

# ВЕЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

## ЭКОНОМИКА

№ 3 (23) 2012

ТОЛЬЯТТИ

# ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.  
СЕРИЯ ЭКОНОМИКА

№ 3 (23) – 2012 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  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Поволжский государственный университет сервиса»  
(ФГБОУ ВПО «ПВГУС»)

## Редакционная коллегия:

д.э.н., проф. Л. И. ЕРОХИНА – главный редактор

д.э.н., проф. Е. В. БАШМАЧНИКОВА – зам. главного редактора

## Члены редакционной коллегии:

д.э.н. С. А. Андреев

д.э.н. О. И. Васильчук

д.э.н. А. О. Блинов

д.э.н. Ш. З. Валиев

д.э.н. О. М. Горелик

д.э.н. А. П. Горина

д.э.н. Г. М. Кулапина

д.э.н. В. И. Макарова

д.э.н. А. А. Нечитайло

д.э.н. В. М. Рябов

д.т.н. А. Ч. Эркенов

д.э.н. В. В. Янов

Ответственный секретарь С. В. Майорова

Редактор Н. Г. Батырева

Технический редактор Н. В. Галиченкова

Подписка во всех отделениях связи:

– индекс **84641** каталога агентства «Книга-Сервис» – [www.akc.ru](http://www.akc.ru)

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Доступ и подписка на электронную версию журнала – [www.elibrary.ru](http://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](mailto:rio@tolgas.ru), тел. (8482) 222-650.

Подписано в печать 27.06.2012.  
Формат 60х80<sup>1/8</sup>. Печать трафаретная.  
Усл. печ. л. 26,0. Тираж 1000 экз. Заказ 85/02.

© Поволжский государственный университет сервиса, 2012

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

## Экономическая политика: стратегия и тактика

- Пыршева Марина Валерьевна** **9**  
ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ  
*Рассмотрены основные изменения, происходящие в системе современных международных отношений. Дана оценка роли России в реконструкции международных отношений. Рассмотрено взаимодействие России с постсоветскими странами. Раскрыты роль и значение интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Намечены меры, необходимые для активизации интеграционных взаимодействий.*
- Дудко Виктор Николаевич** **14**  
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, НЕОБХОДИМОСТЬ МОДЕРНИЗАЦИИ  
И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕГИОНАХ  
*Рассматриваются вопросы особенностей модернизации экономики в регионах.*

## Межгосударственное управление

- Пыршева Марина Валерьевна** **19**  
**Мещерякова Елена Владимировна**  
ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ  
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ.  
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
СТРАН-УЧАСТНИЦ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА  
*Рассмотрены современные интеграционные процессы, развивающиеся на постсоветском пространстве. Показаны перспективы развития и расширения Таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана. Проанализированы результаты присоединения Украины и Киргизии к действующему Таможенному союзу. Рассмотрена внешнеэкономическая деятельность стран-участниц ТС.*

## Международный опыт

- Выволокина Светлана Евгеньевна** **23**  
**Гагаринская Галина Павловна**  
ВОЗМОЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ  
В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ АЛКОГОЛИЗАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ  
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ)  
*Рассматривается международный опыт эффективной государственной политики по решению проблемы алкоголизации населения. Исследуются меры, предпринятые Российским государством в этом направлении. Проводится анализ результатов реализуемой в Российской Федерации алкогольной политики, и делаются выводы.*
- Филатова Ирина Валентиновна** **28**  
ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА  
В ПРОЦЕССЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ  
*На основе анализа зарубежного опыта рассматриваются проблемы и перспективы развития платных медицинских услуг в качестве одного из важнейших аспектов реформы здравоохранения России.*

## Государственное управление

- Барашков Олег Александрович** **33**  
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ  
И ДОЛГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В ОТРАСЛЯХ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ  
ПРОИЗВОДСТВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
*Рассмотрены отраслевые особенности использования кредиторской задолженности в качестве источника финансирования краткосрочных потребностей в финансовых ресурсах предприятиями обрабатывающих производств Российской Федерации. Приводятся результаты исследований зависимости отраслевых стратегий долгового финансирования от рентабельности продукции, финансовых результатов и других параметров финансово-экономической деятельности.*



**Юрьева Ирина Анатольевна****43****ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ  
НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ**

*Негосударственные пенсионные фонды относятся к сфере социального обеспечения и одновременно являются звеном инфраструктуры финансового рынка страны. Социальная направленность их деятельности способствует снижению социальной напряженности в обществе, позволяет более полно удовлетворять потребности пенсионеров. Аккумулируя и инвестируя в экономику значительные денежные средства, Негосударственные пенсионные фонды способствуют увеличению доли фонда накопления в национальном доходе.*

**Управление социальным развитием****Агапова Татьяна Николаевна****48****Музалева Татьяна Ивановна****ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ  
ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
НА УРОВЕНЬ ПРЕСТУПНОСТИ В СТРАНЕ**

*Представлена методика анализа взаимосвязи основных преступлений, совершаемых на территории России, с социально-экономическими факторами жизнедеятельности населения. Применение данной методики позволяет прогнозировать рост преступности и значительно повышает роль профилактических мероприятий в предупреждении различного рода преступлений.*

**Василенко Ирина Александровна****52****Почечуева Софья Александровна****ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ**

*Рассмотрена проблема конкурентоспособности вузов в тесной связи с проблемой трудоустройства выпускников, выпускник рассматривается как инвестиция, характеризующаяся чистой приведённой стоимостью (NPV). Предлагается математическая модель зависимости NPV от финансирования вуза и от дохода, получаемого вузом от работы предприятия малого или среднего бизнеса в его структуре. Модель показывает важность такого предприятия для конкурентоспособности вуза и его выпускников.*

**Ветошко Галина Владимировна****55****ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*Необходимым ключевым элементом любой экономической системы являются социально-трудовые отношения, поскольку экономически активное население не может производить или предоставлять услуги, не объединяясь с помощью определенных организационных форм для совместной деятельности и взаимного обмена результатами своего труда.*

**Региональное развитие****Грашин Сергей Александрович****60****ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА  
РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

*Различные аспекты корпоративного управления за последние десятилетия стали предметом многочисленных эмпирических исследований. Это отражает тот факт, что инвестиционное сообщество начало придавать все большее значение отношениям предприятий с различными группами заинтересованных лиц (стейкхолдерами), а также той роли, которую региональная экономическая политика играет в динамике развития информационного капитала предприятия.*

**Маркова Ольга Владимировна****63****РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
МАЛЫМ БИЗНЕСОМ РЕГИОНА**

*Обосновывается необходимость развития кадрового потенциала на малых предприятиях в регионе, который будет способствовать решению существующих проблем малого бизнеса и инновационному характеру управления в современных условиях осуществления хозяйственной деятельности.*

**Матющенко Наталия Степановна****67****ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В АНАПЕ  
И ГЕЛЕНДЖИКЕ В ПЕРИОД ЗАРОЖДЕНИЯ ПРИМОРСКИХ КУРОРТОВ**

*В туристских дестинациях наблюдается повышенная концентрация организаций индустрии отдыха и развлечений, обусловленная историческими особенностями развития данных территорий и социальной значимостью курортной деятельности. Для туристов услуги развлечений являются неотъемлемой частью турпродукта, формируют их представление о современности курорта, влияют на итоговое впечатление о качестве проведенного отдыха.*

**Филатов Юрий Николаевич****73****ЗНАЧЕНИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН  
В АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

*Рассмотрены экономические проблемы, связанные с формированием особых экономических зон, определяется их значимость как важного фактора инновационного развития региона. Рассматриваются возможности использования особых экономических зон для обновления производственного потенциала на основе масштабного привлечения инвестиционных ресурсов.*

**Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление****Старчикова Наталья Глебовна****77****ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ  
ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*Рассмотрено повышение конкурентоспособности услуг и привлечения клиентов, создание гостиничных цепей с высоким качеством обслуживания для улучшения работы гостиниц и получения максимальной прибыли.*

**Евстафьева Елена Владимировна****80****О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА  
НА МУНИЦИПАЛЬНОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ**

*Представлены результаты исследования автора в части социальной ответственности предпринимательского сектора, функционирующего на наиболее значимом для потребителей рынке – рынке сервисных услуг.*

**Егорова Стэлла Курбановна****83****ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

*Рассмотрены проблемы управленческого учета затрат на оказание туристских услуг и факторы, влияющие на этот процесс.*

**Филатова Вера Александровна****89****КОМПЛЕКСНАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ БИЗНЕС-ДИАГНОСТИКА  
ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Одним из эффективных подходов к исследованию причин потенциально возможного кризиса в рамках стратегического антикризисного управления является комплексная антикризисная бизнес-диагностика предприятий сферы услуг, которая позволяет оценить симптомы и диагностировать проявление кризиса задолго до появления его явных признаков.*

**Управление человеческими ресурсами****Калмыкова Ольга Юрьевна****97****Гагаринская Галина Павловна****ФОРМИРОВАНИЕ КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ  
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ**

*Выявлены психолого-педагогические условия по формированию у современных менеджеров конфликтологической компетентности. Рассматривается интеграция менеджерской и конфликтологической подготовки. Анализируется научно-методическое обеспечение конфликтологической составляющей в подготовке современного менеджера (научно-методические основы проектирования и реализации конфликтологической составляющей в подготовке современного менеджера; методика оценки качества конфликтологической компетентности менеджеров). Обсуждаются организацион*

**Калмыкова Ольга Юрьевна****106****Гагаринский Александр Владимирович****ШКАЛА МОТИВАЦИОННЫХ НОРМАТИВОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ  
СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ КОМПЕТЕНЦИЙ РАБОТНИКОВ**

*Рассматриваются вопросы формирования шкал мотивационных нормативов как инструмент оценки структурных элементов компетенции работников. Анализируется видовая структура компетенций предприятия и структурное представление модели компетенций работников предприятия. Рассматривается технология формирования конфликтологической компетентности работника. Разрабатывается модель процесса взаимосвязи системы мотивации и стимулирования с компетентностью работника, основанная на процессно-ориентированном подходе.*

**Менеджмент и маркетинг****Бедаева Хеда Жабраиловна****115****ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА  
В ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Представлены основные этапы управления рисками в инновационно-инвестиционной деятельности.*

## Предприятия

- Давыдович Анна Рудольфовна** **119**  
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ  
В ПРЕДПРИЯТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПИТАНИЯ  
*Рассмотрены классификация инвестиций предприятия социального питания, методы оценки эффективности инвестиций, а также отдельные показатели, система которых позволит комплексно оценить эффективность инвестиционных вложений в предприятия социального питания.*
- Чернышова Ирина Геннадьевна** **123**  
**Горностаева Алла Николаевна**  
АНАЛИЗ ЭВОЛЮЦИИ МОДЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА  
НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ  
*Представлен анализ эволюции моделей инновационного процесса на промышленном предприятии.*
- Марченко Татьяна Ивановна** **127**  
**Маева Алена Михайловна**  
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ  
КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ  
*Типологизация конкурентных преимуществ по классам является теоретической базой и для эффективного управления данными свойствами, и для учета специфики управления ими в сфере услуг в том числе. Абсолютная систематизация превосходств объектов в зависимости от одного критерия невозможна из-за их индивидуальности. Следовательно, реальные варианты классификации конкурентных преимуществ, определенные в ходе тематического обзора публикаций, нуждаются в постоянной модернизации и дополнении.*
- Марченко Виктория Станиславовна** **136**  
**Раченко Татьяна Александровна**  
ПРИМЕНЕНИЕ АППАРАТА  
ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ  
ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ  
*Рассматривается имитационное моделирование, представляющее собой серию численных экспериментов, призванных получить прогнозные значения объемов продаж операторов связи.*
- Ерохин Роман Геннадьевич** **141**  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ  
РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ  
АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ  
*Прогнозирование результатов деятельности торгового предприятия в условиях антикризисного управления является необходимым, так как современные рыночные условия характеризуются высокой степенью неопределенности, а данный процесс позволяет снизить степень неопределенности внешней среды и более точно определить пути достижения намеченной цели.*
- Егорова Галина Владимировна** **146**  
**Дегтярева Наталья Михайловна**  
ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУКТИВНОГО ПОДХОДА  
К ПРИНЯТИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ  
*Рассмотрен конструктивный подход выбора и принятия управленческого решения, основанный на отношениях предпочтения. Определены его принципы, логика, специфические условия. Основное внимание уделено алгоритму оценки эффективности решения.*
- Голощанова Татьяна Викторовна** **154**  
**Ветошко Галина Владимировна**  
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ  
*Рассмотрены основные подходы к повышению эффективности использования экономического потенциала предприятия, определены проблемы, возникающие в процессе развития и использования экономического потенциала предприятия.*

**Блинов Андрей Олегович****158****ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ  
В УСЛОВИЯХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ**

*Реструктуризация обеспечит повышение экономической эффективности и конкурентоспособности, позволит создавать новые организационные структуры, управленческую культуру, формировать новое сознание руководителей и специалистов. Описанный процесс эффективного внедрения изменений в деятельность предприятий возможен за счет формирования лояльности сотрудников. На основе анализа авиационной промышленности предложены рекомендации для устранения недостатков организационной культуры, определены элементы системы управления лояльностью сотрудников, позволяющие своевременно вносить изменения в кадровую политику, минимизировать угрозы корпоративной безопасности, конфликты в коллективе, повышать лояльность персонала и эффективность деятельности предприятий в целом.*

**Шнякина Юлия Равильевна****164****Салонина Яна Владимировна****ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*С переходом к постиндустриальной стадии развития экономики более актуальными становятся вопросы исследования эффективности деятельности предприятий и систематизации научно обоснованных подходов к экономическому сопровождению данной категории.*

**Соколова Ирина Александровна****168****Прохорова Наталья Алексеевна****ВНУТРЕННЯЯ БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ  
КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА  
УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

*Рассматриваются вопросы сущности и содержания внутренней бухгалтерской управленческой отчетности, принципы и основные условия ее формирования, виды внутренней бухгалтерской управленческой отчетности, требования к информационной базе управленческого анализа.*

**Никитин Михаил Владимирович****173****Захарова Татьяна Николаевна****РЫНОЧНЫЕ ИННОВАЦИИ  
СОВРЕМЕННЫХ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫХ  
МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Предлагаемая концепция клиентоориентированности предусматривает маркетинговый анализ рыночной успешности тех или иных видов отечественных товаров или услуг, которые были произведены (или закуплены) на основании авторских критериев маркетинговой разветвленности, т. е. рамификации рыночных притязаний экономического котедума. В это понятие нами включались и были реализованы задачи по маркетинговой идентификации условий рыночной среды (коэффициент инфляции, стоимость энергоносителей и т. д.) при прогнозировании потенциальной рентабельности и уровня продаж разрабатываемых (новых) видов товаров и услуг российских предприятий.*

