rating.

Уровень удовлетворенности россиян мобильной связью с 2005-го по 2007 год практически не изменился, лояльность же по отношению к сотовым операторам за этот период несколько снизилась. При этом и удовлетворенность, и лояльность по отношению к операторам «большой тройки» (ОАО «Мегафон», ОАО «ВымпелКом», ОАО «МТС») в 2007 году оказались несколько выше, чем к другим игрокам сотового рынка в целом [1].

EPSI Rating (European Performance Satisfaction Index, Национальный Индекс Удовлетворенности Потребителя) – это комплексная система сбора, анализа и распространения информации об ожиданиях потребителя, о том, как он воспринимает качество продукта или услуги, и о том, как он оценивает его соответствие цене. Индекс удовлетворенности потребителей рассчитывается на основе комплексной оценки покупателем качества товаров и услуг. Как поясняют в компании, этот показатель может отличаться от уровня продаж и доли продукта на рынке, так как он отражает отношение потребителей. При этом удовлетворенность отражает имидж компании, ожидания и восприятие качества товара или услуги и цены. Показатель лояльности же представляет собой оценку потребителем ценности товара и степень готовности его покупать.

Отметим, что в России это исследование проводилось с 1999 года в отдельно взятом регионе – в Петербурге. В 2007 году впервые исследование охватило 11 регионов: Петербург,

Москву, а также некоторые регионы Поволжья, Центрально-Черноземного района, Урала, Сибири и Кавказа. В 2007 году российское исследование охватило конечных потребителей услуг операторов «Большой тройки», а также прочих операторов, вошедших в группу «Другие» (Tele2, «Скай Линк» и некоторых региональных операторов).

В ходе исследования было собрано 1113 интервью в области мобильной связи. Данные собирались при помощи телефонных интервью независимым контакт-центром. При этом в 20 странах, объединенных инициативой EPSI, используется единый подход к сбору данных и анализу, который проводится головной организацией в Швеции, что позволяет сопоставлять результаты исследования в разных странах между собой. Что касается анализа результатов исследования, то индекс удовлетворенности потребителя измеряется по шкале от 0 до 100 баллов. Причем чем выше это значение, тем более удовлетворены потребители. Среднее значение обычно попадает в интервал от 60 до 75 баллов. Если компания получает больше 75 баллов, то это свидетельствует о том, что ее позиции весьма устойчивы у потребителей. Если же оценка ниже 69 баллов, то компания рискует потерять своих клиентов. Статистическая точность используемой модели позволяет утверждать, что при сравнении результатов компаний разница в 2 балла является существенной. При сопоставлении средних значений по странам значимым является различие в 1 балл.

Согласно исследованию компании EPSI Russia, индекс удовлетворенности услугами сотовых операторов в целом в 2007 году остался примерно на том же уровне, который был продемонстрирован в 2005 году: 74,0 балла против 74,2 балла.

При этом показатели лояльности абонентов по отношению к операторам ухудшились – на 5 пунктов по сравнению с данными 2005 года.

Интересно, что, по данным исследования, изменился лидер среди операторов как по уровню лояльности абонентов, так и по уровню их удовлетворенности. В 2007 году место лидера по данным показателям в общероссийском масштабе занял «Билайн» (77,9 и 77,3 балла соответственно), тогда как согласно исследованию 2005 года лидером был «МегаФон». Однако надо учитывать, что в Северной столице у «МегаФона» традиционно сильные позиции, что обусловлено в том числе и историческими причинами: напомним, что «МегаФон» был первым оператором, пришедшим на рынок Петербурга. При этом, как показало исследование петербургского рынка в 2005 году, недостатками «Билайн» были качество связи и имидж. Что

же касается общероссийской ситуации, то на конец 2007 года «МегаФон» владел 20,5% рынка РФ, тогда как «Билайн» – 29,9% [1].

По показателю EPSI и индексу лояльности МТС, по данным 2007 года, занимают второе место с 75,8 балла и 75,3 балла соответственно. По оценке EPSI Russia, «МегаФон» по уровню удовлетворенности потребителей находится на третьем месте (74,5 балла), при этом российские потребители в целом наименее лояльны (70,8 балла) именно к этому оператору мобильной связи: уровень лояльности даже ниже среднего по России, который составляет 74,0 балла против 74,2 балла по показателю EPSI. Что касается показателей других операторов, то, хотя уровни и удовлетворенности (69,0 балла) и лояльности (72,2 балла) у них ниже среднего показателя, лояльность все же несколько выше, чем удовлетворенность.

Как отмечают наблюдатели рынка, интерес самих участников рынка сотовой связи к подобным исследованиям достаточно высок: в том или ином виде подобные исследования проводятся большинством операторов сотовой связи [1].

Современный взгляд на измерение лояльности абонентов операторов сотовой связи основан на оценке общего латентного фактора лояльности методом факторного анализа.

Факторный анализ – это класс методов, используемых главным образом для сокращения числа переменных и их обобщения. Фактически же это совокупность методов, которые на основе реально существующих связей признаков (или объектов) позволяют выявлять латентные обобщающие характеристики организационной структуры и механизма развития изучаемых явлений и процессов.

Оценка поведенческой составляющей лояльности наталкивается на определенные трудности, когда речь идет об абонентах операторов сотовой связи. В практике обслуживания абонентов операторов сотовой связи нельзя рассматривать повторные покупки, оценивая поведенческую составляющую лояльности, так как, для того чтобы подключиться второй раз, абоненту необходимо разорвать первый контракт, что фактически приводит к бессмысленной оценке, поскольку абонент в этом случае проявляет свою нелояльность. Также нельзя в качестве составляющей лояльности рассматривать и объем затрат абонента на сотовую связь, поскольку данная оценка даст смещение степени лояльности в сторону более обеспеченных людей, что на деле не совсем так.

Каждый оператор теоретически может иметь свои, не отраженные в деятельности конкурентов факторы, которые влияют на лояльность

абонентов. Это обстоятельство обусловлено практикой работы операторов на рынке, маркетинговой политикой, а также сроком существования, сложившимся имиджем и т. п. В то же время, анализируя исключительно деятельность собственного оператора, в отношении которого планируются мероприятия по повышению уровня лояльности абонентов, нельзя получить полной картины. В этом случае требуется использование практики бенчмаркинга в части оценки факторов, влияющих на лояльность как в отношении оцениваемого оператора, так и в отношении операторов- конкурентов.

Специалистами экономических исследований разработана общая схема анализа и модель, позволяющая оценить факторы, влияющие на лояльность абонентов различных предприятий сотовой связи.

На первом этапе факторного анализа лояльности абонентов операторов сотовой связи осуществляется определение операторов, для которых планируется проведение процедуры анализа.

На втором этапе делается вычисление значений каждой из составляющих лояльности абонентов оператору. На этом же этапе проводится факторный анализ и выделяется один фактор «отношения к оператору» на трех соответствующих переменных, а также прямое вычисление доли расходов абонента на основного оператора среди всех расходов на сотовую связь.

На третьем этапе анализа происходит определение перечня факторов, которые могут влиять на составляющие лояльности, и вычисление их значений. На этом осуществляется прямая оценка общей удовлетворенности качеством предоставляемых услуг и обслуживанием. Производится факторный анализ и группировка всего перечня составляющих удовлетворенности в несколько факторов, а также обобщение всего перечня издержек переключения. После этого делается определение дополнительных факторов: выделение одного фактора из всего перечня переменных, связанных с вовлеченностью и информированностью абонента с событиями оператора; нескольких факторов, которые определяют желание абонента сменить оператора (рекомендации, преимущества другого оператора); прямая оценка числа смен абонентом основного оператора; прямая оценка срока обслуживания абонента у основного оператора.