**Дискуссии и обсуждения****Богунев Леонид Александрович****177****РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ СЕГОДНЯ.  
АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ**

*Рассмотрены вопросы роли феномена «экономическое мышление» на современном этапе развития национальной экономики, дано собственное понимание экономического мышления, проанализированы необходимость и возможности формирования экономического мышления в современном экономическом образовании, представленные в конкретных положениях.*

**Юшкова Светлана Дмитриевна****181****СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

*Приводится научно-теоретическое обоснование стандартизации для целей управления, доказывається целесообразность применения стандартов качества деятельности для создания действенной системы контроля и управления бизнес-процессами на примере банков.*

**Козловский Владимир Николаевич**

**190**

**Полякова Екатерина Владимировна**

**Пимкина Екатерина Сергеевна**

**АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ СМИ**

**С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КАЧЕСТВА И НАДЕЖНОСТИ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ**

*Представлены результаты работы над проблемой адаптации информации специализированных СМИ к решению задачи повышения эффективности измерения качества и надежности системы электрооборудования, в частности, автомобилей в целом.*

### Точка зрения

**Улыбина Лариса Витальевна**

**198**

**НДФЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЫРАВНИВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ**

*Раскрывается социально-экономическая сущность подоходного налогообложения, выявляются роль и значение НДФЛ в формировании доходной части бюджета Российской Федерации, определяется степень неравенства в доходах населения страны, предлагаются пути решения современных проблем в налогообложении доходов физических лиц.*



## МАКРОУРОВЕНЬ

## Экономическая политика: стратегия и тактика

УДК 339.9

**М. В. Пыршева\****\*Пыршева Марина Валерьевна, кандидат биологических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

kaf\_evd@tolgas.ru

**ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

*Ключевые слова: реструктуризация, интеграция, международные отношения, Российская Федерация, Содружество Независимых Государств, постсоветское пространство.*

*Рассмотрены основные изменения, происходящие в системе современных международных отношений. Дана оценка роли России в реконструкции международных отношений. Рассмотрено взаимодействие России с постсоветскими странами. Раскрыты роль и значение интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Намечены меры, необходимые для активизации интеграционных взаимодействий.*

Актуальной проблемой современности являются значительные изменения в системе международных политических и экономических отношений. Эти изменения связаны с вовлечением в систему МЭО новой группы держав, имеющих значительный экономический, демографический, научно-технический и другие потенциалы, использование которых создает определенные преимущества данной группе держав. Сформировавшаяся система международных отношений оказалась морально несостоятельной. Она не отвечает интересам человечества, потребностям поступательного развития мирового сообщества, столкнувшегося с судьбоносными вызовами, требующими коллективных усилий для их решения.

Сегодня мировые процессы определяют три геополитических центра: Северная Америка, Европа и Китай, ведущие жестокую борьбу между собой и одновременно формируя глобальные поля напряженности. Потенциалы, которыми они обладают, выделяют их в качестве мировых лидеров: огромный экономический потенциал с числом потребителей не менее 400 млн человек и с ВВП не менее 20 трлн долларов в год; собственной мировой валютой; вооруженными силами, способными решать задачи в любом регионе мира, космическом пространстве, Мировом океане, со своими геополитическими интересами и глобальной стратегией развития. На мировые процессы также активно влияют геополитические субъекты, зачастую берущие на себя функции государства. Так, субъектами мировой политики и экономики стали транснациональные сообщества, бросившие вызов государствам. В системе международных отношений задействованы 45 тысяч ТНК, более 1000 транснациональных банков, 16 международных финансовых центров,

штабные организации в виде МВФ, Мирового банка. На страже их интересов стоят НАТО, спецслужбы США. Россию в этой системе относят ко второму эшелону мировых игроков. Ее признают в качестве державы мирового уровня благодаря уникальным природным ресурсам, наличию ядерного потенциала, огромной территории и тому, что она является правопреемницей бывшей супердержавы – СССР [1]. Все это прошлое наследие, необходимо создавать новый геополитический потенциал, чтобы не скатиться в третий эшелон, в число сырьевых слаборазвитых стран.

Россия не осталась в стороне от перестройки международных экономических отношений. Реструктуризация этих отношений послужила фактором, способствовавшим восстановлению ее позиций на мировой арене, утраченных после распада СССР. Страна сумела преодолеть кризисные тенденции и возвратилась на мировую арену с самостоятельной политикой, с позицией неприятия чьей-либо гегемонии, поддержки «многополярного» мироустройства. Россия встала на путь дифференциации своих международных связей в проводимой многовекторной внешней политике. Учитывая ее географическое положение и глобальные интересы, необходимость обеспечения простора для внешнеэкономического маневра, этот факт явился естественным и правомерным результатом в проводимой экономической политике государства. Внешнеэкономическая стратегия имеет равноприоритетное отношение европейскому, американскому, азиатскому направлениям. Россия стала возвращаться в те регионы, которые выпали из ее поля зрения в перестроечные годы – на Ближний Восток, Африку, Латинскую Америку. Ей удалось добиться определен-

ных результатов в развитии многообразных связей со странами СНГ. Интеграционные процессы на пространстве СНГ протекают достаточно вяло, для их активизации в декабре 2010 года был создан Таможенный союз и были достигнуты договоренности о создании Евразийского союза на базе единого экономического пространства Белоруссии, Казахстана, России. Еще в ельцинский период развития России государства СНГ были официально объявлены приоритетными партнерами во внешней политике страны. В действительности с момента возникновения СНГ наблюдается ежегодное падение объемов товарооборота во взаимной торговле входящих в него стран (как правило, на 10–15% по сравнению предыдущим годом). При этом основным показателем эффективности интеграционных процессов в мировой практике является показатель товарооборота. Удельный вес торговли стран Содружества между собой на протяжении последних лет составил лишь одну треть от общего объема внешней торговли СНГ, тогда как в 1991 году этот показатель достигал 60%.

На фоне снизившейся в последнее время экономической и интеграционной роли России на постсоветском пространстве (доля стран СНГ в совокупном российском внешнеторговом товарообороте соответствует 14–15%; доля стран Евросоюза – 52–54%), несмотря на неудачи в воссоздании единого экономического пространства, следует констатировать, что между странами СНГ сохраняется достаточно глубокая взаимозависимость. Страны Содружества нуждаются в российском рынке для своих товаров, в энергоресурсах России (особенно Украина, Беларусь, Армения, Молдова). Через российскую территорию и транспортные пути осуществляется транзит грузопотоков по многим направлениям. Очевидной является роль России в поддержании жизнеспособности стран Содружества, которые до сих пор не являются самодостаточными, особенно в экономической сфере деятельности. За время существования СНГ осуществлялась неоднократная помощь и поддержка государств, входящих в эту структуру. Примером могут служить такие факты, как неоднократное списание многомиллиардных долгов бывших республик СССР, использование льготных цен на российские энергоносители. Ежегодно мигрантами вывозится с территории России порядка 16–20 миллиардов долларов. Это помогает снижать социально-экономическую напряженность в пределах государств СНГ, способствует их экономическому процветанию. Россия также во многом заинтересована сохранять и развивать торгово-экономические связи со своими ближними и традиционными партнерами. Сегодня напрямую от кооперационных связей в странах Содружества зависят 102 отрасли российской экономики, особенно в машиностро-

нии, военно-промышленном комплексе, легкой, химической промышленности.

Количественная оценка экономических выгод государств СНГ от сотрудничества с Россией в 2000–2009 гг. выглядит следующим образом:

1. Суммарный эффект от чистого притока капитала составил около 40 млрд долларов. Результат – стимулирующий и стабилизирующий эффект для экономики этих государств.

2. Суммарный эффект по статьям трудовой миграции составил около 70 млрд долларов. Результат – значительный стимул для экономического развития стран Содружества и повышении конкурентоспособности их человеческого капитала.

3. Суммарный эффект от поставки энергоносителей по льготным ценам составил более 60 миллиардов долларов. Результат – повышение конкурентоспособности и расширение экспорта. Рост доходов за счет экспорта продукции, изготовленной из российского нефтегазового сырья (Украина, Белоруссия).

Необходимо помнить, что дальнейшее развитие многих отраслей и подотраслей промышленности стран Содружества во многом зависит от возможностей сбыта их продукции на российском рынке. В Россию экспортируется около половины всех изделий, обработанных в СНГ, из них 60–65% различного оборудования, машин, транспортных средств. Особенно значителен экспорт из Белоруссии, поставляющей нам дорожную технику, трактора, грузовые автомобили, двигатели внутреннего сгорания, холодильники и морозильники, металлообрабатывающие станки, телевизоры, обувь, шины, мебель и др. Украинские производители не менее сильно зависят от поставок на российский рынок. Государства СНГ успешно воспользовались ситуацией, связанной с расширением спроса на импортную продукцию в нашей стране. За истекший период начиная с 2000 года увеличилась доля ввоза с территории этих стран: сыров – с 13 до 39%, химических волокон и нитей – с 53,5 до 76%, грузовых вагонов – с 42,5 до 57%, тракторов – с 34 до 208% [2]. Несомненно, большие выгоды от торгово-экономического сотрудничества с Россией имеет Белоруссия. В 2000-е годы 64% белорусского ВВП было получено за счет доходов от экспорта в третьи страны продукции, изготовленной из российского нефтегазового сырья, доходов от экспорта товаров и услуг в РФ, прямого финансирования белорусской экономики, скрытых субсидий по поставкам российских энергоносителей. Поставка дешевых российских энергоносителей в страны Содружества способствовала повышению конкурентоспособности их экономики. Особенно выиграли энергетические производства, в том числе черная металлургия Украины, которая является главной экспортной отраслью этого государства. В целом в 2000-е годы баланс финан-

сово-экономических результатов сотрудничества России со странами Содружества складывается в пользу последних. Помощь РФ в этот период составила порядка 100 миллиардов долларов, еще более 75 миллиардов долларов получили Украина и Белоруссия от реэкспорта российских нефти и газа и продукции, полученной из российского нефтегазового сырья. Сотрудничество России со странами СНГ помогает в решении важных гео-экономических задач на постсоветском пространстве. Государства Содружества составляют жизненное пространство, необходимое России для поддержания ее хозяйственной целостности, обеспечения устойчивого развития, сохранения статуса великой державы.

Если при взаимодействии со странами дальнего зарубежья РФ стремится к экономически эффективному участию в международном разделении труда, то во взаимодействии со странами СНГ она исходит из двух критериев – геополитической целесообразности и экономической эффективности. Для России пространство СНГ является ключевой зоной ее геополитических интересов. Для стран Содружества основной целью сотрудничества с РФ является получение максимальных экономических выгод для развития собственной экономики, обеспечения ее конкурентоспособности. Значительная разница экономических потенциалов России и стран СНГ обуславливает различие их интересов в ходе взаимного торгово-экономического взаимодействия.

Доля нашего государства в совокупном региональном ВВП стран Содружества составляет 72% (в паритетных ценах), на нее приходится 67–68% суммарного экспорта товаров и услуг. Доля России в ВВП ЕвразЭС и Таможенного союза составляет около 90%. Экономика РФ больше экономик Таджикистана, Киргизии, Молдавии в 160-165 раз, экономика Грузии и Армении – в 100 раз.

Нашей стране необходимо выстраивать свои отношения с данной группой государств с учетом этих различий, на взаимовыгодной основе. Сейчас, на фоне мирового финансового кризиса, необходимость такого сотрудничества становится особенно актуальной. Решающая роль в модернизации интеграционных процессов на пространстве СНГ должна принадлежать России, которая является своеобразным ядром интеграции с другими постсоветскими странами. Для дальнейшего развития интеграционных процессов необходимо не ограничиваться созданием Таможенного союза и ЕЭП, а формировать широкую евразийскую зону экономического сотрудничества с участием стран СНГ и ЕС и выходом на АТР. Важнейшим условием достижения этой цели является хозяйственная консолидация постсоветского пространства. Одновременно это и важнейшая стратегическая задача России на пространстве СНГ. На данном этапе раз-

вития наша страна заинтересована в реинтеграции значительной части постсоветского пространства. Успешный проект реинтеграции создаст благоприятные условия для региональной экспансии российского бизнеса, наиболее полного использования геоэкономического и транзитного потенциалов, обеспечит стабильность ресурсной базы и снимет демографические, инфраструктурные, организационно-технологические, спросовые ограничения для дальнейшего развития России.

Появляется возможность координации деятельности между нашими странами на тех товарных рынках, где государства СНГ являются главными игроками и могут влиять на конъюнктуру и цены. Таким образом, будут созданы благоприятные условия для большей диверсификации российского экспорта за счет более тесного взаимодействия хозяйственных комплексов стран СНГ и ускоренного развития кооперативных связей.

Перспектива реинтеграции станет особенно привлекательной, если Россия предложит «мягкий» реинтеграционный проект, не ограничивающий свободу и суверенитет участников, позволяющий присоединиться к нему третьим странам на взаимовыгодных условиях. Привлекательность экономической реинтеграции для стран Содружества будет возрастать за счет расширения внутриотраслевой торговли и деятельности транснациональных корпораций в этом регионе.

Модернизация хозяйственного комплекса стран СНГ невозможна без дальнейшего развития интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Базовыми материальными предпосылками для активации региональной интеграции на постсоветском пространстве являются следующие:

- усиливается значимость стран Содружества в качестве рынков сбыта продукции обрабатывающей промышленности. За период с 2000 г. по настоящее время доля СНГ в экспорте продукции российской обрабатывающей промышленности увеличилась на 25%. В эти страны направляется 75–85% российского экспорта продукции химической и пищевой промышленности, фармацевтики, транспортных средств;

- общая транспортная инфраструктура, сформировавшаяся в период существования Советского Союза, до сих пор имеет большое значение и является основным транспортным коридором для стран СНГ;

- интенсивность миграции трудовых ресурсов на постсоветском пространстве имеет нарастающую тенденцию. Мигранты создают 3–5% ВВП России, в то время как их денежные переводы из РФ составляют 50% ВВП Таджикистана, 10% Армении, 30% Молдавии и Киргизии. Геоэкономические интересы России в данном регионе порождают ряд торгово-политических и экономических последствий. Необходимым при-

знается финансовое донорство нашей страны в отношении государств Содружества, при этом все расходы по СНГ должны быть соотнесены с получением долговременных выгод. Для достижения долговременных целей неизбежной является асимметрия экономических выгод сотрудничества, немедленных для партнеров по СНГ и отложенных для России. Данная асимметрия определяет разную заинтересованность в интеграционных процессах. РФ больше заинтересована в процессах реинтеграции, поскольку они обеспечивают ей достаточные условия получения геоэкономических выгод на постсоветском пространстве в условиях растущей политической и экономической конкуренции со стороны Евросоюза, США, Японии и Китая. Пока наша страна проигрывает в этом жестком противоборстве.

Евросоюз является нашим системным конкурентом. Для стран Содружества он важен как рынок сбыта сырья и полуфабрикатов, как поставщик современного оборудования. Чтобы противостоять сплочению стран СНГ, европейцы применяли различные методы воздействия, в том числе финансовую помощь на проведение экономических и политических реформ. В перспективе, столкнувшись с реальной угрозой сокращения своей доли на мировом рынке, в условиях жесткой конкурентной борьбы с США и Китаем они могут изменить свою стратегию. Тогда партнерство с Россией и СНГ может пригодиться ЕС для укрепления своих позиций на мировой арене.

В последние годы на рынках государств Содружества значительно укрепились позиции Китая. Его присутствие особенно ощутимо в странах Центральной Азии, которые рассматриваются как сырьевая периферия КНР, источник энергетических ресурсов, рынок сбыта китайских товаров, а также транзитный коридор, соединяющий его с другими государствами. Пекин стремительно наращивает свое присутствие в СНГ, кредитует взаимную торговлю, предоставляя займы на льготных условиях, финансово поддерживая свои компании, работающие здесь. Противостоять укреплению позиций Китая в регионе достаточно трудно. Необходимо переводить взаимоотношения с этим государством в новое русло сотрудничества (СНГ – КНР).

Конструктивное взаимодействие России возможно и в отношениях с США. Последние рассматривают СНГ как зону своих жизненных интересов. Они сумели обеспечить себе лидирующие позиции в нефтегазовом секторе Казахстана и Азербайджана. Сейчас США являются самым крупным инвестором в энергетическом секторе Азербайджана и продолжают наращивать свое присутствие здесь. После распада СССР Соединенные Штаты начали активно вкладывать средства в экономику Казахстана. К моменту первых вложений России в экономику этой страны американские корпорации уже направили сюда око-

ло 3,2 млрд долл. прямых инвестиций. Кроме того заметно усилилась активность США в Узбекистане и Туркмении. На рынках закавказских стран серьезным конкурентом России выступает Турция, которая стремится закрепить свои позиции в качестве реэкспортера и транзитера азербайджанских нефти и газа.

Таким образом, вызовы, с которыми столкнулась Россия в современный период, носят достаточно острый характер. Для их решения и защиты своих стратегических интересов нашей стране необходимо разработать проект реинтеграции, максимально привлекательный для государств Содружества. Это должно стать ключевым моментом современной внешнеэкономической стратегии страны в условиях глобализации [3]. РФ является страной глубоко неиспользованных возможностей. Располагаясь в центре Евразии, между конкурирующими Западом и Востоком, она приобрела новый интерес для основных игроков на международной арене, желающих видеть в ней союзника, а не противника в жесткой конкурентной борьбе. В заявлении известного политика Х. Соланы прозвучала мысль о том, что если США, Европа и Россия будут вместе, они и дальше будут играть лидирующую роль в мире [4].

Для реальной интеграции нашей стране необходимо:

- определить четкие интеграционные приоритеты на постсоветском пространстве и отказаться от множества неэффективных интеграционных проектов;
- выработать дееспособные сценарии развития интеграционных процессов, опираясь на созданную структуру ЕврАзЭС как площадку для дальнейшего объединения постсоветских государств;
- на фоне растущей конкуренции со стороны развитых стран, а также государств Юго-Восточной и Южной Азии и Китая государственная политика РФ должна быть направлена на усиления ее позиций в качестве инвестора в разработку природных ресурсов постсоветских государств;
- необходимо изменить внешнеэкономическую стратегию страны с целью усиления внимания к постсоветским государствам.

В дальнейшем Российской Федерации необходимо выстраивать свои межгосударственные отношения таким образом, чтобы баланс выгод и издержек интеграции в мировое хозяйство складывался в ее пользу. Важнейшим инструментом эффективной реализации национальной внешнеэкономической стратегии РФ должно стать расширение зоны интеграционного сотрудничества на значительной части евразийского пространства.

*Библиографический список*

1. Брутенц К. О реконструкции современных международных отношений // МЭиМО. – 2009. – № 12. – С. 26-37.
  2. Спартак А. Н. Россия и постсоветское пространство // МЭиМО. – 2010. – № 8. – С. 32-45.
  3. Спартак А. Н. Внешнеэкономическая стратегия России в условиях глобализации // МЭиМО. – 2008. – № 5. – С. 3-13.
  4. Оболенский В. П. Роль внешнеэкономического фактора в экономическом развитии России // МЭиМО. – 2008. – № 5. – С. 13-18.
- 

***M. V. Pyrsheva\****

*\*Pyrshova Marina, PhD in Biology, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_evd@tolgas.ru*

**FEATURES OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF MODERN RUSSIA**

*Key words: restructuring, integration, international relations, Russian Federation, the Commonwealth of Independent States, former Soviet Union.*

*The article considers the main changes in the system of international relations and the role of Russia in their reconstruction. The author analyzes the interaction between Russia and former Soviet countries and explains the role and importance of integration processes in the former Soviet Union. The measures needed to enhance the interactions aimed at integration are outlined in the work.*

---

© Пыршева М. В., 2012

УДК 332.1

**В. Н. Дудко\***

*\*Дудко Виктор Николаевич, доктор экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_evd@tolgas.ru*

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, НЕОБХОДИМОСТЬ МОДЕРНИЗАЦИИ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕГИОНАХ

*Ключевые слова: регион, экономика, постиндустриальная, модернизация, антирыночный, инновации, глобализация, валовой региональный продукт.*

*Рассматриваются вопросы особенностей модернизации экономики в регионах.*

Успехи в экономическом развитии Российской Федерации зависят от осуществления модернизации экономики в целом и регионов, входящих в ее состав, в частности. Уровень развития региональной экономики в масштабах Российской Федерации существенно различается. Модернизационные процессы, осуществляемые в рамках тех или иных регионов, зависят от особенностей развития экономики как в дореформенный период, так и в период проведения реформ. Управляя модернизацией региональной экономики, следует учитывать как общие закономерности осуществления модернизационных процессов, так и их специфику, связанную с особенностями регионального развития. Это предполагает выявление наиболее важных подходов, методов к осуществлению модернизации региональной экономики, использованию современного инструментария в выработке направлений и осуществлении процессов модернизации.

Модернизация экономики осуществляется и на уровне регионов. В условиях России региональная экономика по структуре эффективности, результативности и другим показателям имеет существенные отличия. В современной социально-экономической литературе существуют различные мнения экономистов по поводу трактовки понятий «региональная экономика», «регион». Наиболее часто под регионом понимается определенная подсистема народного хозяйства, которая организуется на основе взаимодействия отраслевого и территориального разделения труда. Различие мнений экономистов относительно трактовки понятия «региональная экономика» позволяет сделать вывод, что общим является признание выделения объективной основы региона – территориального разделения труда, а в практическом применении – территориального аспекта формирования рынка. Регион – это социально-экономическая пространственная целостность, характеризующаяся структурой воспроизводства, наличием территориальной интеграции форм собственности, концентрацией населения, рабочих мест, духовной жизни человека, имеющая соответствующие органы управления своей

территорией (область, край, республика).<sup>1</sup> Регион может быть охарактеризован как социально-экономическая пространственная целостность с характерной структурой воспроизводства, наличием территориальной интеграции форм собственности, концентрацией населения, рабочих мест, социально-трудовыми отношениями, духовной жизнью человека и имеющая соответствующие органы управления.

Экономика региона развивается на определенном пространстве. Понятие регионального пространства выступает как многоуровневая система экономических и социальных отношений, концентрируемых и интегрируемых территориально-направленными производственными и потребительскими мотивами в общем процессе развития глобализации, что позволяет определить принципы эффективного взаимодействия отраслевого и территориального разделения труда и предпосылки для получения синергетического эффекта в качестве основы развития производительных сил региона.

На развитие регионального пространства и процессов регионализации в целом оказывает существенное влияние глобализация. Оно проявляется в формировании внутренних предпосылок для экономического роста посредством проведения эффективных и единых по своей стратегической направленности федеральной политики развития социально-сервисных структур и региональной политики, способствующей формированию устойчивой системы внутренних связей территориального производственного комплекса на основе вовлечения участников рынка в инновационные процессы, диверсифицирующих занятость и повышающих уровень воспроизводственной сбалансированности.

---

<sup>1</sup> Вместе с тем в современных условиях, когда регион становится главным объектом экономических политических отношений, возникает потребность в дальнейшем развитии традиционных научных трактовок. Важно в этой ситуации определить специфику и приоритеты формирования региональной экономики, основанные на сравнительных преимуществах того или иного региона, особенностях его исторического и культурного развития.



Целью функционирования региональной экономики является обеспечение достаточно высокого уровня и качества жизни населения соответствующего региона, поэтому, с одной стороны, региональная экономика должна базироваться на использовании трех основных принципов:

во-первых, тщательный учет потребностей населения региона, состояния и динамики формируемых рынков, интересов государства и отдельных предприятий;

во-вторых, создание условий для максимального приспособления структуры экономики региона к внутренним и внешним факторам;

в-третьих, активная реализация региональных интересов.

Но, с другой стороны, реализация этих принципов требует насыщения территориальных экономических форм все более сложным содержанием экономических отношений.

Системная специфика категории региональной экономики и развития регионального экономического пространства связана с формированием новых управленческих структур, обеспечивающих завершение рыночной трансформации региональных компонентов бывшего единого народнохозяйственного комплекса (сохраняющих антирыночный локальный монополизм, разрушающую коррупцию, отсутствие предпосылок формирования свободной конкуренции и частного предпринимательства), что определяет стратегическую траекторию современной модернизации социально-экономических и организационно-экономических отношений.

Обобщая модернизационные доктрины, следует полагать, что основное содержание модернизации российской экономики будет проходить по ее региональным компонентам, на уровне которых создаются основные сетевые и субъектные структуры инновационной экономики и имеется возможность эффективной поддержки институтами управления, позволяющими использовать единые и дополнительные нормативы отчислений по федеральным и региональным налогам и сборам, межбюджетные трансферты, региональные фонды компенсаций и отдельные полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации, делегируемых на муниципальный уровень, что будет способствовать формированию регионального пространства новых экономических отношений. Такое направление модернизационных процессов способствует формированию социально-экономического потенциала региона.

Он характеризуется множеством сочетаний различных взаимосвязей компонентов, при котором региональная система будет находиться в той или иной форме равновесия (т. е. отсутствия достаточных стимулов и мотивов к изменениям существующего состояния системы), что позволяет комплексно выявлять положительные и отрицательные тенденции развития, осуществлять

оценку эффективности использования основных составляющих социально-экономического потенциала и вырабатывать соответствующие приоритеты его модернизации (закрывающиеся прежде всего в функциональной роли социальных факторов как необходимого условия модернизации).<sup>2</sup>

Позитивные тенденции в развитии экономического пространства выявляются на основе анализа основных макроэкономических показателей и предполагают сглаживание тенденции нарастания дифференциации в размерах и темпах роста валового регионального продукта. Расширение и усиление межрегионального взаимодействия оптимизирует воспроизводственную структуру депрессивный территорий, делая ее основные характеристики сопоставимыми с общероссийскими, что позволяет определить ряд приоритетных направлений экономического развития за счет повышения эффективности управленческих решений без привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

В настоящее время идет процесс формирования субрегионов, к числу которых относится Приволжский федеральный округ (ПФО), состоящий из различных по уровню социально-экономического развития регионов. Он занимает достаточно высокое место по основным макроэкономическим показателям российского пространственного образования. Однако общая дифференциация между регионами внутри него достаточно существенна. Выраженной спецификой ПФО является достаточно высокий уровень производства ВРП как показателя эффективности хозяйственной деятельности (табл. 1).

Развитие модернизационных процессов позволяет сократить разрыв в уровнях производства ВРП. Процессы экспоненциального нарастания количества экстерриториальных сетевых форм и структур производственных и сервисных организаций, доминирование тенденций глобализации над тенденциями национального и регионального развития, формирование постиндустриальной экономики и экономики знаний требуют ускоренного создания единых сетевых производственных, сервисных и инфраструктурных комплексов на основе межреспубликанского взаимодействия с использованием инструментов фондового рынка, создания региональных внебюджетных накопительных фондов и формирования инвестиционно-заемной системы для привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

<sup>2</sup> Регионы по уровню социально-экономического развития характеризуются как депрессивные (умеренно-депрессивные, с усиливающейся депрессией и глубоко депрессивные) и среди них различают с интегральным показателем развития, не превышающим половины от среднероссийского, что позволило разработать методику определения этого показателя с более полным учетом социальных факторов и функциональных противоречий и выделить три подгруппы депрессивных регионов, которые оказывают значительное влияние на состояние регионального экономического пространства.

Таблица 1

**Производство ВРП в Приволжском федеральном округе\***

	Площадь территории	Численность населения на 1 января 2010 г.	Среднегодовая численность занятых в экономике	Валовой региональный продукт в 2008 г.	Валовой региональный продукт на душу населения в 2008 г.
Приволжский федеральный округ	6,06	21,22	21,4	15,6	
Республика Башкортостан	0,84	2,87	2,6	2,2	28
Республика Марий Эл	0,14	0,49	0,5	0,2	69
Республика Мордовия	0,15	0,58	0,6	0,3	80
Республика Татарстан	0,40	2,66	2,7	2,7	12
Удмуртская Республика	0,25	1,08	1,1	0,7	40
Чувашская Республика	0,11	0,90	0,8	0,5	55
Пермский край	0,94	1,90	2,0	1,8	19
Кировская область	0,70	0,98	1,0	0,4	64
Нижегородская область	0,45	2,34	2,6	1,7	30
Оренбургская область	0,72	1,49	1,6	1,2	24
Пензенская область	0,25	0,97	1,0	0,4	65
Самарская область	0,31	2,23	2,3	2,1	20
Саратовская область	0,59	1,81	1,8	1,0	51
Ульяновская область	0,22	0,92	0,9	0,4	59

\*На основании данных Госкомстата РФ. [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

Для каждого региона должна быть сформирована иерархическая система приоритетов регионального развития как интегрированного комплекса инструментов организационно-экономических, управленческих (разработка и реализация всех стратегических проектов при непосредственном и открытом участии всех субъектов территории), что предполагает изменение стиля управления властными структурами во всех субъектах федерации региональной экономикой и создание основных предпосылок для ее модернизации (как формирования нового экономического пространства).<sup>3</sup>

Экономическое пространство в условиях формирования постиндустриальной инновационной экономики можно рассматривать как интеллектуально-инновационное, которое представляет собой такую структуру, конструкцию и комбинацию связей между научно-технологическими возможностями и определенными действиями по их реализации, которые могут обеспечить единение интеллектуального потенциала с инновационным потенциалом региона и давать положительный социально-экономический результат. Интеллектуально-инновационное пространство включает в себя предприятия, библиотеки, школы, вузы, медучреждения и т. д., обеспечивающие диверсификацию местной экономики и формирование территориальных инновационно-технологической цепочек. Научные парки, промпарки, технопарки, бизнес-инкубаторы должны оказывать влияние на модернизационные процессы в рамках развития интеллектуально-инновационного пространства.