На четвертом этапе осуществляется построение для каждой из двух выделенных составляющих лояльности на втором этапе, регрессионной модели влияния факторов на значение составляющей лояльности для каждого из операторов: регрессионная модель для составляющей лояльности «отношение к опера-

тору» и регрессионная модель для поведенческой составляющей лояльности.

В ходе заключительного пятого этапа оценивается качество построенных моделей и дается их интерпретация. Определение причин влияния различных факторов на лояльность и более глубокий анализ с целью оценки возможности использования того или иного фактора для оцениваемого оператора.

Из исходной базы опроса делается пять выборок – по одной для каждого оператора сотовой связи, присутствующего в исследуемых областях. Каждая выборка котируется в соответствии с числом абонентов определенного оператора в каждой области с целью достижения репрезентативности результатов и максимизации числа исследуемых субъектов. Для каждой выборки используются одинаковый аналитический инструмент и одинаковые переменные для анализа.

Анализ разделяется на два этапа в соответствии с оценкой различных составляющих лояльности: оценка «отношений» абонентов и оценка поведенческой составляющей. Объединить два рассматриваемых элемента методом факторного анализа в один фактор не представляется возможным.

Составляющая лояльности «отношение к оператору» выделяется методом факторного анализа из трех соответствующих параметров. Факторный анализ реализуется на всех пяти выборках одновременно с целью достижения единого результата [4].

Поведенческая составляющая рассчитывается через долю расходов на конкретного оператора и оценивается прямым методом, т. е. не преобразовывается.

В качестве одной из переменных, влияющих на лояльность, оценивается общая удовлетворенность качеством предоставляемых услуг и обслуживания.

Общее количество всех издержек переключения сжимается методом факторного анализа в шесть факторов: дополнительное внимание, услуги и привилегии; издержки смены номера; издержки поиска (оптимального оператора); транзакционные издержки (издержки, связанные с процедурой подключения к новому оператору); отсутствие времени и желания; издержки обучения (изучение настроек дополнительных услуг у нового оператора).

В качестве дополнительных параметров, влияющих на лояльность, предлагаются следующие переменные: срок обслуживания у основного оператора; вовлеченность и информированность относительно событий оператора (фактор); число смен основного оператора; существующие преимущества альтернативного

оператора (фактор); рекомендации друзей и коллег в пользу альтернативного оператора, а также желание что-либо изменить (фактор).

По результатам анализа для каждого анализируемого оператора строится модель множественного регрессионного анализа, в которой в качестве зависимой переменной выступает выделенный методом факторного анализа фактор лояльности, определяющий отношение абонента к оператору, а предикторами выступают все ранее перечисленные переменные: общая удовлетворенность, издержки переключения и дополнительные факторы, предложенные для анализа.

Для определения параметров, влияющих на поведенческую составляющую лояльности – «долю основного оператора среди всех расходов абонента на сотовую связь», в качестве независимой переменной используется доля расходов абонента, которая приходится на основного оператора. Оценка производится косвенно, через определение суммы, которую абонент тратит на того или иного оператора связи в среднем за месяц. В качестве предикторов, кроме всего прочего, используются факторы удовлетворенности, которые получаются путем сжатия всех оценок абонентов в отношении собственной удовлетворенности тем или иным параметром предоставления услуг и обслуживания оператора.

В общем разработанная модель определения факторов, влияющих на лояльность, позволила выявить, что на составляющую лояльности «отношение к оператору» влияют: отдельный вид издержек переключения – «отсутствие времени и желания заниматься вопросами, связанными со сменой оператора» (положительное влияние на лояльность); срок пользования основным оператором (положительное влияние на лояльность); вовлеченность и информированность относительно событий основного оператора (положительное влияние на лояльность); число смен основного оператора (отрицательное влияние на лояльность); рекомендации в пользу альтернативного оператора коллегами и друзьями (отрицательное влияние); наличие видимых или очевидных преимуществ альтернативного оператора (по цене, покрытию и т. п.; отрицательное влияние на лояльность).

На основании этой же модели выявлено, что на поведенческую составляющую лояльности «доля расходов на основного оператора среди всех расходов на сотовую связь абонента» не влияет общая удовлетворенность абонента, но

могут влиять следующие факторы: отсутствие времени и желания заниматься проблемами смены оператора (положительное влияние); издержки обучения (настройки дополнительных услуг; положительное влияние); число смен основного оператора (отрицательное влияние); срок обслуживания у основного оператора (в зависимости от определенных причин, может оказывать как отрицательное, так и положительное влияние); удовлетворенность качеством предоставляемых услуг и зоной покрытия (положительное влияние); удовлетворенность качеством и стоимостью услуг GPRS (положительное влияние); удовлетворенность корректностью и оперативностью списания денежных средств (положительное влияние).

Следовательно, можно отметить, что некоторые факторы могут иметь положительное влияние на одну составляющую лояльности и при этом отрицательное – на другую (например, срок обслуживания у основного оператора). Таким образом, до принятия решения об использовании какого-либо фактора в качестве инструмента повышения лояльности должна быть проведена тщательная аналитическая работа в части определения условий, в рамках которых фактор действительно оказывает положительное влияние. Более того, после определения факторов требуется также проведение четкой работы в направлении развития выявленных параметров, к примеру увеличение удовлетворенности также должно быть выстроено на аналитических принципах. Для анализа удовлетворенности может использоваться кластерный анализ.

Следует также отметить возможные направления совершенствования разработанной модели: определение и включение в модель дополнительных переменных, влияющих на лояльность абонентов (например, возраст, психографические характеристики личности и т. п.); уточнение формы связи между рассматриваемыми предикторами лояльности абонентов и собственно независимыми переменными модели.

Таким образом, развитие системы измерения, анализа и управления денежными потоками, полученными от лояльности, способствует привлечению инвестиций, которые в дальнейшем обеспечат рост количества абонентов предприятия в целом и соответственно будут способствовать обеспечению повышению конкурентоспособности предприятия.

Библиографический список

1. Журавлева А. Сотовые операторы теряют лояльность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mskit.ru/news/n45180/> – Загл. с экрана.

2. Зефирова Ю. И. Программы лояльности – самый эффективный маркетинговый прием после прямой взятки потребителю // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4.
 3. Стальная В. А. Оценка конкурентного потенциала предприятий индустрии развлечений // Практический маркетинг. – 2008. – № 10. – С. 18-30.
 4. Христофоров И. О. Лояльность абонентов операторов сотовой связи: определение и измерение // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 4. – С. 64-75.
-

O. I. Vasil'chuk*

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

ATTRACTIVENESS ASSESSMENT OF SERVICE SPHERE COMPANIES

Key words: service, loyalty, attractiveness, factors, parameters, assessment.

The article studies peculiarities of attractiveness assessment of service companies. The author presents various points of view on the concept of "loyalty" to certain companies and services. The work features the general scheme of analysis, and the model for assessing the factors affecting the loyalty of customers to mobile communication providers.