<sup>3</sup> Регион – совокупность самих различных отраслей, охватывающих производство, распределение, обмен и истребление благ и услуг, функционирование которых формирует соответствующую систему социально-экономических отношений на определенной территории. Последние и превращаются в основную содержательную характеристику региона.

Формирование элементов постиндустриальной экономики, неравномерность экономического и социального развития территорий в Российской Федерации, значительная социальная дифференциация населения актуализируют внимание к проблемам регионального развития.

Дальнейшее экономическое развитие России не может осуществляться «без поступательного регионального развития, создания экономических и правовых механизмов в регионах, способных развить у людей инициативу и стремление к обновлению и долговременному инновационному хозяйствованию. Региональное экономическое развитие должно сопровождаться становлением гражданского общества, совершенствованием нравственно-этических отношений. Оно характеризуется не просто индустриально развитыми производительными силами, а воспроизводимыми на инновационной основе. Регионы должны развиваться с учетом своего экономического потенциала, национального менталитета и мирового опыта. Он указывает на то, что в условиях формирования современной региональной экономики следует учитывать экономические и социальные стороны, нравственные, психологические, этические и другие отношения. Выявления тенденций ее развития и получения желаемого результата, имеющихся институтов (методов, инструментов) уже недостаточно.

Система жизнедеятельности людей не ограничивается каким-то одним фактором, она включает все стороны существования человека. Происходит не только взаимодействие субъектов, но и взаимное проникновение экономики в социум и культуру, социума в экономику и культуру и т. д. Разрешение возникающих противоречий возможно только на основе согласованного взаимодействия. Возникает необходимость оптимизации не отдельных операций управления, но целых групп социальных отношений и бизнес-процессов.

Модернизация региональной экономики проявляется в способности регионов в их стратегическом развитии и саморазвитии. Управление скоординированным и социально ориентированным саморазвитием, а также стратегическим развитием становится насущной проблемой. Эти проблемы предполагают разработку законодательных и экономических механизмов, обеспечивающих взаимодействие федеральных и региональных органов власти, повышение социальной ответственности бизнеса в рамках тех или иных территорий. Существующие теоретико-методологические подходы стратегического развития региональной экономики ориентируются на принципы и закономерности рыночного хозяйства периода свободной конкуренции или монополистического капитализма, характерные для XIX века и первой половины XX века, в основном экстраполирующие прошлое в будущее. Современные рыночные отношения, отличающиеся от присущих даже XX веку, не учитывают диалектики спроса и предложения, когда спрос абстрактного, а не конкретного потребителя играет доминирующую роль. Возрастает роль духовных ценностей.

Выше указывалось, что модернизация региональной экономики, осуществляемая на основе цивилизационного подхода, исходит из необходимости и возможности формирования экономики, ориентированной на развитие человеческой личности. Нахождение новых граней взаимодействия людей требует новых теоретических подходов к пониманию стратегического развития экономики регионов. Содержание, методы и направленность стратегий развития территорий должны обеспечивать единство экономических и нравственно-культурных подходов, создавать условия для появления людей с новыми цивилизационными ценностями, на основе идей гражданского общества и партнерских отношений, формировать действенные механизмы для проведения реальной модернизации экономики.

Осуществляя модернизацию региональной экономики и определяя перспективы развития региона, используют разнообразные научные инструменты (методы, подходы, институты).<sup>4</sup> Как правило, ранее они были ориентированы на выделение какого-то одного фактора или крайне ограниченного их числа, оказывающих воздействие на развитие региональной экономики, придавая ему (им) ведущую роль, и на этой основе осуществляется проведение необходимых расчетов. В результате такого подхода имеет место преуве-

личение роли отдельных факторов в трансформации настоящего и движения к будущему.

Современная практика осуществления модернизационных процессов показывает, что на них оказывают воздействие многие факторы и их эффективность может быть обеспечена использованием всего современного арсенала управления, основанного на междисциплинарном подходе.

Управляя модернизационными процессами в рамках региональной экономики, следует остановиться на следующих принципах:

1. Принцип регионального детерминизма. Его суть состоит в том, что поведение субъектов, функционирующих в регионе, является следствием сложившихся на данной территории социально-экономических, культурно-психологических и общественно-политических отношений.

2. Принцип единства поведения и ситуации. Он состоит в том, что поведение субъектов зависит от ситуации, а ситуация зависит от поведения субъектов.

3. Принцип верификации региональных решений. Его содержание заключается в необходимости подвергать сомнению предлагаемые теории, гипотезы или варианты решения региональных проблем и проверять их путем практических действий, сопоставления предлагаемого с наблюдаемыми объектами, ситуациями через фактические, статистические и иные данные.

4. Принцип учета индивидуальности бытия региона. Он предполагает признания особенностей каждого региона, специфических его характеристик и черт, возникших в ходе историко-экономического и социокультурного развития.

5. Принцип инновационной ведущей в развитии региона.

6. Принцип системно-структурной целостности.

Модернизация региональной экономики, осуществляемая с учетом специфики региона, позволяет обеспечить его сбалансированное развитие, являющееся с точки зрения современной экономической науки важным показателем его состояния в условиях формирования инновационной экономики.

<sup>4</sup> В современных условиях применяются сценарный и программно-целевой методы, а также метод экспертных оценок, генетический, телеологический, технологического фортсайта. Исследователи применяют метод линейного программирования, идей циклического развития Кондратьева (больших циклов экономической конъюнктуры, длящихся 48–55 лет), индикативное планирование.

*Библиографический список*

1. Алаев Э. Б. Социально-экономическая география : понятийно-терминологический словарь. – М. : Мысль, 1983. – 618 с.
  2. Атлас Волгоградской области / под ред. В. А. Брытлева. – К., 1993. – 41 с.
  3. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : ИТЭ, 2002. – 1280 с.
  4. Бочко В. С. Интегративное стратегическое развитие территорий: теория и методология. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2010. – 313 с.
  5. Бочко В. С. Концептуальные подходы к разработке стратегии развития монопрофильных городов / В. С. Бочко, Е. Г. Анимца, Э. В. Пешина, П. Е. Анимца. – Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2010. – 89 с.
  6. Гокжаева Е. Б. Управление развитием инфраструктуры региона: концепция, факторы, институциональные механизмы и инструменты реализации. – Майкоп : Качество, 2008.
  7. Гокжаева Е. Б. Перспективы развития и совершенствования инфраструктуры регионов РФ // Экономические и экологические проблемы в меняющемся мире. – СПб., 2010.
  8. Гутман Г. В. Управление региональной экономикой / Г. В. Гутман и др. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 176 с.
  9. Дубова М. Д. Экономика региона : учеб. пособие. – Волгоград : ИПК Царицын, 1997. – 224 с.
  10. Игнатов В. Г. Регионоведение (экономика в управление) : учеб. пособие / В. Г. Игнатов, В. И. Буов. – М. : Теса ; Ростов н/Д : Изд. центр «МарТ», 2000. – 416 с.
- 

***V. N. Dudko\****

*\*Dudko Victor, Doctor of Economic sciences, Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_evd@tolgas.ru*

**REGIONAL ECONOMY, THE NEED FOR MODERNIZATION  
AND ITS REGIONAL PECULIARITIES**

*Key words: region, economy, post-industrial, modernization, anti-market, innovation, globalization, gross regional product.*

*The article deals with peculiarities of economic modernization in the regions.*

---

© Дудко В. Н., 2012

## Межгосударственное управление

УДК 339.9

**М. В. Пыршева\***

*\*Пыршева Марина Валерьевна, кандидат биологических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_evd@tolgas.ru*

**Е. В. Мецзякова\***

*\*Мецзякова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_evd@tolgas.ru*

## ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАН-УЧАСТНИЦ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

*Ключевые слова: Таможенный союз, Единое экономическое пространство, внешнеэкономическая деятельность, Россия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Украина, таможенный тариф.*

*Рассмотрены современные интеграционные процессы, развивающиеся на постсоветском пространстве. Показаны перспективы развития и расширения Таможенного союза России, Белоруссии и Казахстана. Проанализированы результаты присоединения Украины и Киргизии к действующему Таможенному союзу. Рассмотрена внешнеэкономическая деятельность стран-участниц ТС.*

Усиление интеграционных процессов в мировом хозяйстве является современной тенденцией и своеобразным ответом на развернувшийся глобальный экономический кризис, который показал, что крупные страны и региональные группировки государств лучше справляются с последствиями кризиса и быстрее восстанавливают свою экономику. Поэтому создание региональных объединений, в том числе Таможенного союза и Единого экономического пространства (ЕЭП) в рамках Евразийского экономического сообщества, является актуальной задачей современности. Создание Таможенного союза на постсоветском пространстве – это закономерный ответ на вызовы сегодняшнего дня. Пройдя путь реформирования национальных экономик, многие государства бывшего СССР пришли к осознанию того, что многие проблемы выгоднее решать совместными усилиями, в рамках региональных объединений. На фоне развернувшегося глобального экономического кризиса растет заинтересованность этих государств в расширении экономического сотрудничества с Россией, которая является своеобразным ядром региональной интеграции на пространстве СНГ [1]. До недавнего времени на постсоветском пространстве процессы дезинтеграции являлись преобладающими. После распада СССР были разрушены кооперационные связи между его бывшими членами, значительно сократились объемы взаимной торговли, что негативно сказалось на экономическом развитии всех бывших советских республик. Разрыв экономических связей обеспечил почти 50% об-

щего падения производства в странах СНГ. Создание Таможенного союза (ТС) России, Белоруссии, Казахстана стало свидетельством усиления интеграционных взаимодействий на постсоветском пространстве. Его формирование является важной вехой расширения интеграционного партнерства стран Содружества и основой формирования Единого экономического пространства (ЕЭП). На сегодняшний день членами ТС подписано множество документов, на основе которых будет строиться дальнейшая деятельность этой структуры. Ключевыми документами стали: «План действий по формированию Таможенного союза» от 6 октября 2007 г.; Положение «Этапы и сроки формирования единой таможенной территории Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» от 9 июня 2009 г., на базе которого согласованно 40 международных документов; единый Таможенный кодекс, введенный в действие в 2010 г. На их базе государства, входящие в ТС, сняли таможенный контроль на межгосударственных границах, упразднили транспортный, санитарный и ветеринарный контроль. В январе 2012 г. был принят пакет соглашений по нормам регулирования общего рынка услуг, товаров, труда и капитала, в результате чего было объявлено о создании единого экономического пространства (ЕЭП) и формировании Евразийского экономического союза. Первым в истории постсоветского развития наднациональным органом, сформированным государствами ТС, стала Комиссия Таможенного союза (КТС), полномочия которой заключаются в

принятии согласованных решений в области таможенного регулирования и торговли между участниками ТС.

В перспективе ТС может расширить свои границы за счет вхождения в него новых государств, в том числе Киргизии, которая заявила о своем желании присоединиться к данной структуре. В октябре 2011 г. было достигнуто соглашение о формировании в СНГ зоны свободной торговли, в результате чего, несмотря на кризис 2008–2009 гг., внешнеторговый оборот между странами Содружества продолжает находиться на достаточно высоком уровне. Об этом свидетельствуют статистические данные о внешней и взаимной торговле между странами-членами ТС. Так, за I полугодие 2011 г. суммарный объем внешней торговли государств-участниц с третьими странами исчисляется суммой 430,8 млрд долл. Из них на экспорт товаров приходится 280,8 млрд долл., на импорт – 150 млрд долл. Внешнеторговый оборот стран ТС за прошедший год значительно увеличился и превысил показатели 2008-го и 2009 гг. Начиная с I полугодия 2010 г. товарооборот вырос на 34,9%, импорт – на 43,1%, экспорт – на 30,9%. Значительно вырос и объем внешней торговли в пределах ТС. В I полугодии 2011 г. он увеличился на 40,7% по сравнению с аналогичным периодом 2010 г., во II полугодии – еще на 15,7%. На долю торговли со странами-участницами ТС приходится 44,7% объема внешней торговли Белоруссии, 18,2% и 7,4% объема внешней торговли Республики Казахстан и РФ соответственно.

В результате активизации внешней торговли возросли импортные пошлины, поступающие вначале на единый счет государств ТС, а в дальнейшем распределяющиеся между странами-участницами по специальным нормативам распределения. За период с сентября 2010 г. по октябрь 2011 г. эти поступления увеличились для Казахстана в 1,8 раза, для России – в 1,3 раза.

Это является свидетельством достаточно эффективной работы наднационального органа управления интеграционными процессами – Комиссии ТС, которая в 2012 г. должна быть преобразована в Евразийскую экономическую комиссию (ЕЭК) для выполнения новых функций управления интеграционными процессами. ЕЭК будет иметь возможность принимать решения без согласования с национальными правительствами, что не характерно для действующей ныне Комиссии Таможенного союза, но в то же время является важным моментом в условиях перехода к созданию Единого экономического пространства, а в дальнейшем – Евразийского экономического союза (ЕЭС).

В настоящее время партнерами России по ТС являются страны среднего уровня развития, имеющие значительный потенциал экономического роста. Совокупный ВВП государств ТС со-

ставляет 1,35 трлн долл. Здесь проживают 160 млн человек. По экономическому потенциалу ТС уступает лишь четырем региональным группировкам (НАФТА, ЕС, АСЕАН, МЕРКОСУР) и находится на пятом месте в мире [2].

Республика Казахстан обладает значительной территорией и занимает 9-е место в мире по площади. Она имеет богатый и разнообразный природно-ресурсный потенциал (493 месторождения, более 1200 видов полезных ископаемых) и находится на первом месте в мире по запасам серебряных руд, на втором – по ресурсам хранимых и свинцово-цинковых руд. Также есть значительные запасы медных, молибденовых, железных руд, золота, нефти и газа.

Общий ВВП страны – 135 млрд долл., что превышает ВВП Белоруссии (60 млрд долл.) более чем в два раза. Последняя не обеспечена природными ресурсами, здесь разведано около 4 тыс. месторождений полезных ископаемых. Основу экономики составляют обрабатывающие производства. Оба государства имеют развитое машиностроение, химическую промышленность, агропромышленный комплекс и поставляют на российский рынок станки, дизели, насосы, кузнечно-прессовые машины, аккумуляторы, сельхозтехнику, большегрузные автомобили, электротехнику, мебель, текстиль, холодильники, мясо, овощи, молочную продукцию, хлопок, рис и т. д.

Долг Белоруссии и Казахстана составляет 34,2 и 18,7% соответственно в общем объеме торговли РФ со странами Содружества. После Украины они являются основными торговыми партнерами нашей страны на постсоветском пространстве. Белоруссия поставляет на российский рынок третью часть своего экспорта, Казахстан – 10%.

Наиболее активно развивается взаимодействие на уровне отдельных организаций. Так, предприятия Белоруссии входят в холдинги или совместные производства на территории России («Межгосмегиз», «Формаш», «Электронные технологии», «БелРусавто» и т. д.). Широко используются новые формы сотрудничества: лизинг, передача технологий, аутсорсинг (комплектующие из Белоруссии используются на ВАЗе, ГАЗе, КамАЗе, ПАЗе и т. д.). На территории РФ работают 10 сборочных производств, где участвует Белоруссия. В приграничной торговле участвуют 17 казахстанских, 7 российских областей. В экономических связях между Белоруссией и Россией принимают участие 66 регионов нашей страны. Республики Беларусь и Казахстан – одни из важнейших транзиторов российских и собственных грузов.

Во внешнеэкономической сфере деятельности российскими партнерами по ТС накоплен положительный опыт, который может быть использован Российской Федерацией [3]. Внешнеторговый оборот Белоруссии составляет 50% ее ВВП, 40% своего экспорта она реализует на



рынках Польши и Прибалтики, которые не относятся к дружественным государствам. Хорошо зарекомендовала себя и система государственного поощрения промышленного экспорта, практически отсутствующего в России.

Показатели экспорта на душу населения имеют наибольшее значение в Республике Казахстан (2570 долл.) и превышают аналогичные показатели в России (2096 долл.) и Китайской Народной Республики (891 долл.).

Показателен опыт этих стран в области привлечения иностранных инвестиций. В 2008 году из 6,5 млрд долл. иностранных инвестиций, влившихся в экономику Белоруссии, на долю РФ приходилось 2,2 млрд. По инвестированию казахстанской экономики наша страна в этот период оказалась на пятом месте после США, Германии, КНР, Турции. Из общей суммы инвестиций в 28,4 млрд на долю РФ приходилось лишь 418 млн долл. Торговые партнеры стран ТС, вне СНГ, достаточно настороженно восприняли новость о создании этого союза. Появление ТС потребует внесения некоторых изменений в прежний режим торговли, но в целом не создает проблем для других стран, активно торгующих с Россией.

После вступления России в ВТО начнет действовать Соглашение о функционировании Таможенного союза в рамках многосторонней торговой системы. Процесс присоединения стран-участниц ТС потребует более длительного времени, поскольку у каждой из них имеются свои нерешенные проблемы. Так, Казахстан не смог реализовать договоренности по доступу своей продукции на рынке товаров и услуг, а Белоруссия договорилась о таком доступе только с одиннадцатью неосновными участниками ВТО.

Для скорейшего вступления стран ТС в ВТО каждая из них будет присоединяться к этой структуре как суверенное государство, на основании национальных заявок о присоединении.

В перспективе в действующий Таможенный союз могут вступить другие государства, прежде всего – члены СНГ. На сегодняшний день хорошие перспективы для этого имеют Киргизия и Таджикистан. Украина также заинтересована в сотрудничестве и участии в деятельности ТС и ЕЭП, поскольку ее экономика зависит от тесных кооперационных связей, возникших между нашими странами еще в советский период развития. Для Киргизской Республики такое присоединение даст ощутимый экономический результат и укрепит ее внешние границы, создаст благоприятные условия для ее граждан, работающих в РФ и Казахстане. Во внешней торговле Киргизии на страны ТС приходится 44,9% внешнеторгового оборота, причем России отводится ведущее место.

В результате вступления страны в ТС изменится средняя ставка таможенного тарифа, она увеличится на 3%, в результате чего доходы гос-

бюджета Киргизской Республики (КР) от взимания ввозных таможенных пошлин могут возрасти в 1,5 раза. Кроме того, участие КР в крупном региональном образовании повысит инвестиционную привлекательность страны, так как для реализуемых товаров появится стабильный, крупный, независимый рынок сбыта.

Таким образом, выгоды от участия Киргизии в ТС и ЕЭП являются очевидными и позволят стране увеличить производство и экспорт текстильных изделий, сельскохозяйственной продукции, стройматериалов за счет роста их конкурентоспособности по сравнению, например, с китайскими товарами (в связи с взиманием с последних таможенных пошлин по ставкам единого таможенного тарифа стран ТС). Такое участие будет способствовать привлечению долгосрочных инвестиций, особенно в транспортный комплекс страны, электроэнергетику, поскольку в этих отраслях экономические отношения будут наиболее урегулированы на уровне Единого экономического пространства. Ожидается рост ВВП Киргизии и увеличение ее экспортного потенциала в среднем на 20-25%.

Украине участие в ТС и ЕЭП даст возможность увеличить прирост ВВП на 1/3 в десятилетний период, будет способствовать развитию основных отраслей ее экономики: машиностроения, химической промышленности, металлургии, сельского хозяйства, пищевой промышленности, сильно зависящих от российского рынка сбыта. Улучшатся условия торговли. Появятся новые возможности для реализации совместных проектов в атомной, химической, металлургических отраслях, авиастроении. Изменится ценообразование на энергоносители, поставляемые на Украину, что приведет ценовые пропорции к приемлемому для экономики страны уровню.

Спрогнозированный интеграционный эффект от участия Украины в ТС и ЕЭП составляет 58,8 млрд долл., по этому показателю она уступает только России. Общий интеграционный эффект, рассчитанный для России, Белоруссии, Казахстана, Украины до 2015, составляет 399 млрд долл. [4].

В целом создание ТС способствует успешному преодолению последствий глобального экономического кризиса его участниками. Так, Белоруссия, активно участвуя в интеграционных процессах, вдвое превысила тот уровень промышленного производства и объемов ВВП, который был у нее в советский период развития. Украина, напротив, не использовала свои интеграционные возможности, оказавшись наиболее пострадавшей от экономического кризиса страной, и в отличие от государств ТС до сих пор не смогла выйти на прежний уровень промышленного производства.

Таким образом, современные исследования в области определения экономической эффективности интеграционных процессов на постсовет-

ском пространстве доказывают объективную целесообразность создания ТС Белоруссии, Казах-

стана и России в качестве ядра дальней региональной интеграции.

*Библиографический список*

1. Спартак А. Н. Стратегические интересы России на постсоветском пространстве // МЭ и МО. – 2010. – № 8. – С. 32-45.
  2. Иванов И. Д. Реальный шаг в постсоветской хозяйственной реинтеграции // МЭ и МО. – 2010. – № 9. – С. 3-13.
  3. Рахматулина Г. Г. Таможенный союз в рамках ЕврАзЭС: перспективы для Казахстана // МЭ и МО. – 2010. – № 11. – С. 75-81.
  4. Глазьев С. Ю. Реальное ядро постсоветской экономической интеграции: итоги создания и перспективы развития Таможенного союза Белоруссии, Казахстана и России // РЭЖ. – 2011. – № 6. – С. 56-81.
- 

**M. V. Pyrsheva\***

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

**E. V. Meshcheryakova\***

*\*Meshcheryakova Elena, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_evd@tolgas.ru*

**POTENTIAL OF INTEGRATION PROCESSES IN POST-SOVIET SPACE.  
FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE MEMBERS OF THE CUSTOMS UNION**

*Key words: Customs Union, Economic Community, foreign economic activity, Russia, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Ukraine, customs tariff.*

*The article considers modern integration processes, taking place in the former Soviet Union. The author describes the prospects for the development and expansion of the Customs Union of Russia, Belarus and Kazakhstan. The results of the accession of Ukraine and Kyrgyzstan to the existing Customs Union are analyzed in this work, as well as foreign economic activity of the members of the Customs Union.*

---

© Пыршева М. В., Мещерякова Е. В., 2012

## Международный опыт

УДК 338.242.4

**С. Е. Выволокина\****\*Выволокина Светлана Евгеньевна, соискатель**Самарский государственный технический университет, г. Самара**vivosvetlana@mail.ru***Г. П. Гагаринская\****\*Гагаринская Галина Павловна, доктор экономических наук, профессор**Самарский государственный технический университет, г. Самара**eyo080505@mail.ru*

## ВОЗМОЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ АЛКОГОЛИЗАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ (МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ)

*Ключевые слова: государственная политика, эффективные меры, алкогольный рынок, алкоголизация населения, потребление алкоголя на душу населения.*

*Рассматривается международный опыт эффективной государственной политики по решению проблемы алкоголизации населения. Исследуются меры, предпринятые Российским государством в этом направлении. Проводится анализ результатов реализуемой в Российской Федерации алкогольной политики, и делаются выводы.*

Традиционно сложившаяся практика потребления крепкого алкоголя россиянами привела к тому, что в последние годы проблема алкоголизации населения встала перед нами как никогда остро. Об этом свидетельствуют данные и о росте смертности, и о снижении средней продолжительности жизни. Этому посвящены работы А. Г. Вишневецкого, А. В. Немцова, Д. А. Халтурин, А. В. Коротчаева и др. [1, 2, 3].

Можно сказать, что у России есть некоторые преимущества по сравнению с другими странами, которые заключаются в том, что они столкнулись с алкогольной проблемой раньше России и поэтому в международной практике накоплен определенный опыт успешной государственной политики в алкогольной сфере. России уже не надо искать выход из кризиса методом проб и ошибок, ей просто необходимо внедрить комплекс апробированных принципов и мер алкогольной политики с учетом российской, северо-европейской и постсоветской специфики.

В обзоре Vabor 2003 года содержатся 32 способа воздействия государства на население, варьирующиеся по степени их эффективности, степени испытанности и относительной стоимости их внедрения [4]. В нижней части списка находятся стратегии, которые не имеют никакого или имеют очень слабый эффект на характер потребления алкоголя и тяжесть связанных с этим проблем.

Это:

- добровольные соглашения алкогольной отрасли (например, правила обслуживания в барах);
- введение курса изучения действия алкоголя в школах;

- предупреждающие надписи;
- антиалкогольная реклама;
- реклама альтернатив – безалкогольных мероприятий и развлечений;
- специализированные услуги для нетрезвых водителей по доставке домой.

Эти методы, конечно, нужно применять, но только в комплексе с остальными и не преувеличивать их значимость.

В верхней части списка находятся десять стратегий, которые оказались наиболее эффективными. Пять из них относятся к политике регулирования алкоголя, четыре являются мерами против пьянства за рулем, а одна направлена на людей, злоупотребляющих алкоголем.

Меры государственной политики регулирования алкоголя:

- возрастное ограничение покупки алкоголя;
- государственная монополия на розничную торговлю;
- ограничения по часам или дням продажи;
- ограничение количества точек продажи;
- акцизы на алкоголь.

Меры против пьянства за рулем:

- посты проверки трезвости;
- снижение допустимого уровня алкоголя в крови водителей;
- временное изъятие прав;
- постепенное лицензирование начинающих водителей;
- краткие вмешательства в жизнь злоупотребляющих алкоголем.

После проведения анализа экономической эффективности этих стратегий осталось 5 из них,

рентабельность которых была в достаточной мере подтверждена практикой:

- акцизы;
- запрет на рекламу;
- запрет на продажу в выходной день;
- выборочные проверки дыхания на алкоголь для выявления пьяных за рулем;
- выявление с помощью тестирования и краткая медицинская консультация злоупотребляющих алкоголем.

На сегодняшний день в России уже применяются многие из вышеперечисленных методов. У нас введены:

Ограничение времени продаж алкогольных напитков.

Запрет продажи крепкого алкоголя молодежи.

Уменьшение количества точек продажи алкоголя.

Увеличение стоимости крепких алкогольных напитков.

Ужесточение ответственности за совершение правонарушений в сфере производства и оборота алкоголя.

Запрет употребления алкоголя за рулем.

Ограничения рекламы алкоголя.

Пропаганда здорового образа жизни.

Здесь нужно сказать о том, что производители и продавцы алкогольной продукции ратуют прежде всего за малоэффективные по сравнению с другими меры борьбы, такие как пропаганда здорового образа жизни и т. п. Но одной пропагандой алкогольную проблему не решить.

Разберем последовательно внедрение каждого из этих методов и оценим результаты от их применения.

Основной закон в области регулирования алкогольного рынка – это Федеральный закон № 171-ФЗ 22 ноября 1995 года «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» [5]. В 2005 году были приняты наиболее существенные изменения к нему Федеральным законом от 21 июля 2005 г. № 102-ФЗ, часть из которых вступила в силу с 1 января 2006 года, а другая часть – с 1 июля 2006 года [6].

Этим же законом устанавливается возможность введения субъектами РФ ограничения времени розничной продажи алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 15 процентов объема готовой продукции. А в соответствии с недавно принятыми изменениями не допускается розничная продажа алкогольной продукции с 23 часов до 8 часов по местному времени на всей территории РФ, а органы государственной власти субъектов РФ вправе устанавливать дополнительные ограничения времени, условий и мест розничной продажи алкогольной продукции, в том числе полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции [7].

В последнее время все больше увеличиваются требования для организаций, осуществляющих розничную продажу алкогольной продукции, требования к минимальному размеру оплаченного уставного капитала (уставного фонда) и др., приводящие к сокращению числа производителей и продавцов алкогольной продукции.

Запрет продажи алкоголя молодежи был предусмотрен уже с момента принятия ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» № 171-ФЗ в 1995 году.

С 1 января 2010 года в соответствии с Приказом Росалкогольрегулирования от 30 ноября 2009 г. № 17н была установлена минимальная розничная цена за бутылку водки 0,5 л в размере 89 руб., а уже с 1 января 2011 года она была поднята до 98 руб., также своя минимальная цена появилась и у коньяка – 193 руб. [8].

ФЗ РФ от 23.07.2010 г. № 169-ФЗ «О внесении изменения в статью 19 Федерального закона «О безопасности дорожного движения» отменил норму допустимого содержания этилового спирта в концентрации до 0,3 грамма на один литр крови или 0,15 миллиграмма на один литр выдыхаемого воздуха и ввел полный запрет на эксплуатацию транспортных средств лицами, находящимися в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения. Таким образом, был введен полный запрет на употребление алкоголя за рулем.