© Васильчук О. И., 2011

УДК 339.1

В. П. Вершинин*

**Вершинин Валентин Петрович, кандидат экономических наук, ст. преподаватель
Московский государственный университет технологий и управления, г. Москва
verchinin@listr.u*

**СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ЭТАПНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МОНИТОРИНГА
ТИРАЖИРУЕМЫХ ВЛАСТНЫМИ СТРУКТУРАМИ РФ
НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ
НАУЧНО ОБОСНОВАННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ**

Ключевые слова: маркетинг энергоэффективных хозяйственных решений, энергоэффективность, маркетинговый мониторинг.

Исследованы внедренные концепции маркетинга в механизм государственного и коммерческого хозяйствования в сфере энергосбережения и предложены сравнительные характеристики этапного маркетингового мониторинга.

Актуальность проблемы состоит в прямой корреляционной зависимости с существующими теоретическими основами, современными и ретроспективными научными подходами к реструктуризации бизнеса в сфере энергосбережения, что сопряжено с действующим в России и за рубежом понятийным аппаратом (В. В. Бурцев, 2001; В. J. Bronnenberg, L. Wathieu, 2006) по разработке и внедрению концепции маркетинга в механизм государственного или коммерческого хозяйствования. В этой связи следует адресоваться к законодательному экономико-правовому полю Российской Федерации и прежде всего к действующему Закону «Об энергосбережении и повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ФЗ от 23 ноября 2009 года № 261). Именно этот Федеральный закон конкретизировал не только понятие энергетической эффективности (как экономической категории, отражающей отношение полезного эффекта от использования энергетических ресурсов к их затратам в рамках рыночной идентификации общей эффективности технологического процесса по производству конкретного вида продукта), но и объективизировал термин «класс энергетической эффективности» как сбытовую характеристику продукции конкретного предприятия, отражающую общий эквивалент энергетических затрат на одну условную единицу произведенного продукта. Вместе с тем подобные статьи федерального законодательства потребовали дальнейшего совершенствования экономических подходов не только к энергоёмкости валового регионального продукта, но и к

созданию механизма оценки деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ, а также органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов в части энергосбережения и повышения энергетической эффективности принимаемых хозяйственных решений.

Как указывает Д. В. Вышеславцев (2009), «из всех участников процесса энергоснабжения реально организовать процесс энергосбережения может как власть, так и сами потребители, но последние, как правило, не объединены потребительскими сообществами, а энергоснабжающие организации (как продавцы) не годятся в инициаторы, т.е. не заинтересованы по определению в широкомасштабных энергосберегающих мероприятиях. Таким образом, успех программ энергосбережения в муниципальных образованиях и административных поселений в основном определяется способностью власти внутренне сорганизоваться и управлять процессом экономного расходования энергоресурсов либо наличием политической воли по передаче значительной части организационных полномочий более высокому уровню власти или компетентной управляющей компании».

В отличие от вышеизложенной маркетинговой политики нами была предложена и внедрена на базах исследования (в период 2006–2011 годов) следующая авторская коррекция стратегической маркетинговой функции энергоснабжающих организаций исходя из: а) мировой глобализации высокотехнологичного рынка энергосберегающих систем; б) конкретных рекомендаций Правительства РФ по трансформации Единой российской энергопередающей

системы, развитие которой предусмотрено целевой федеральной программой «Энергетическая стратегия России»; в) стратегического планирования российских маркетинговых программ с использованием зарубежных аналогов «sustainable building», т. е. энергосберегающих технологий, обеспечивающих (при сохранности естественной окружающей среды) оптимальное потребление возобновляемых источников энергии. Подобные приемы стратегического управления маркетингом энергоснабжающих предприятий взаимосочетались с разработанными нами приемами операционного управления маркетингом в сфере энергосбережения. Обсуждая существенные отличия в использовании вышеназванных управленческих приемов, следует акцентировать внимание на наличии следующих традиционных ингредиентов маркетинговых программ, среди которых в первую

очередь выделялась обычная пропаганда энергосберегающего поведения в производственной и бытовой среде: щитовая реклама, красочные буклеты, плакаты, листовки, призывающие различные слои населения к экономии электроэнергии и пресечению теплопотерь в жилых и производственных помещениях. Вторым ингредиентом традиционных маркетинговых программ в алгоритме операционного управления маркетингом являлось административное нормирование энерго- и теплопотребления: принятие законодательными и исполнительными ветвями власти субъектов РФ и муниципальных образований ограничительных механизмов (верхнего порога норм) бытового и производственного расходования электроэнергии, горячего водоснабжения и отопления по минимальным тарифам и дополнительным размерам оплаты за превышение установленных лимитов.

Таблица 1

**Маркетинговый патронат деятельности фирм
при рыночном внедрении энергетического экспресс-аудита
жилых и административных зданий**

Рыночная сущность научного приема «маркетинговый патронат» при энергоаудите жилых зданий	Экономическое обоснование обязательности маркетинговой составляющей экспресс-аудита административных зданий
<p>1. Выполнение по результатам электроаудита отдельных жилых зданий и Управляющих компаний ЖКХ (в рамках осуществления дополнительных аудиторских услуг разрешенных п. 6 ст. 1 ФЗ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2001 г.) маркетинговых исследований по проблеме возможного использования на обследуемых жилых объектах: двухтарифного энергоучета (в дневное и ночное время); приборов ультразвуковой расходомерии вместо устаревших типов общедомовых приборов учета электро- и теплоэнергии; автоматизированных интеллектуальных энергосберегающих тепловых систем микроклимата жилых зданий, включая инновации в оборотном теплоснабжении и новые технологии применения теплоаккумулирующих строительных материалов.</p> <p>2. Маркетинговый патронат (аналитическая ежеквартальная курация индивидуальной потребительской выгоды) энергосберегающих (в конкретных жилых помещениях) технологий, базирующихся на: регулярно экономящей до 20% от уровня стандартного электропотребления общедомовой резонансной системе электроосвещения лестничных пролетов в подъездах; инновационной схеме освещения жилищ с помощью светодиодов; формировании маркетинговых программ ресурсосбережения при модернизации наружного освещения придомовой территории</p>	<p>А. Обязательность расшифровки энергоаудитором (в соответствии со ст. 32 Федерального закона от 23.11.2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергоэффективности») экономических просчетов организаций в изначально составленном бизнес-плане по содержанию административных помещений, включая аспекты нерационального энерго- и теплоснабжения, негативно отражающихся на объеме совокупных затрат аудируемого юридического лица при оплате им использованных в течение календарного года энергетических ресурсов.</p> <p>Б. Научно обоснованная маркетинговая мотивировка разработки и внедрения энергосберегающих мероприятий после обязательного (письмо Минфина от 28.01.2010 г.) энергетического обследования административных зданий бюджетных организаций: необходимость снижения пиковых нагрузок электропотребления при одновременном включении (в начале рабочего дня или после обеденного перерыва) компьютерной или вычислительной техники, кондиционеров; уменьшение офисного потребления электроэнергии при установке централизованного (автоматизированного) внутриучрежденческого частотноуправляющего электропривода; внедрение механизма самоинвестирования прибыли от реализации внутрифирменных мероприятий по энергосбережению</p>

В свою очередь, авторские маркетинговые инновации операционного повышения энергетической эффективности хозяйственных решений предусматривали следующий алгоритм управленческих действий: а) поквартальное расширение границ энерголимитов (по предельно низким отпускным ценам) предприятиям и организациям, не превышающим ежемесячную норму производственного энергопотребления; б) включение в маркетинговые программы региональных энергоснабжающих организаций положений о возможности предоставления тарифных бонусов предприятиям, регулярно обновляющим свое технологическое (энергосберегающее) оборудование; в) включение в энерго-сервисные контракты с физическими лицами маркетинговых программ установки датчиков, самостоятельно оптимизирующих качество жилища, включая снижение бытового расхода электроэнергии кондиционерами воздуха, холодильниками и иной кухонной техникой.

Вышеназванные сущностные отличия авторского методологического инструментария позволили сформировать отдельные (самостоятельные) этапы маркетингового мониторинга всей системы тиражируемых властными структурами РФ на российскую экономику энергоэффективных научно обоснованных решений энергосбережения в различных отраслях хозяйствования, что представлено в табл. 1. Обсуждая данные вышеназванной таблицы, необходимо раскрыть рыночную сущность научного приема «маркетинговый патронат», что при энергоаудите жилых и административных зданий может расцениваться как аналитическая ежеквартальная курация индивидуальной потребительской выгоды от внедрения энергосберегающих технологий. Эти энергосберегающие технологии в конкретных жилых помещениях в рамках нашего исследования чаще всего базировались на: 1) регулярно экономящей до 20% от уровня стандартного электропотребления общедомовой резонансной системе электроосвещения лестничных пролетов в подъездах; 2) инновационной схеме освещения жилищ с помощью светодиодов; 3) формировании маркетинговых программ ресурсосбережения при модернизации наружного освещения придомовой территории. В свою очередь, сам маркетинговый патронат при энергоаудите жилых зданий в рамках научного исследования был идентифицирован как специфический алгоритм управленческих мероприятий, направленный на выполнение по результатам электроаудита от-

дельных жилых зданий и Управляющих компаний ЖКХ (в рамках осуществления дополнительных аудиторских услуг разрешенных п. 6 ст. 1 ФЗ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2001 г.) маркетинговых исследований по проблеме возможного использования на обследуемых жилых объектах: двухтарифного энергоучета (в дневное и ночное время); приборов ультразвуковой расходомерии вместо устаревших типов общедомовых приборов учета электро- и теплоэнергии; автоматизированных интеллектуальных энергосберегающих тепловых систем микроклимата жилых зданий, включая инновации в оборотном теплоснабжении и новые технологии применения теплоаккумулирующих строительных материалов. К тому же предложенный нами алгоритм управления энергоэффективностью научно обоснованных хозяйственных решений содержал расширенное экономическое обоснование рыночной сущности маркетинговой составляющей экспресс-аудита административных зданий, что предусматривало обязательность расшифровки энергоаудитором (в соответствии со ст. 32 Федерального закона от 23.11.2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергоэффективности») экономических просчетов организаций в изначально составленном бизнес-плане по содержанию административных помещений, включая аспекты нерационального энерго- и теплоснабжения, негативно отражающихся на объеме совокупных затрат аудируемого юридического лица при оплате им использованных в течение календарного года энергетических ресурсов. При этом научно обоснованная (в рамках данного научного исследования) маркетинговая мотивировка разработки и внедрения энергосберегающих мероприятий после обязательного (письмо Минфина от 28.01.2010 г.) энергетического обследования административных зданий бюджетных организаций содержала: а) необходимость снижения пиковых нагрузок электропотребления при одновременном включении (в начале рабочего дня или после обеденного перерыва) компьютерной или вычислительной техники, кондиционеров; б) уменьшение офисного потребления электроэнергии при установке централизованного (автоматизированного) внутриучрежденческого частотноуправляющего электропривода; в) внедрение механизма самоинвестирования прибыли от реализации внутрифирменных мероприятий по энергосбережению.

Библиографический список

1. Бурцев В. В. Сбытовая и маркетинговая деятельность. Типовые должностные инструкции, внутрифирменные документы. – М. : Экзамен, 2001. – 224 с.

2. Вышеславцев Д. В. Энергоресурсоснабжающие организации России // *Промышленность*. – 2009. – № 2. – С. 26-27.

3. Bronnenberg B. J., Wathieu L. Asymmetric promotion effects and brand positioning // *Marketing Science*. – 2006. – № 15. – P. 379-394.

V. P. Vershinin*

**Vershinin Valentin, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Moscow State University of Technology and Management, Moscow
verchinin@listr.u*

**COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF STAGE MARKETING MONITORING
OF ENERGY-EFFICIENT SCIENTIFIC ECONOMIC DECISIONS APPLIED
BY RF AUTHORITIES TO RUSSIAN ECONOMY**

Key words: marketing of energy-efficient economic decisions, energy efficiency, marketing monitoring.

The article studies marketing concepts introduced in the mechanism of State and municipal management in the field of energy-saving. The author suggests comparative characteristics of stage marketing monitoring.

© Вершинин В. П., 2011

Э. Р. Рафикова*

**Рафикова Элина Рашитовна, кандидат экономических наук, доцент
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
raficova@rambler.ru*

**МАРКЕТИНГОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕССА
ОЦЕНКИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
РАБОТНИКОВ СРЕДНИХ ШКОЛ, ГИМНАЗИЙ
И ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА
ДЕТСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Ключевые слова: маркетинговая оценка клиентоориентированности образовательного продукта, профессиональная переподготовка работников образования.

Публикуются основные результаты исследования маркетинговых составляющих процесса оценки клиентоориентированности образовательных учреждений, повлиявшие на повышение уровня социального партнерства в системе переподготовки специалистов.

Актуальность темы исследования определяется потенциалом современных научных маркетинговых наработок по изучению технологий поведенческой активности конкурентов и потребителей на различных сегментах рынка. В полной мере это относится к сектору рынка образовательных услуг, включая услуги, оказываемые учреждениями профессиональной переподготовки самих работников образования. В этой связи, ряд известных отечественных и зарубежных экономистов (А. Г. Аганбегян, 2005; С. Schaffer, Р. Green, 2008) считают необходимым актуализировать маркетинговые технологии выбора ведущего вектора управленческих решений при структуризации коммуникативного пространства образовательного учреждения (в т. ч. работающего в сфере профессиональной переподготовки работников высшей и средней школы). По мнению вышеуказанных авторов, последнее должно базироваться на двух основных научных приемах защиты интеллектуальных и коммерческих прав субъектов изучаемого рынка: 1) на маркетинговых приемах повышения уровня продаж образовательного продукта, структурированного под строго конкретные социальные группы населения с внедрением CRM-технологий (привлечение, удержание, лояльность потребителя); 2) на научных приемах маркетинговой антиципации (рыночного предвосхищения) сбытовой динамики образовательного продукта при рецессионном экономическом сценарии (резкое устаревание, т. е. сокращение товарного жизненного цикла ранее ликвидных различных видов образовательных услуг, увеличение прямых затрат образовательных учреждений), регулирующих для факультетов последипломного образования уровень их конкурентоспособности.