В Федеральном законе «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ содержатся нормы, существенно ограничивающие рекламу алкогольной продукции. Например, запрещается размещение рекламы на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов; в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопроизведениях; в теле- и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании; на всех видах транспортных средств общего пользования и др. Реклама алкогольной продукции должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Эти меры также призваны способствовать снижению уровня потребления алкоголя населением.

Ведется активная пропаганда здорового образа жизни. В 2001 году Правительством РФ разработана и одобрена «Концепция государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года». Она направлена на снижение объемов потребления населением алкогольной продукции, в том числе слабоалкогольных напитков, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, улучшение демографической ситуа-

ции в стране, увеличение продолжительности жизни населения, сокращение уровня смертности, формирование стимулов к здоровому образу жизни.

Кроме всего выше перечисленного, государственная политика в области регулирования алкогольного рынка сегодня направлена на усиление контроля в этой сфере, на ужесточение наказания за нарушения норм алкогольного законодательства. В настоящее время в разработке в Государственной Думе находятся три блока законопроектов, касающиеся рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции. Первый блок законопроектов направлен на усиление регулирующих функций Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка. Второй блок вводит уголовную ответственность за торговлю алкоголем в обход контроля ЕГАИС, а также расширяет уголовную ответственность за использование поддельных федеральных специальных и акцизных марок, при этом степень их защиты будет увеличена (например, предлагается приравнять подделку марок к подделке денежных знаков, влекущей за собой наказание до 15 лет лишения

свободы). Третий блок касается пропаганды здорового образа жизни [9].

Сегодня уже можно подвести некоторые итоги проводимой в нашей стране государственной политики в алкогольной сфере. Что же можно сказать о результатах внедрения антиалкогольных мер? Какие показатели можно использовать для демонстрации их эффективности или неэффективности?

Среднее значение потребления алкоголя является центральным параметром в оценке проводимой алкогольной политики. Здесь возникает проблема расчета этого среднего значения. У нас в стране используется показатель потребления на душу населения, когда в численность населения включаются все, в том числе дети и новорожденные. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) использует в своих расчетах численность населения от 15 и старше.

Используя статистические данные, приведенные на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики (Росстат), получим табл. 1.

Таблица 1

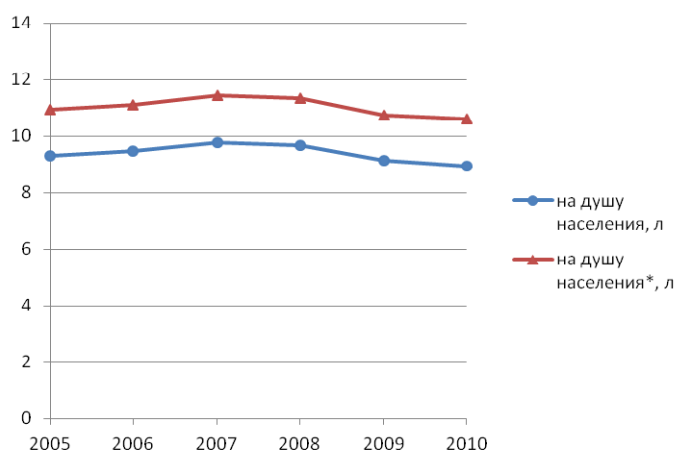
**Потребление населением алкогольных напитков и пива**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
В абсолютном алкоголе:						
всего, млн дкл	133,2	135,0	138,7	137,3	129,6	127,6
на душу населения, л	9,31	9,47	9,76	9,67	9,13	8,93
на душу населения*, л	10,95	11,11	11,43	11,33	10,73	10,59

\*С 15 лет и старше.

В приведенной таблице есть расчет потребления алкоголя всего, на душу населения с учетом детей и новорожденных и за вычетом их числа (по оценке ВОЗ, что, по мнению автора,

является более достоверным) за 2005–2010 гг. Построим график, на котором эти данные будут представлены более наглядно (рис. 1).



**Рис. 1. Изменение потребления алкоголя на душу населения в 2005–2010 гг.**

Мы видим, что начиная с 2008 года наблюдается снижение потребления алкоголя как в абсолютном выражении, так и на душу населения. Потребление алкоголя с 2007-го по 2008 г. сни-

зилось на 0,8%, с 2008-го по 2009 г. – на 6,2%, с 2009-го по 2010 г. – на 1,3%, а общее снижение потребления алкоголя на душу населения с 2007-го по 2010 г. в абсолютном выражении составило

0,84 л, а в относительном выражении – 7,3%. Хотя значение этого показателя остается весьма внушительным (более 8 л<sup>1</sup>), но наблюдаемая нами тенденция к снижению позволяет строить оптимистические прогнозы.

Таким образом, можно сказать, что алкогольная политика, проводимая в РФ, уже начала приносить свои первые плоды. Кроме того внимание государства к этой проблеме не ослабевает, о чем свидетельствуют принимаемые в последнее время изменения в алкогольном законодательстве.<sup>2</sup>

В заключение можно сделать вывод, что проблему алкоголизации населения нельзя решать наскоком, с помощью каких-то единовременных решительных мер. Это должна быть планомерная, целенаправленная работа, включающая в себя целый комплекс взаимосвязанных мероприятий, для выполнения которой потребуется время. Поэтому программа мероприятий должна быть рассчитана на перспективу. Положительный опыт других стран дает нам уверенность, что эту проблему можно и нужно решать. Будущее покажет, как скоро нам это удастся.

#### Библиографический список

1. Вишневский А. Г. Русский крест // Новые известия. – 1998. – 28 февраля. – С. 24–32.
2. Немцов А. В. Алкогольная смертность в России // Население и общество. – 2003. – № 78. – (<http://www.demoscope.ru/acrobat/ps78.pdf>).
3. Халтурина Д. А., Коротаев А. В. Русский крест: факторы, механизмы и пути преодоления демографического кризиса в России. – М.: УРСС, 2006. – 128 с.
4. Babor T. F., R. Caetano, S. Casswell, G. Edwards, N. Giesbrecht, K. Graham, G. W. Grube, P. J. Gruenewald, L. Hill, H. D. Holder, R. Homel, E. Österberg, J. Rehm, R. Room and I. Rossow. 2003. Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and public policy. Oxford: Oxford University Press.
5. ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ (с изменениями и дополнениями) // URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 12.02.2012).
6. Федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 102-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и о признании утратившими силу отдельных положений Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» // URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 12.02.2012).
7. Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты РФ и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» // URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 12.02.2012).
8. Приказ Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка № 61н от 28 октября 2010 г. «Об установлении и введении с 1 января 2011 года минимальных цен на коньяк и внесении изменений в приказ Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка от 20 апреля 2010 г. № 29н» // URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 12.02.2012).
9. Выволокина С. Е. Особенности современного государственного регулирования рынка алкогольной продукции РФ // Высшее образование, бизнес, предпринимательство – 2011 : материалы междунар. науч.-практ. конф. «Наука, бизнес, образование '2011» и междунар. науч.-техн. конф. «Экономика и управление: теория, методология, практика» / отв. ред. А. А. Прохоренко. – Самара : Самарск. гос. техн. ун-т, Поволжский ин-т бизнеса, 2011. – С. 39-44.
10. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). 2011. Социально-экономические показатели 2010. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b10\\_13/IssWWW.exe/Stg/d5/20-20.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_13/IssWWW.exe/Stg/d5/20-20.htm) (дата обращения 12.02.2012).
11. WHO (World Health Organization) 2010. WHO Library Cataloguing-in-Publication Data Global strategy to reduce the harmful use of alcohol. ISBN 978 92 4 159993 1 (NLM classification: WM 274).
12. WHO (World Health Organization) 2010. European Status Report on Alcohol and Health ISBN 978 92 890 0206 6.
13. WHO (World Health Organization) 2011. Global status report on alcohol and health (2011) 11 February 2011, Geneva: World Health Organization.
14. URL: <http://fsrar.ru> (дата обращения 06.03.2012).

<sup>1</sup> Как следует из доклада ВОЗ от 30 марта 2011 года, значение потребления алкоголя на душу населения в 8 литров и более является опасным для здоровья нации.

<sup>2</sup> Например, принятие Федерального закона от 18.07.2011 № 218-ФЗ (ред. от 28.11.2011), некоторые положения которого вступают в силу только с 1 января 2013 года.



**S. E. Vyvolokina\***

*\*Vyvolokina Svetlana, applicant of  
Samara State Technical University, Samara  
vivosvetlana@mail.ru*

**G. P. Gagarinskaya\***

*\*Gagarinskaya Galina, Doctor of Economic sciences, Professor of  
Samara State Technical University, Samara  
eyo080505@mail.ru*

**MEANS OF PUBLIC POLICY FOR SOLVING PROBLEMS OF ALCOHOLISM  
AMONG THE POPULATION (INTERNATIONAL EXPERIENCE  
AND RUSSIAN REALITY)**

*Key words: public policy, effective measures, alcohol market, alcoholism among the population, alcohol consumption per capita.*

*The article considers the international experience of effective public policies to address alcohol abuse among the population. The author has studied the actions taken by the Russian government to deal with this problem. The work features the analysis of the results of alcohol policy realized in the Russian Federation; certain conclusions are drawn.*

---

© Выволокина С. Е., Гагаринская Г. П., 2012

УДК 338

**И. В. Филатова\***

*\*Филатова Ирина Валентиновна, соискатель*

*Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

*mira\_if@mail.ru*

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В ПРОЦЕССЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РОССИИ**

*Ключевые слова: платные медицинские услуги, добровольное медицинское страхование, реформа системы здравоохранения.*

*На основе анализа зарубежного опыта рассматриваются проблемы и перспективы развития платных медицинских услуг в качестве одного из важнейших аспектов реформы здравоохранения России.*

В современных условиях главным приоритетом в формировании социально ориентированной экономики становится признание здоровья нации в качестве основного элемента государственной безопасности, а также как источника экономического роста. Поэтому весьма актуальным признается поиск оптимальной модели здравоохранения, в которой разумно сочетались бы рыночные механизмы и интересы общества.

Анализ мирового опыта показывает, что на первый план выходит вопрос соотношения объемов платных и бесплатных медицинских услуг и эффективности функционирования коммерческого и бюджетного секторов системы здравоохранения. Россия и страны СНГ движутся в направлении увеличения доли платных услуг, в то время как ведущие экономически развитые государства идут по пути максимальной социализации медицинской помощи. Для государственных систем здравоохранения России и стран Европы характерны общие проблемы:

- постоянное увеличение затрат на медицинское обслуживание вследствие разработки новых технологий и создания современных лекарственных препаратов;
- расширение требований к стандартам качества оказания медицинской помощи и необходимость их неукоснительного выполнения медицинским персоналом;
- старение населения и возрастание нагрузки на бюджет государства;
- проблема эффективного расходования ограниченных финансовых ресурсов, что послужило основной причиной начала реформ.

В связи с этим представляют интерес опыт решения данных проблем промышленно развитыми европейскими государствами и возможности его применения в российских условиях.

Впервые система предоставления универсальных бесплатных медицинских услуг была создана в Англии, и до настоящего момента ее функционирование признается многими аналитиками успешным. Вместе с тем процессы глобализации и рост затрат на медицинскую помощь создают

угрозу стабильной работе системы британского здравоохранения, приводят к снижению качества стандартов лечения и росту очередности на плановую медицинскую помощь. Все большее распространение приобретает частное медицинское страхование, многие работодатели обеспечивают персонал медицинскими полисами коммерческих страховых компаний. Однако несомненным достоинством государственной системы здравоохранения остается доступность для любого жителя Великобритании и приемлемое качество услуг. Особого внимания заслуживает ее структура, имеющая немало общих черт с российской системой. Медицинские услуги подразделяются на первичные и вторичные, исполнители которых объединены в трасты первичного и вторичного звена. Первичный уровень (офисы врачей общей практики, хирургические амбулатории, кабинеты стоматологов и окулистов) предусматривает оказание неспециализированной медицинской помощи, медицинских услуг экстренного характера, мероприятия по контролю над эпидемиологической ситуацией и вакцинацию населения. На вторичном уровне осуществляется лечение в специализированных госпиталях, уход за пациентами пожилого возраста, а также психиатрическая и психологическая помощь. Трасты первичного звена составляют основу британского здравоохранения, на их финансирование тратится порядка 80% всех средств, выделяемых государством на эти цели. Рейтинговая система оценки эффективности работы трастов позволяет лидерам получить статус автономной организации, что способствует более свободному распоряжению финансовыми ресурсами при минимуме контроля со стороны органов государственной власти.

Трастам первичного звена отводится главная роль при распределении ассигнований, направляемых в сектор здравоохранения, которое осуществляется исходя из численности населения. Для всех постоянных жителей услуги по лечению в государственных медицинских учреждениях оказываются бесплатно, не учитывая, платил человек страховые взносы или нет. Исклю-

чение составляют стоматологические и офтальмологические процедуры, оформление рецептов.

Приоритетным направлением развития британского здравоохранения является сокращение дорогостоящей вторичной помощи и развитие первичного звена. Для решения поставленной задачи используется передача части денежных фондов, предназначенных для оплаты стационарной помощи, организациям-фондодержателям. До недавнего времени средства выделялись в соответствии с предыдущими затратами, что не способствовало экономии ограниченных финансовых ресурсов. В настоящий момент происходит переход к распределению финансов в соответствии с взвешенной подушевой формулой. Стационарные медицинские услуги предоставляются фондодержателям согласно контрактам по договорным ценам. Таким образом, в государственной системе здравоохранения Великобритании задействованы механизмы, позволяющие клиникам конкурировать за пациентов.

Сектор частного здравоохранения Англии по масштабам значительно меньше государственного. Отсутствие обязательного требования соответствия коммерческих структур национальным клиническим рекомендациям (стандарты качества и безопасности) и стратегическим целям государства приводит к тому, что частные медицинские организации не несут ответственность за здоровье местного населения. Жители Великобритании обращаются в коммерческие медицинские учреждения для дополнительных консультаций и диагностических обследований, для получения косметологических услуг, лечения различных видов зависимости. Добровольное медицинское страхование также популярно, существуют разнообразные виды полисов, ориентированных на различные возрастные группы и любые финансовые возможности.

Для российской и британской систем здравоохранения характерен ряд сходств и различий. Обе системы созданы и функционируют для реализации госгарантий по предоставлению всему населению доступной и бесплатной в момент лечения помощи; обе системы имеют сходную организационную структуру и усиленно регламентируются государством. При этом в России здравоохранение в меньшей степени зависит от центра. Региональные и муниципальные власти РФ имеют большую автономию в вопросе распределения бюджетных ресурсов и оплаты труда медицинского персонала.