Говоря о необходимости существенного пересмотра теории клиентоориентированности учреждений профессиональной переподготовки работников образования, следует дать анализ инновационного характера профессионального образования. Как отмечает А. И. Волков (2009), «научное моделирование стратегических и тактических компонентов маркетинга в сфере повышения квалификации специалистов в условиях их профессиональной деятельности обуславливает необходимость создания федеральной и региональных систем маркетингового прогнозирования и постоянного мониторинга текущих и перспективных потребностей рынка труда в кадрах различной специализации и квалификации, в том числе с учетом общемировых тенденций. Сегодня активно продолжается формирование законодательной базы для организации системного партнерства, государства, бизнеса и профобразования, которое предусматривает активное участие работодателей и их объединений в инновационном развитии профессионального образования, решении его проблем. Это базируется в том числе на мониторинге потребностей в кадровом ресурсе рынка труда, формировании соответствующего заказа учреждениям профобразования, контрактной системе подготовки кадров, разработке нового поколения образовательных стандартов и программ на основе уже имеющихся стандартов профессиональной деятельности, оптимизации перечня востребованных специальностей, независимой оценке качества образования, участия в развитии учебно-материальной базы профобразования, в организации производственной практики, в социальной поддержке обучающихся и работников и др.

В этой связи надлежит конкретизировать основные ингредиенты клиентоориентированности факультетов последипломной подготовки

самых работников образования, что представлено в табл. 1.

Таблица 1

Основные маркетинговые составляющие процесса оценки клиентоориентированности учреждений профессиональной переподготовки работников средних школ, гимназий и персонала детских дошкольных организаций

Маркёры клиентоориентированности последипломных образовательных услуг	Результирующий позитивизм предложенных маркетинговых технологий
1. Маркетинговый мониторинг демографических показателей, особенно рождаемости среди населения изучаемых территорий (Ростовская область, Краснодарский край) в рамках кратко- и среднесрочного экономического прогнозирования количественной потребности в плановой профессиональной переподготовке работников средних образовательных учреждений (школ, гимназий), детских садов	1.1. Коррекция управленческих решений департаментов образования местных администраций (на основании полученных нами мультихарактеристик динамики условий маркетинговой среды на рынке образовательных услуг) как фактор снижения уровня социальной напряженности среди родителей, стремящихся выбрать для своих детей престижные в мегаполисах детские сады и школы
2. Маркетинговое сопоставление рыночных оценок потребителя и производителя по проблеме качества последипломного образовательного продукта, в т. ч. при интенсивном внедрении модульно-рейтинговой системы реализации образовательных программ как инновационного методологического маркетингового подхода к совершенствованию существующих образовательных стандартов	2.1. Использование экстратерриториальных рыночно-перспективных моделей одномоментного (диалогового) маркетингового тестирования производителя и потребителя услуг по переподготовке работников образования для синхронного профессионального развития самого преподавателя факультета повышения квалификации педагогических кадров и обучающегося у него специалиста
3. Повышение уровня социального партнерства в используемой системе переподготовки специалистов начального, дополнительного и среднего профессионального образования при идентификации прогност- маркетинговой ценности клиентоориентированного личностно-развивающего подхода к слушателю курсов последипломной подготовки, обеспечивающего потенциальную креативность (рыночную востребованность) этого специалиста на изучаемом образовательном поле	3.1. Этапное интегрирование обучающегося специалиста в процесс позитивного разрешения проблем маркетинговой среды на рынке образовательного продукта путем внедрения: а) рассуждающе-импровизационных приемов формирования маркетинговых программ, включая авторскую методику сбытового диалога- подсказки; б) элементов эмоционально-методического маркетинга (на семинарских занятиях с разрешением дискуссионных ситуаций по профессиональным проблемам)

Обсуждая данные табл. 1, следует подчеркнуть, что использованный нами методологический инструментарий позволил идентифицировать в рамках исследования основные маркетинговые составляющие процесса оценки клиентоориентированности учреждений профессиональной переподготовки работников средних школ, гимназий и педагогического персонала детских дошкольных организаций. В частности, ведущим маркёром клиентоориентированности последипломных образовательных услуг выступал маркетинговый мониторинг демографических показателей изучаемых территорий в рамках кратко- и среднесрочного экономического прогнозирования количественной потребности в плановой профессиональной переподготовке работников средних образовательных учреждений и детских садов. Названный мониторинг позволял статистически достоверно прогнозировать, в т. ч. на основании определенного роста показателей рождаемости населения изучаемых субъектов РФ (как результирующего компонента Национального проекта «Здравоохранение»), текущую и перспективную потребность в педагогах того или

иного профиля для модернизации образовательных программ средних школ и гимназий. Кроме этого, наши маркетинговые технологии на достоверном уровне позволяли исчислять объективную среднесрочную потребность населения Ростовской области и Краснодарского края в количестве педагогического персонала детских дошкольных организаций, участвующих во внедрении современных развивающих программ (как ингредиента подготовки ребенка к плановому переходу в заранее определенные их родителями общеобразовательные учреждения). Особая социально-экономическая значимость идентифицировалась нами у второго маркёра клиентоориентированности последипломных образовательных услуг, в качестве которого выступал процесс маркетингового сопоставления оценок потребителя и производителя по проблеме качества последипломного образовательного продукта, в т. ч. при внедрении модульно-рейтинговой системы реализации образовательных программ (как инновационного методологического маркетингового подхода к совершенствованию существующих образовательных стандартов). В этой связи

очевидной стала сбытовая превалентность нашей экстратерриториальной модели одномоментного (диалогового) маркетингового тестирования производителя и потребителя услуг по переподготовке работников образования для синхронного профессионального развития самого преподавателя факультета повышения квалификации педагогических кадров и обучающегося у него специалиста. При этом в названной обучающейся аудитории задействовались такие рыночно-перспективные приемы маркетинга, как диалоговое умение признавать и принимать наличие различных точек зрения, а также достойно вести рыночную дискуссию, гася разногласия между спорящими способами собственной экономической компетентности на фоне насыщения аудитории положительными эмоциями от используемой в научной дискуссии авторской модели личностно-развивающего маркетинга.

Последнее способствовало повышению уровня социального партнерства в системе переподготовки специалистов начального, дополнительно и среднего профессионального образования при идентификации прогност-маркетинговой ценности клиентоориентированного личностно-развивающего подхода к слушателю курсов последипломной подготовки.

Разработанная нами концептуальная идеология маркетинговой критериальности потребительских предпочтений и рыночной конкурентоспособности услуг в сфере профессиональной переподготовки различных категорий работников образования потребовала разработки особых сбытовых приемов создания маркетинговой матрицы изучения условий продвижения названного продукта на изучаемом секторе российского рынка, что представлено в табл. 2.

Таблица 2

Концептуальная маркетинговая критериальность потребительских предпочтений и рыночной конкурентоспособности услуг в сфере профессиональной переподготовки различных категорий работников образования