Основной вектор реформ здравоохранения вышеуказанных стран направлен в сторону разграничения деятельности производителей медицинских услуг и покупателей данных услуг для населения. Британское здравоохранение не является высокзатратным, во многом это обусловлено длительностью ожидания при получении медицинских услуг, однако при этом снижается

показатель доступности медицинской помощи. Достоинством английского здравоохранения являются частные независимые, но при этом составляющие часть национальной системы здравоохранения организации-фондодержатели (аналог российских поликлиник с одновременным выполнением функций покупателя медицинских услуг в интересах населения). Система их финансирования построена таким образом, что создаются условия для реальной конкуренции за пациентов. Недостатком большинства организаций-фондодержателей является их слабая материально-техническая база, поэтому пациентам приходится обращаться в стационар для получения некоторых видов амбулаторной помощи.

Переход российского здравоохранения к системе обязательного медицинского страхования привел к дисбалансу в финансовом обеспечении стационаров и учреждений первичного звена. Поликлиники, будучи основным звеном системы здравоохранения, перестали оказывать заметное влияние на эффективность системы, лишившись экономической мотивации. Было бы целесообразным уделить особое внимание британской практике фондодержания и рассмотреть возможность применения последней в российских условиях. Данная мера позволила бы использовать бюджетные ассигнования более рационально, сокращая финансирование избыточных стационарных мощностей, и направить сэкономленные денежные средства на развитие амбулаторной помощи.

Сектор частной медицины в Великобритании существует изолированно от государственных учреждений здравоохранения, российское законодательство, наоборот, разрешает данным учреждениям совместное предоставление платных и бесплатных медицинских услуг. При этом возникает немало конфликтных ситуаций. Одной из задач реформирования системы здравоохранения России является разграничение платных и бесплатных медицинских услуг в бюджетных лечебных учреждениях.

По данным социологических опросов, платные медицинские услуги востребованы населением. Вместе с тем остается открытым вопрос: насколько правомерна с точки зрения социальной справедливости оплата медицинских услуг в бюджетных учреждениях, изначально финансируемых из налоговых платежей граждан. По результатам статистических исследований ситуация такова, что на сегодняшний день размер соплатежей населения (включая и нелегальный рынок) России сопоставим с уровнем бюджетного финансирования отрасли здравоохранения. Приблизительно половина россиян готовы оплачивать медицинские услуги, таким образом, вопрос дальнейшего существования и развития платных медицинских услуг имеет перспективу развития. Однако здесь очевидна необходимость взвешенного подхода. Существенным недостатком, ко-

торый призвана преодолеть реформа российского здравоохранения, является неконтролируемый рост объемов платной деятельности в бюджетных лечебных учреждениях на фоне сокращения доли бесплатной медицинской помощи и снижения качества медицинских услуг. Часть экспертов (С. С. Мисюлин, С. А. Ануфриев, Д. А. Борисов) высказывают мнение о необходимости полного запрета предпринимательской деятельности в государственных медучреждениях, аргументируя следующим:

- недобросовестная конкуренция с частными медицинскими структурами за счет использования бюджетных ресурсов;

- снижение объемов, доступности и качества бесплатной помощи, постепенное замещение ее платными медицинскими услугами.

Другая часть научного сообщества уверена, что административный запрет приведет к росту неформальных платежей в бюджетных учреждениях здравоохранения, к разрушению их материально-технической базы в условиях ограниченного финансирования. Подтверждает данный тезис опыт Украины, где взимание платы за лечение (кроме косметологических услуг) запрещено законом и при этом медицинские услуги вынуждены оплачивать более 90% населения. Очевидно, что спрос на высокопрофессиональные медицинские кадры, передовые технологии и современные лекарственные препараты всегда будет растущим, в этом случае запретительные меры лишают гражданина возможности выбора.

На наш взгляд, первоочередное значение приобретают мероприятия по повышению уровня платежеспособности российского населения и привлечению финансов страховых компаний в качестве дополнительного источника возмещения затрат посредством добровольного медицинского страхования.

Можно отметить, что медицинская помощь в Великобритании в меньшей степени доступна населению, чем в РФ, хотя бюджетные ассигнования в расчете на одного жителя в год существенно превышают аналогичные российские показатели. Косвенным признаком, указывающим на растущую неудовлетворенность британцев, служит тот факт, что более 10% населения имеют медицинские полисы частных компаний. Сдерживающим фактором, влияющим на доступность добровольного медицинского страхования Англии, является невозможность получить по страховке услуги дополнительно к государственным, что отражается в стоимости полиса. В России же для развития ДМС созданы более благоприятные условия.

Практика показала, что в нашей стране добровольное медицинское страхование как часть рынка платных медицинских услуг развивается достаточно хаотично, дублируя обязательное. Так, во многих случаях оплата одних и тех же услуг происходит из ОМС и ДМС источников одно-

временно. Сложности во взаимоотношениях между страховой компанией, занимающейся ДМС, и государственным лечебным учреждением обусловлены рядом причин:

- неуклонный рост тарифов ДМС вследствие повышения стоимости услуг медучреждений;

- невозможность определения точной конечной стоимости лечения,

- отсутствие системы рейтинговых оценок деятельности бюджетных лечебных учреждений, дающих страховщику возможность объективной оценки в интересах застрахованных лиц;

- стремление медицинской организации предоставлять застрахованным по ДМС пациентам максимальное количество услуг, основываясь на своих лечебно-диагностических возможностях, а не руководствуясь программой страхования и медицинскими показаниями. Практика оплаты страховыми компаниями фактически оказанных медицинских услуг не стимулирует лечебные учреждения к экономному расходованию финансовых ресурсов;

- трудности в процессе осуществления медико-экономической экспертизы при оплате счетов лечебного учреждения за услуги, предоставленные в рамках ДМС. Проблема заключается в отсутствии единых стандартов качества лечения по всем нозологическим формам (видам заболеваний). Существующие государственные медико-экономические стандарты не охватывают весь спектр патологий и во многих случаях устарели, так как формировались в условиях дефицита бюджетных ассигнований, были призваны экономить финансовые ресурсы и не принимали во внимание стремительное развитие новых медицинских технологий.

Современное состояние регионального рынка ДМС (на примере Самарской области) отражает ситуацию, характерную для России в целом (табл. 1, 2).

Данные таблиц показывают, что на ситуацию в сегменте добровольного медицинского страхования региона заметное влияние оказал мировой финансовый кризис. Наибольшее сокращение рынка можно наблюдать в период с 2008-го по 2009 год, когда значительно уменьшилось число страховщиков и количество заключаемых договоров страхования. Процесс ликвидации затронул в основном мелкие и средние региональные компании с небольшим уставным капиталом (менее 50 млн руб.). Табл. 1 указывает на дальнейший рост филиальной сети крупных российских страховщиков в регионах, зачастую с иностранным финансовым участием. Ситуация складывается таким образом, что на рынке добровольного медицинского страхования как в России в целом, так и на уровне регионов доминирующее положение занимают несколько крупных страховых компаний, которые аккумулируют основную долю страховых взносов.

Таблица 1

**Основные показатели работы страховых организаций**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Число учтенных страховых организаций	26	21	20	17	16	16
Число филиалов (на конец года)	81	79	69	46	75	66
Уставный капитал, млн руб.	1482	1457	1530	1262	1431	1577
Коэффициент выплат, %	69,9	69,4	69,7	76,8	83,8	78,8
Число заключенных договоров страхования, тыс. ед.	950	781	696	458	439	414
в том числе:						
добровольного страхования	599	436	338	202	150	155
Страховые взносы, млн руб.	7003	8380	8645	8704	9382	8890
в том числе:						
личное страхование	530	549	622	558	462	395
имущественное	2072	2952	3180	2482	2180	2381
Страховые выплаты, млн руб.	4898	5819	6027	6687	7864	7006
в том числе						
личное страхование	297	331	404	375	366	321
имущественное	676	1004	1274	1072	1340	778
Чистая прибыль, млн руб.	40	93	174	150	104	158

Таблица 2

**Структура страховых взносов и выплат по видам страхования, %**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Страховые взносы						
Всего	100	100	100	100	100	100
Добровольное страхование всего	37,1	41,8	44,0	34,9	28,2	31,2
в том числе:						
личное страхование	7,5	6,5	7,2	6,4	4,9	4,4
из него страхование:						
жизни	0,1	0,1	0,2	0,1	-	-
от несчастных случаев и болезней	1,3	1,4	0,9	1,1	0,3	0,5
медицинское	6,0	5,0	6,1	5,3	4,6	3,9
Страховые выплаты						
Всего	100	100	100	100	100	100
Добровольное страхование всего	19,8	22,9	27,9	21,6	21,7	15,7
в том числе:						
личное страхование	6,0	5,7	6,7	5,6	4,7	4,6
из него страхование:						
жизни	0,2	0,3	0,2	0,1	-	-
от несчастных случаев и болезней	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	0,1
медицинское	5,5	5,0	6,2	5,0	4,3	4,5

По данным аналитического агентства «BusinessStat», за период с 2007-го по 2011 год численность страховщиков ДМС сократилась с 379 до 284, прогнозируется дальнейшее снижение до показателя в 249 в 2014 году, и только к 2015 году динамика улучшится, прогнозное значение составит 275. Тем не менее с 2010 года наметилась положительная тенденция в секторе ДМС, что связано с постепенным восстановлением экономики. Аналитики отмечают, что корпоративные клиенты не стали массово отказываться от ДМС, произошла переориентация в сторону приобретения более дешевых программ страхования с набором меньшего количества медицинских услуг. Можно выделить ряд преимуществ ДМС по сравнению с платными услугами:

- затраты на покупку полиса меньше, чем оплата лечения из собственных средств пациента (особенно в случае госпитализации в стационар);
- оплата осуществляется один раз в момент приобретения полиса ДМС, все последующие расчеты с лечебным учреждением проводит страховая компания;

- пациенту с полисом ДМС гарантировано назначение обследований строго в соответствии с медицинскими показаниями, поскольку страховая компания контролирует процесс лечения и защищает интересы клиента.

Развитие ДМС в России идет медленными темпами ввиду следующих причин:

- нестабильная рыночная конъюнктура, что связано с последствиями мирового финансового кризиса и необходимостью российских компаний урезать бюджет на социальное обеспечение персонала;
- отсутствие в российском законодательстве отдельного закона о ДМС;
- низкий уровень платежеспособности населения РФ;
- несоответствие сети государственных лечебных учреждений требованиям страховщиков к уровню оснащенности клиник и квалификации медицинского персонала;
- недоверие основной массы населения к сегменту частной медицины;
- недостаточный уровень страховой культуры российского общества.

Таким образом, можно констатировать, что здравоохранение России должно основываться на гарантируемом для всего населения минимальном бесплатном объеме медицинской помощи. Платные услуги должны выступать в роли дополнения, адресоваться преимущественно состоятельным слоям общества, обеспечивая гражда-

нам возможность выбора. Наибольшие перспективы развития имеет, на наш взгляд, сегмент добровольного медицинского страхования, поскольку представляет собой более цивилизованную форму финансовых взаимоотношений заинтересованных сторон.

*Библиографический список*

1. Моссиалос Э., Томпсон С. Добровольное медицинское страхование в странах Европейского Союза : пер. с англ. – М. : Изд-во «Весь Мир», 2006. – 224 с.
  2. Филатова И. В. Вопросы организации и развития платных медицинских услуг в современных условиях // Вестник ПВГУС. – 2010. – № 3 (11). – С. 55-60.
  3. Официальный сайт правительства Самарской обл. <http://www.adm.samara.ru>
- 

**I. V. Filatova\***

*\*Filatova Irina, applicant of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
mira\_if@mail.ru*

**USE OF FOREIGN EXPERIENCE IN THE REFORM OF HEALTH CARE IN RUSSIA**

*Key words: paid medical services, voluntary medical insurance, health care reform.*

*On the basis of the analysis of foreign experience, the article deals with the problems and prospects of paid medical services as one of the most important aspects of health care reform in Russia.*

---

© Филатова И. В., 2012



## Государственное управление

УДК 336.717.061:664

**О. А. Барашков\***

\*Барашков Олег Александрович, кандидат экономических наук, доцент  
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск  
baroleg@bk.ru

## ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ И ДОЛГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В ОТРАСЛЯХ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Ключевые слова:* кредиторская задолженность, рентабельность, финансовые результаты, обрабатывающие производства, реальный сектор экономики, финансовые ресурсы.

*Рассмотрены отраслевые особенности использования кредиторской задолженности в качестве источника финансирования краткосрочных потребностей в финансовых ресурсах предприятиями обрабатывающих производств Российской Федерации. Приводятся результаты исследований зависимости отраслевых стратегий долгового финансирования от рентабельности продукции, финансовых результатов и других параметров финансово-экономической деятельности.*

Высокие темпы роста объемов привлекаемых кредитных ресурсов предприятиями реального сектора экономики и сближение позиций в отношении условий кредитования при сравнительно меньшей эффективности применения кредиторской задолженности как источника финансовых ресурсов способствовали в последнее десятилетие активному ее замещению банковскими кредитами. Но снижение остроты проблемы вовсе не означает устранения причин ее возникновения. Что и показали итоги 2010 г., когда соотношение между кредиторской задолженностью и банковскими кредитами вновь вернулось на уровень 2008 г. Недостаточность собственных фи-

нансовых ресурсов вынуждает предприятия активно привлекать и использовать заемные средства, а также эффективно управлять кредиторской задолженностью. Однако собственные проблемы банковского сообщества, прежде всего низкая ликвидность и рост стоимости привлекаемых ресурсов в среднесрочной перспективе, способны негативно повлиять на расширение объемов кредитования экономики и заставить хозяйствующие субъекты вновь использовать пусть менее неэффективный, но гораздо более доступный и дешевый способ наращивания кредиторской задолженности (табл. 1 и 2).

Таблица 1

### Изменения в структуре задолженности организаций РФ

Показатели	2003		2004		2005		2006	
	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%
Суммарная задолженность по обязательствам	8795918	100						
в том числе просроченная	1401325	100	120598	100	1032064	100	889263	100
Из суммарной задолженности по обязательствам:								
кредиторская задолженность	5283176	60,1	5943837	57	6389304	52,5	7696758	51,4
в том числе просроченная	1 306 071	93,2	1 122 193	93,5	956356	92,7	821 296	92,4
задолженность по кредитам банков и займам	3 512 742	39,9	4 477 043	43	5789665	47,5	7 271 334	48,6
в том числе просроченная	95 254	6,8	78 405	6,5	75708	7,3	67 967	7,6

Показатели	2007		2008		2009		2010	
	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%
Суммарная задолженность по обязательствам	21406198	100	28179482	100	32561461	100	37200350	100
в том числе просроченная	905432	100	1073703	100	1102076	100	1171644	100
Из суммарной задолженности по обязательствам:								
кредиторская задолженность	10652807	49,8	13353288	47,4	14881506	45,7	17683401	47,5
в том числе просроченная	832 507	91,9	994 457	92,6	957883	86,9	1005998	85,9
задолженность по кредитам банков и займам	10 753 389	50,2	14 826 194	52,6	17679955	54,3	19516949	52,5
в том числе просроченная	72 925	8,1	79 246	7,4	144193	13,1	165646	14,1

Россия в цифрах. 2010 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 429-430.