Векторная концептуальность алгоритма управления клиентоориентированностью учреждений профессиональной переподготовки работников образования	Маркетинговая матрица рыночной оценки потребителями и производителями (одномоментно) социальной востребованности и качества образовательного продукта
Первый концептуальный вектор. Динамика насыщаемости рынка последипломных образовательных услуг маркетинговыми программами отечественных и зарубежных учреждений переподготовки самих работников начального и среднего профессионального образования, высшей школы	1 этап пошагового рыночного внедрения матрицы единых критериев оценки (ЕКО), производимой совместно потребителями и производителями в ходе их одномоментного тестирования (в рамках настоящего научного исследования) по проблеме качества последипломного образовательного продукта
Второй концептуальный вектор. Использование маркетингового инструментария в алгоритме позитивного разрешения проблемы клиентоориентированности предлагаемых управленческих решений с учетом мультифакторной основы конечного продукта учреждений повышения квалификации и профессиональной переподготовки различных категорий работников отечественного образования (в рамках постоянно совершенствующегося законодательного поля России)	2 этап пошагового рыночного внедрения матрицы ЕКО. Реализация матричного (т. е. заранее программированного автором на бумажных и электронных носителях) методологического подхода к процессу непрерывного ежеквартального сбора и обработки информации об изменяющихся условиях маркетинговой среды на рынке образовательного продукта по схеме: «социальный запрос – затраты потребителя на качественные последипломные образовательные услуги»
Третий концептуальный вектор: - управление алгоритмом экономической профилактики мега-реактивной деформации маркетинговой среды, складывающейся вокруг новых видов последипломного образовательного продукта, предлагаемого базами исследования (факультетами или институтами повышения квалификации педагогических кадров и профессиональной подготовки работников начального, среднего и высшего профессионального образования); - потребительская оценка рыночной престижности продукта федеральных и региональных институтов переподготовки работников российского образования	3 этап пошагового рыночного внедрения матрицы ЕКО: а) использование авторских маркетинговых разъяснительных программ в качестве инструмента профилактики огульно-негативистской реакции потребителя на появление инноваций (в т. ч. идущих от Минобрнауки РФ) в части совершенствования последипломного образовательного продукта; б) существенное снижение (методом разъяснительного маркетинга) неоправданно ажиотажной реакции различных слоев населения России, стремящихся приобрести те или иные виды образовательного продукта, в т. ч. продвигаемого на рынке популистскими методами недобросовестной рекламы

Комментируя данные этой таблицы, надлежит указать, что векторная концептуальность алгоритма управления клиентоориентированностью учреждений профессиональной переподготовки работников образования состояла

из трех ингредиентов, т. к. **первым концептуальным вектором** являлась динамика насыщаемости рынка последипломных образовательных услуг маркетинговыми программами отечественных и зарубежных учреждений пе-

реподготовки самих работников высшей школы, а также специалистов начального и среднего профессионального образования. Названный вектор сделал обязательным 1 этап пошагового рыночного внедрения матрицы единых критериев оценки (ЕКО), производимой совместно потребителями и производителями в ходе их одномоментного тестирования (в рамках настоящего научного исследования) по проблеме качества последиplomного образовательного продукта. Это, в свою очередь, коррелировало со вторым концептуальным вектором в общей производственной функции баз исследования, поскольку предрасполагало интенсивное использование нашего маркетингового инструментария в алгоритме позитивного разрешения проблемы клиентоориентированности предлагаемых управленческих решений с учетом мультифакторной основы конечного продукта учреждений повышения квалификации и профессиональной переподготовки различных категорий работников отечественного образования (в ходе постоянно совершенствующегося законодательного поля России). Именно этот концептуальный вектор объяснял предложенную нами маркетинговую логику 2 этапа пошагового рыночного внедрения матрицы ЕКО, включая реализацию матричного (т. е. заранее программированного автором на бумажных и электронных носителях) методологического подхода к процессу непрерывного ежеквартального сбора и обработки информации об изменяющихся условиях маркетинговой среды на рынке образовательного продукта по схеме: «социальный запрос – затраты потребителя на качественные последиplomные образователь-

ные услуги». Экономически значимым являлся третий концептуальный вектор системы коррекции потребительских предпочтений на изучаемом сегменте рынка, что моделировалось нами в виде следующих компонентов маркетинга: 1) управление алгоритмом экономической профилактики мегареактивной деформации маркетинговой среды, складывающейся вокруг новых видов последиplomного образовательного продукта, предлагаемого базами исследования (факультетами или институтами повышения квалификации педагогических кадров и профессиональной подготовки работников начального, среднего и высшего профессионального образования); 2) потребительская оценка рыночной престижности продукта федеральных и региональных институтов переподготовки работников российского образования. Вышеизложенное обязывало нас сформировать в рамках исследования следующий, т. е. 3-й, этап пошагового рыночного внедрения матрицы ЕКО, включающий в себя: а) использование авторских маркетинговых разъяснительных программ в качестве инструмента профилактики огульно-негативистской реакции потребителя на появление инноваций (в т. ч. идущих от Минобрнауки РФ) в части совершенствования последиplomного образовательного продукта; б) существенное снижение (методом разъяснительного маркетинга) неоправданно ажиотажной реакции различных слоев населения России, стремящихся приобрести те или иные виды образовательного продукта, в т. ч. продвигаемого на рынке популистскими методами недобросовестной рекламы.

Библиографический список

1. Аганбегян А. Г. Экономика факультетов профессиональной переподготовки различных контингентов российских специалистов с высшим образованием // Научный вестник ВШЭ. – 2005. – № 1. – С. 9-14.
2. Волков А. И. Экономика предприятия. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 416 с.
3. Schaffer C., Green P. Marketing Multivariate Analyseverfahren, 2 Anlage, Berlin. 2008. – 396 p.

E. R. Rafikova*

**Rafikova Elina, PhD in Economics, Associate Professor of Southern Federal University, Rostov-on-the-Don rafikova@rambler.ru*

MARKETING COMPONENTS OF ASSESSING CUSTOMER-ORIENTED INSTITUTIONS OF PROFESSIONAL TRAINING FOR TEACHING STAFF OF SCHOOLS, GYMNASIUMS AND PRE-SCHOOL INSTITUTIONS

Key words: marketing assessment of customer-oriented educational products, professional training of education workers.

The author presents the results of studying marketing components of customer orientated educational institutions. According to the research, these components raise the level of social partnership in the system of professional training.

CONTENTS

INTERNATIONAL STATE MANAGEMENT

- Blinov Andrei, 9
Sidorova Anthonina
'POVERTY' ISSUES IN RUSSIA AND UKRAINE
The article studies the causes and the main indicators of poverty in Russia and Ukraine. The author evaluated the dependence of budget expenses for social activities on economic growth.

PUBLIC ADMINISTRATION

- Shvetsov Andrei, 16
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF CYCLICITY
IN SOCIAL AND ECONOMIC PROCESSES
The article considers a number of theoretical and methodological aspects related to the phenomenon of cyclic recurrence in socio-economic systems. The author analyzes dynamics of certain socio-economic indicators related to this phenomenon. Certain conclusions are drawn about the application of cycle theory to Russian reality.

MANAGING SOCIAL DEVELOPMENT

- Shafiev Ruslan, 19
MODERN COMPETENCES IN THE MARKET OF INTELLECTUAL CAPITAL
Transition to the new economy of information type requires more attention to the development of science and technology, raising education and cultural level of citizens, improving social and economic life. The most valuable strengths are now education level, professionalism, ability to learn and creativity. In economic practice, along with financial and material capital, appears a new type - intellectual capital, which can provide economic benefit. Information and knowledge turn into productive resources. Scientific development becomes the main driving force of economy.

REGIONAL DEVELOPMENT

- Domnina Svetlana, 23
EVALUATION OF REGIONAL POPULATION WELFARE
The article features the analysis of integral welfare indicators, mentioned in the economic literature. The author has shown the range of applying these factors; their advantages and disadvantages. It is proposed to use the index of regional population welfare as integrating indicator of regional population welfare. The author suggests her own method of calculating this index.
- Bashmachnikova Elena, 28
ELEMENTS OF IMPLEMENTATION MECHANISM
OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE REGION
The article features the classification of the main factors of innovative activity, required to work out the mechanism for regional innovative development.
- Korchagin Pavel, 32
CREATING INNOVATIVE SPACE FOR POSITIVE DEVELOPMENT OF THE AREA
The article studies peculiarities of innovative space formation, needed for the development of the area.

REGIONAL SERVICE SPHERE: ECONOMICS, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

Abramova Lubov 36

STUDIES OF DEMAND FOR BUSINESS SERVICES IN SAMARA REGION

Over the last decade, Russia's economic performance proves its intensive economic growth. The Russian market of business and professional services opens up new possibilities for Russian and foreign companies. The author presents the research results of demand for business services in Samara region.

Davidovich Anna 42

FEATURES AND TRENDS OF SOCIAL ORIENTED CATERING SYSTEMS

The article considers the problem of forming socially oriented catering system in Russia. The author provides the definition of "social catering" and outlines its main components, purpose and objectives. The work features the official statistics, characterizing potential volume of trade turnover of social catering goods and services. The author suggests basic stages of the project to establish the system of social catering and the unified system of distribution infrastructure in the form of catering complexes.

Goncharuk Alexander 45

STRUCTURE OF SERVICES AND ITS IMPROVEMENT IN CONDITIONS OF MARKET ECONOMY TRANSFORMATION

The article considers the structure of Russian service market, analyzes its problems and prospects. It also studies the shortcomings of statistical accounting of various quantitative indicators at the national level and their impact on service market development.

Vetoshko Galina 52

PECULIARITIES OF INVESTMENT ACTIVITIES IN THE FIELD OF SERVICE

The article considers the ways of attracting investments in the service sphere. Particular attention is paid to attracting investments for service development in the regions by sharp reduction of budget funding.

Hokhlenkova Lyudmila 57

THE ROLE OF PERSONAL-DEVELOPMENT POTENTIAL OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN FORMING CROSS-CULTURAL COMPETENCE AMONG FUTURE SERVICE INDUSTRY SPECIALISTS OF ECONOMIC PROFILE

The article considers the process of teaching foreign languages for future service industry specialists of economic profile in the frame of cross-cultural paradigm, possessing great personality-oriented potential and regarded as complex pedagogical phenomenon. Integrative purpose of modern foreign language teaching is expressed in interaction and interdependence of pragmatic, cognitive and pedagogical aspects.

Valiev Shamil, 63

Gavrilenko Irina

MONITORING THE MARKET OF APARTMENT BUILDINGS MANAGEMENT SERVICES. REGIONAL ASPECT

The article presents the analysis of housing and communal services in Ufa, Bashkortostan Republic and studies the market of apartment building management services. The author formulated the basic problems and set the interrelated tasks, solving which will create conditions for effective development of the housing industry based on market reforms.

MARKETS: STATE AND DEVELOPMENT

Lashmankina Ksenia 72

ANALYSIS OF TOURISM MARKET FEATURES IN MORDOVIA

The article considers characteristics of tourism market in Mordovia Republic. The author analyzes the barriers that exist in the development of tourism market and hinder its modernization.

INVESTMENTS AND INNOVATIONS

Puzankov Vadim

77

CLASSIFICATION OF INTERESTED PARTIES IN TERMS OF APPLYING INNOVATIVE SOLUTIONS

Applying innovative solutions and assessing their effectiveness is a complex economic problem to be solved taking into account multiple factors. These factors should be classified in order to determine the extent of their influence on decision making in a particular case. The article proposes the classification of interested parties in terms of applying innovative solutions and evaluating their effectiveness.

ENTERPRISES

Egorova Karina

84

PROBLEMS AND MODERN APPROACHES TO INNOVATIVE STRATEGIES IMPLEMENTATION IN RUSSIAN INDUSTRIAL COMPANIES

The article provides an overview of innovative activity in the Russian market during post-crisis period. The author characterizes innovative activity and conditions, necessary for its implementation and analyzes the formative stages of corporate strategy of company's innovative development, as well as barriers and risks for its successful development. The work features the scheme of obtaining enterprise economic efficiency through implementing innovations.

Gorina Alla,

93

Zavartseva Ekaterina

METHODOLOGICAL SUPPORT OF PROJECT MANAGEMENT SYSTEM FOR ORGANIZATIONS: SYNTHESIS AND STRUCTURING PROBLEMS

The article studies methodological basis of project management. The author provides classification and comparative characteristics of different researches, containing methodological grounds of project management. The work proves the necessity of structuring and integrated use of given methodological basis of project management in order to build corporate methodology.

Anikin Valery,

99

Anikina Oksana

ALGORITHMIC TABLE MODELING OF SMALL ENTERPRISES DYNAMICS

The article features the results of the analysis of developed algorithmic nonlinear table model in MS Excel. This model simulates the development of basic production assets of a small enterprise with limited resources.

Kvach Tatyana,

105

Kirichek Galina

USE OF INFORMATION SYSTEMS IN COMMERCIAL ORGANIZATIONS MANAGEMENT

The article considers the introduction of information systems used for organization management. Such measure is characterized as a complex technological business-process. Under information technology in this article we understand its modern meaning, and particularly the integration of computers, communications and electronics in business management, i.e. information, communication and computer technology.

Glukhova Daria

109

SYSTEM OF ANTI-CRISIS FINANCIAL MANAGEMENT OF ECONOMIC UNITS

The article studies specific anti-crisis tools, used in enterprise financial management. The author specifies the concept of anti-crisis financial management and mechanisms for its implementation. It was concluded that the development of anti-crisis financial strategy becomes the indispensable condition for creating the mechanism of anti-crisis financial management.

Matveeva Tatiana

114

METHODS FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF ASSETS MANAGEMENT

The expenses for keeping the stock form the main part of total logistics expenses. Effective assets management can be based on models that allow certain options for making concrete decisions depending on the goals set.

- Mozhanova Irina, 119
Nesmeyanova Nataliya
 ORGANIZATIONAL COMPONENT
 OF INTEGRATED RISK-MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE
In conditions of high "risk temperature" of Russian economy, the approach to risk management that is implemented at many industrial enterprises, cannot comprehensively and reliably evaluate and identify risks. Control over only the most significant financial risks does not ensure stability of the company and its ability to withstand adverse conditions. The increase in "risk spectrum" and the complication of risks at enterprises require complex approach to risk-management organization.

INFORMATION TECHNOLOGY

- Filippova Olga 128
 DEVELOPMENT OF SOFTWARE MODULE
 FOR ENTERPRISE FINANCIAL ANALYSIS BASED ON CIS "ILADA"
The article considers problems of financial analysis in Russian enterprises. The author proposes development of additional software modules for financial analysis of the company, based on corporate information system "ILADA", which can be used successfully in enterprises of different ownership forms and scope of activities to address management issues.

- Mitrofanova Yana 134
 INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT BASED ON ITIL / ITSM MODEL
The article analyses modern approaches to management, as well as information system management based on the use of ITIL / ITSM model. This model has now become an unofficial standard in the field of organization and information technology management, summarizing the best international experience.

- Yanitskaya Tatyana, 138
Malysheva Elena,
Bobrowski Sergei
 IT-PROCESSES MANAGEMENT AS INTEGRAL PART
 OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM
Quality management system for goods and services has strong influence on company's performance. Significant role in this system belongs to information resources. The article studies the approaches to IT-processes management as part of company's quality management system.

MANAGEMENT TECHNOLOGIES

- Soroko Andrei 144
 TECHNOLOGY OF FORMING AND RUNNING THE RESERVE
 OF MANAGEMENT PERSONNEL FOR CIVIL SERVICE
The author has defined methodological aspects of formation and use of management personnel reserve for public authorities.

POINTS OF VIEW

- Lysova Marina 149
 NECESSITY OF FORMING THE CONCEPT OF MORAL ECONOMICS
The article considers certain manifestations of system crisis, the necessity of transition to moral economy. The author provides a brief description of its elements, such as vision, mission, goals and implementation mechanism. The work underlines the importance of moral and economic regulations of economic interaction with the environment in modern conditions.

- Romaneeva Elena 156
 QUALITY AND SAFETY ISSUES OF CHILDREN'S GARMENT AND KNITWEAR
The article considers the safety issues of children's clothes from the consumer position, as well as clothes security from the position of manufacturing and trading enterprises. The study is based on health standards and requirements, technical regulations and quality certificates.

SHORT COMMENTS

Polupenko Artem

161

CALCULATION OF THE EFFICIENCY OF IT-OUTSOURCING IMPLEMENTING AT ENTERPRISE
The author proposes assessing method of the economic efficiency of IT-outsourcing implementation at the enterprise. The article analyzes the breakeven point in terms of each participant of outsourcing project. The ideas considered in this work are fully applicable to modern economic planning methods.

DISCUSSION AND DEBATE

Vasilchuk Olga

164

ATTRACTIVENESS ASSESSMENT OF SERVICE SPHERE COMPANIES
The article studies peculiarities of attractiveness assessment of service companies. The author presents various points of view on the concept of "loyalty" to certain companies and services. The work features the general scheme of analysis, and the model for assessing the factors affecting the loyalty of customers to mobile communication providers.

Vershinin Valentin

172

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF STAGE MARKETING MONITORING
OF ENERGY-EFFICIENT SCIENTIFIC ECONOMIC DECISIONS APPLIED
BY RF AUTHORITIES TO RUSSIAN ECONOMY
The article studies marketing concepts introduced in the mechanism of State and municipal management in the field of energy-saving. The author suggests comparative characteristics of stage marketing monitoring.

Rafikova Elina

176

MARKETING COMPONENTS OF ASSESSING CUSTOMER-ORIENTED INSTITUTIONS
OF PROFESSIONAL TRAINING FOR TEACHING STAFF OF SCHOOLS, GYMNASIUMS
AND PRE-SCHOOL INSTITUTIONS
The author presents the results of studying marketing components of customer orientated educational institutions. According to the research, these components raise the level of social partnership in the system of professional training.

Требования к материалам, представляемым для публикации в журнале**«Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика»**

1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).
2. В журнале публикуются статьи, представляющие научный и практический интерес.
3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (РУНЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе РУНЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.
4. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.
5. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителях в формате MS Word по адресу г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, каб. Г-307 (e-mail: dissovet@tolgas.ru)
6. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.
7. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
8. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5-6 строк), ключевые слова (не более 5-7), список литературы (не более 15 источников).
10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов)).
11. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
12. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисуночными подписями.
13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке пристатейных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
14. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
15. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
16. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
18. В анкете, указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.
19. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора(ов) и датой.
20. Статьи, соответствующие пп. 1-19 регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел.(8482) 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



**В ПОВОЛЖСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
УНИВЕРСИТЕТЕ СЕРВИСА
РАБОТАЮТ ДИССЕРТАЦИОННЫЕ СОВЕТЫ,
В КОТОРЫХ ПРОВОДИТСЯ АТТЕСТАЦИЯ НАУЧНЫХ
И НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ
ПО ЗАЩИТЕ ДОКТОРСКИХ
И КАНДИДАТСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ.**

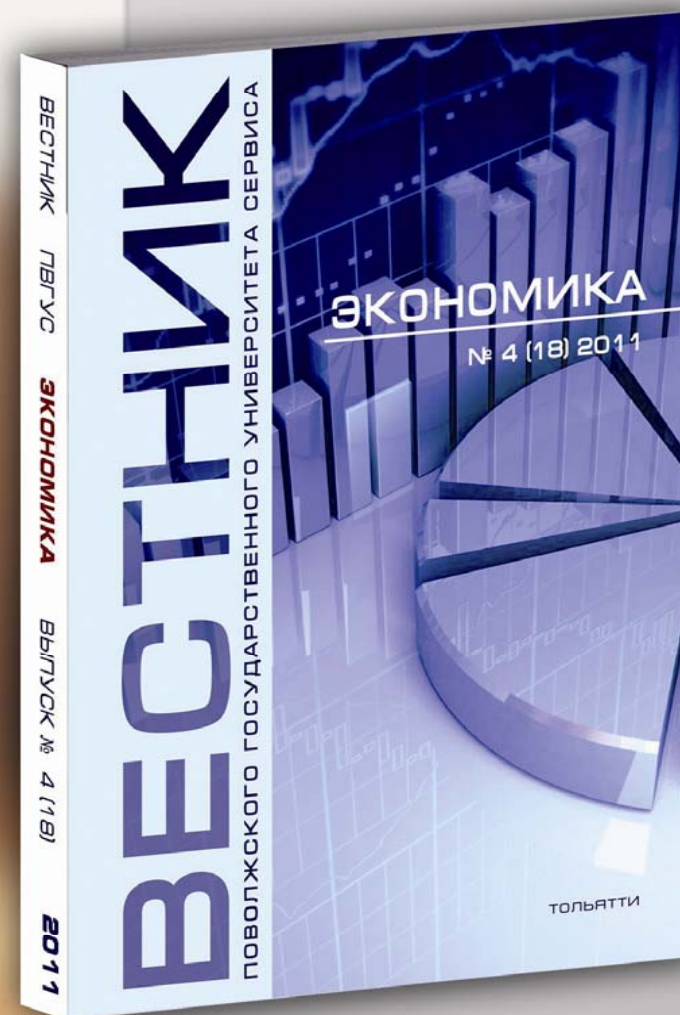
Диссертационный совет Д 212.331.01 принимает к защите докторские и кандидатские диссертации по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством» в рамках следующих областей исследования:
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг;
региональная экономика.

Объединенный диссертационный совет ДМ 212.242.12 при Саратовском государственном техническом университете и Поволжском государственном университете сервиса принимает к защите докторские и кандидатские диссертации по специальности 24.00.01 – «Теория и история культуры» в рамках следующих областей исследования:
культурология, философские науки, исторические науки



Адрес: 445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4
тел. (8482) 28-52-53, e-mail: dissovet@tolgas.ru

Следующий выпуск в сентябре 2011 года



**МАТЕРИАЛЫ ПРИНИМАЮТСЯ
В СЛЕДУЮЩИЕ РУБРИКИ:**

- 1. Макроуровень**
 - А) Экономическая политика: стратегия и тактика
 - Б) Межгосударственное управление
 - В) Международный опыт
 - Г) Государственное управление
 - Д) Управление социальным развитием
- 2. Мезоуровень**
 - А) Региональное развитие
 - Б) Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление
 - В) Региональный маркетинг
 - Г) Рынки: состояние и развитие
- 3. Микроуровень**
 - А) Управление человеческими ресурсами
 - Б) Менеджмент и маркетинг
 - В) Инвестиции и инновации
 - Г) Предприятия
 - Д) Информационные технологии
 - Е) Технологии управления
 - Ж) Маркетинговое управление
 - З) Финансы, денежное обращение и кредит
- 4. Математические и инструментальные методы экономики.**
- 5.**
 - А) Дискуссии и обсуждения
 - Б) Точка зрения
 - В) Краткие сообщения

Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>