Россия в цифрах. 2011 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 453-454.

Соотношение между кредиторской задолженностью и кредитами коммерческих банков в структуре суммарной задолженности меняется с 60,1% против 39,9% в 2003 г., до 45,7% и 54,3% в 2009 г. Это свидетельствует о снижении привлекательности кредиторской задолженности как источника покрытия краткосрочных потребностей в финансовых ресурсах и активном ее замещении банковскими кредитами. В то же время принципиальное изменение количественных и структурных соотношений не привело к сопоставимому по масштабам сокращению доли просроченной кредиторской задолженности. Ее удельный вес сократился незначительно с 93,2% в 2003 г. до 85,9% в 2010 г., что свидетельствует о привлекательности этого источника финансирования прежде всего для организаций, находящихся в неустойчивом финансовом положении и не способных выдерживать четкий график платежей, характерных для банковского кредитования. Изменение ситуации на рубеже 2009–2010 гг., характеризующейся ухудшением финансового положения хозяйствующих субъектов и сократившейся способностью банковского сектора кредитовать экономику, возвращает структуру задолженности на уровень 2008 г.

Показательна в этом плане динамика темпов роста суммарной задолженности по обязательствам и различных компонентов задолженности, представленная в табл. 2. До 2006 г. наблюдался характерный тренд по снижению темпов роста объемов кредиторской задолженности с параллельным снижением объемов просроченной задолженности как по кредитам коммерческих банков, так и по взаимной задолженности, возникающей между хозяйствующими субъектами. Ситуация меняется на рубеже 2006–2007 гг., когда впервые за анализируемый период темпы роста объемов кредиторской задолженности начинают расти, причем в 2006 г. они выросли почти в три раза по сравнению с 2005 г., а в 2007 г. – еще почти в два раза. В 2008–2009 гг. темпы роста задолженности несколько замедляются и вновь ускоряются в 2010 г. Еще один фактор, учет которого необходим для оценки ситуации, – разворот трендов по темпам роста просроченной задолженности. В 2007 г. все без исключения показатели демонстрировали рост, который продолжился и даже усилился в 2008 г. Пиковые значения приходятся на 2009 г., когда темпы роста просроченной задолженности банкам выросли до 81,96%.

Таблица 2

**Темпы прироста задолженности 2004–2010 гг., %**

Показатель	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Суммарная задолженность по обязательствам	18,47	16,87	22,90	43,01	31,64	15,55	14,25
В том числе просроченная	<b>-14,32</b>	<b>-14,04</b>	<b>-13,84</b>	1,82	18,58	2,64	6,31
Из суммарной задолженности по обязательствам:							
кредиторская задолженность	12,50	7,49	20,46	38,41	25,35	11,44	18,83
- в том числе просроченная	<b>-14,08</b>	<b>-14,78</b>	<b>-14,12</b>	1,37	19,45	<b>-3,68</b>	5,02
задолженность по кредитам банков и займам	27,45	29,32	25,59	47,89	37,87	19,25	10,39
- в том числе просроченная	<b>-17,69</b>	<b>-3,44</b>	<b>-10,22</b>	7,29	8,67	81,96	14,88

Это свидетельствует об исчерпании резервов наращивания абсолютной суммы задолженности и ее отдельных компонентов в качестве источника финансовых ресурсов при существующих качественных показателях деятельности предприятий реального сектора экономики (финансовые результаты, рентабельность, финансовая устойчивость и платежеспособность). Дальнейший рост объемов кредиторской задолженности способен существенно ухудшить параметры финансовой устойчивости и стать одним из факторов новой волны финансовых потрясений.

Сужая спектр научных исследований предприятиями реального сектора экономики и учитывая серьезную дифференциацию отраслей по параметрам финансового состояния и степени обеспеченности финансовыми ресурсами, необходимо проанализировать особенности использования кредиторской задолженности в качестве источника краткосрочного спонтанного финансирования именно в разрезе отраслей обрабатывающих производств в наиболее интересный период 2008–10 гг. (табл. 3, 4). Складывается ситуация, когда по абсолютным размерам и удель-

ному весу в общей структуре задолженности по виду экономической деятельности в лидерах по использованию кредиторской задолженности выступают отрасли, обладающие высоким ресурсным потенциалом. В частности, на производство кокса и нефтепродуктов, металлургическое и химическое производство, а также производство пищевых продуктов приходилось от 11,19 до 13,25% общей задолженности по экономике (44,32–48,93% задолженности отраслей обрабатывающих производств), при этом они формировали от 10 до 13,7% просроченной задолженности по экономике (40,28–45,03% по обрабатывающим производствам). С другой стороны, отрасли, традиционно ассоциируемые с активным использованием спонтанного финансирования (текстильное и швейное производство, производство кожи, производство транспортных средств и оборудования и др.), демонстрировали меньшие абсолютные и относительные показатели, но по удельному весу просроченной задолженности в общей величине кредиторской задолженности в целом по отрасли они были безусловными лидерами.

Дополнительными количественными критериями, которые были привлечены для анализа условий использования долгового финансирования и степени обремененности предприятий и организаций кредиторской задолженностью, выступили расчетное соотношение между ее абсолютной величиной и размерами сальдированного финансового результата (табл. 5), а также отраслевые показатели рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) (табл. 6). Они формируют базу для сегментации отраслей обрабатывающих производств по способности генерировать доходы и формировать ресурсную базу для погашения кредиторской задолженности.

- Группа отраслей с высокой рентабельностью и низкой обремененностью кредиторской задолженностью: металлургическое производство – 25,5% и 1,62 в 2008 г.; 14,8% и 2,26 в 2009 г.; 18,7% и 1,34 в 2010 г.; производство кокса и нефтепродуктов – 27,8% и 0,58 в 2008 г.; 26,3% и 0,73 в 2009 г.; 23,1% и 1,0 в 2010 г.; химическое

производство – 29,9% и 0,69 в 2008 г.; 10,1% и 3,98 в 2009 г.; 19,8% и 1,46 в 2010 г.

- Отрасли со средними показателями рентабельности и невысокой степенью обремененности кредиторской задолженностью: производство пищевых продуктов – 9,8% и 5,04 в 2008 г.; 12,1% и 3,51 в 2009 г.; 12,2% и 3,44 в 2010 г.; целлюлозно-бумажное производство – 9% и 5,66 в 2008 г.; 9,1% и 4,11 в 2009 г.; 11,7% и 1,92 в 2010 г.; производство электрооборудования – 8,7% и 6,51 в 2008 г.; 7,8% и 10,44 в 2009 г.; 10,1% и 5,09 в 2010 г.

- Низкая рентабельность и предельно высокая обремененность кредиторской задолженностью: производство транспортных средств и оборудования – 4,1% и -17,38 в 2008 г.; 1,5% и -7,36 в 2009 г.; 4,7% и 80,03 в 2010 г.; обработка древесины – 2,5% и 138,43 в 2010 г.; текстильное и швейное производство – 4,8% и 34,91 в 2008 г.; 5,7% и -85,29 в 2009 г.; 5,4% и 39,05 в 2010 г.

Таблица 3

**Кредиторская задолженность по отраслям обрабатывающих производств РФ, 2007–2008 гг.**

Показатель	01.01.2008				Удельный вес просроченной задолженности в общей задолженности, %	01.01.2009				Удельный вес просроченной задолженности в общей задолженности, %
	млн руб.		%			млн руб.		%		
	Всего	В том числе просроченная	Всего	В том числе просроченная		Всего	В том числе просроченная	Всего	В том числе просроченная	
Всего в экономике	10 652 807	832 507	100	100	7,81	13 353 288	994 457	100	100	7,45
Обрабатывающие производства	2 885 075	214 979	27,08	25,82	7,45	3 372 215	300 162	25,25	30,18	8,90
Из них: Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	406 761	18 795	3,82	2,26	4,62	511 638	22 028	3,83	2,22	4,31
Текстильное и швейное производство	28 020	6 044	0,26	0,73	21,57	27 757	4 789	0,21	0,48	17,25
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	9 414	628	0,09	0,08	6,67	8 549	665	0,06	0,07	7,78
Обработка древесины и производство изделий из дерева	34 303	4 327	0,32	0,52	12,61	47 877	6 742	0,36	0,68	14,08
Целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	54 390	3 852	0,51	0,46	7,08	71 282	4 392	0,53	0,44	6,16
Производство кокса и нефтепродуктов	427 611	22 987	4,01	2,76	5,38	323 783	33 298	2,42	3,35	10,28
Химическое производство	126 911	17 384	1,19	2,09	13,70	153 177	19 897	1,15	2,00	12,99
Производство резиновых и пластмассовых изделий	90 198	2 823	0,85	0,34	3,13	75 137	3 290	0,56	0,33	4,38
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	141 143	11 988	1,32	1,44	8,49	190 956	16 882	1,43	1,70	8,84
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	450 713	27 424	4,23	3,29	6,08	506 463	59 884	3,79	6,02	11,82
Производство машин и оборудования	229 578	16 376	2,16	1,97	7,13	329 081	20 333	2,46	2,04	6,18
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	172 574	18 744	1,62	2,25	10,86	230 991	25 042	1,73	2,52	10,84
Производство транспортных средств и оборудования	561 679	38 460	5,27	4,62	6,85	707 084	58 660	5,30	5,90	8,30

Таблица 4

**Кредиторская задолженность по отраслям обрабатывающих производств РФ, 2009–2010 гг.**

Показатель	01.01.2010				Удельный вес просроченной за- долженности в общей задолженности, %	01.01.2011				Удельный вес просроченной за- долженности в общей задолженности, %
	млн руб.		%			млн руб.		%		
	Всего	В том числе просроченная	Всего	В том числе просроченная		Всего	В том числе просроченная	Всего	В том числе просроченная	
Всего в экономике	14881506	957883	100	100	6,4	17683401	1005998	100	100	5,7
Обрабатывающие производства	3733950	293605	25,09	30,65	7,9	4517436	283386	25,55	28,17	6,3
из них:			0,00	0,00				0,00	0,00	
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	533042	25624	3,58	2,68	4,8	600933	27948	3,40	2,78	4,7
Текстильное и швейное производство	32922	6082	0,22	0,63	18,5	36085	5855	0,20	0,58	16,2
Производство кожи, изделий из кожи и произ- водство обуви	8454	666	0,06	0,07	7,9	7900	542	0,04	0,05	6,9
Обработка древесины и производство изделий из дерева	54037	6779	0,36	0,71	12,5	64646	5866	0,37	0,58	9,1
Целлюлозно-бумажное производство; изда- тельская и полиграфическая деятельность	75258	4854	0,51	0,51	6,4	78352	6236	0,44	0,62	8
Производство кокса и нефтепродуктов	507765	28421	3,41	2,97	5,6	591880	28534	3,35	2,84	4,8
Химическое производство	220956	23920	1,48	2,50	10,8	237072	23874	1,34	2,37	10,1
Производство резиновых и пластмассовых из- делий	64920	3635	0,44	0,38	5,6	77601	5035	0,44	0,50	6,5
Производство прочих неметаллических мине- ральных продуктов	198243	20961	1,33	2,19	10,6	215604	23082	1,22	2,29	10,7
Металлургическое производство и производ- ство готовых металлических изделий	466645	53153	3,14	5,55	11,4	583946	44872	3,30	4,46	7,7
Производство машин и оборудования	336765	20461	2,26	2,14	6,1	423985	21632	2,4	2,15	5,1
Производство электрооборудования, элек- тронного и оптического оборудования	229495	19190	1,54	2,00	8,4	268179	13591	1,52	1,35	5,1
Производство транспортных средств и обору- дования	815385	55240	5,48	5,77	6,8	1084294	55290	6,13	5,50	5,1

Промышленность России. 2010 : стат. сб. / Росстат. С. 306-315.

Россия в цифрах. 2010 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 430-432.

Россия в цифрах. 2011 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 458-459.

Таблица 5

**Соотношение кредиторской задолженности и сальдированного финансового результата по отраслям обрабатывающих производств РФ**

Показатель	2008	2009	2010
Всего по экономике	3,51	3,36	2,91
в том числе по видам экономической деятельности:			
Обрабатывающие производства, из них:	2,44	3,42	2,83
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	5,04	3,51	3,44
текстильное и швейное производство	34,91	-85,29	39,05
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	12,02	31,66	9,68
обработка древесины и производство изделий из дерева	-4,29	-4,39	138,43
целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	5,66	4,11	1,92
производство кокса и нефтепродуктов	0,58	0,73	1,00
химическое производство	0,69	3,98	1,46
производство резиновых и пластмассовых изделий	10,45	12,23	5,33
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	2,09	26,06	8,49
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	1,62	2,26	1,34
производство машин и оборудования	7,25	13,34	10,61
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	6,51	10,44	5,09
производство транспортных средств и оборудования	-17,38	-7,36	80,03

Рассчитано автором на основании данных табл. 4 и табл. 8.1. С. 290 [2].

В аналитических целях с использованием пузырьковых диаграмм были сопоставлены отраслевые темпы прироста выручки от реализации продукции и темпы прироста объемов кредиторской задолженности, причем в качестве третьей величины, отражающей размер пузырька, выступает абсолютный размер просроченной креди-

торской задолженности по отрасли. Проведенный анализ и графическая интерпретация динамики исследуемых показателей позволили выделить группы отраслей с характерными моделями использования кредиторской задолженности в качестве источника спонтанного краткосрочного финансирования.

Таблица 6

**Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг)  
по отраслям обрабатывающих производств РФ**

Показатели	2008	2009	2010
Обрабатывающие производства, из них:	17,1	13,4	14,3
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	9,8	12,1	12,2
текстильное и швейное производство	4,8	5,7	5,4
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	6,6	7	8
обработка древесины и производство изделий из дерева	2,7	-0,9	2,5
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	9	9,1	11,7
производство кокса и нефтепродуктов	27,8	26,3	23,1
химическое производство	29,9	10,1	19,8
производство резиновых и пластмассовых изделий	7,2	6,6	7,3
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	22,4	7,4	7,9
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	25,5	14,8	18,7
производство машин и оборудования	8,8	8,2	7,3
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	8,7	7,8	10,1
производство транспортных средств и оборудования	4,1	1,5	4,7

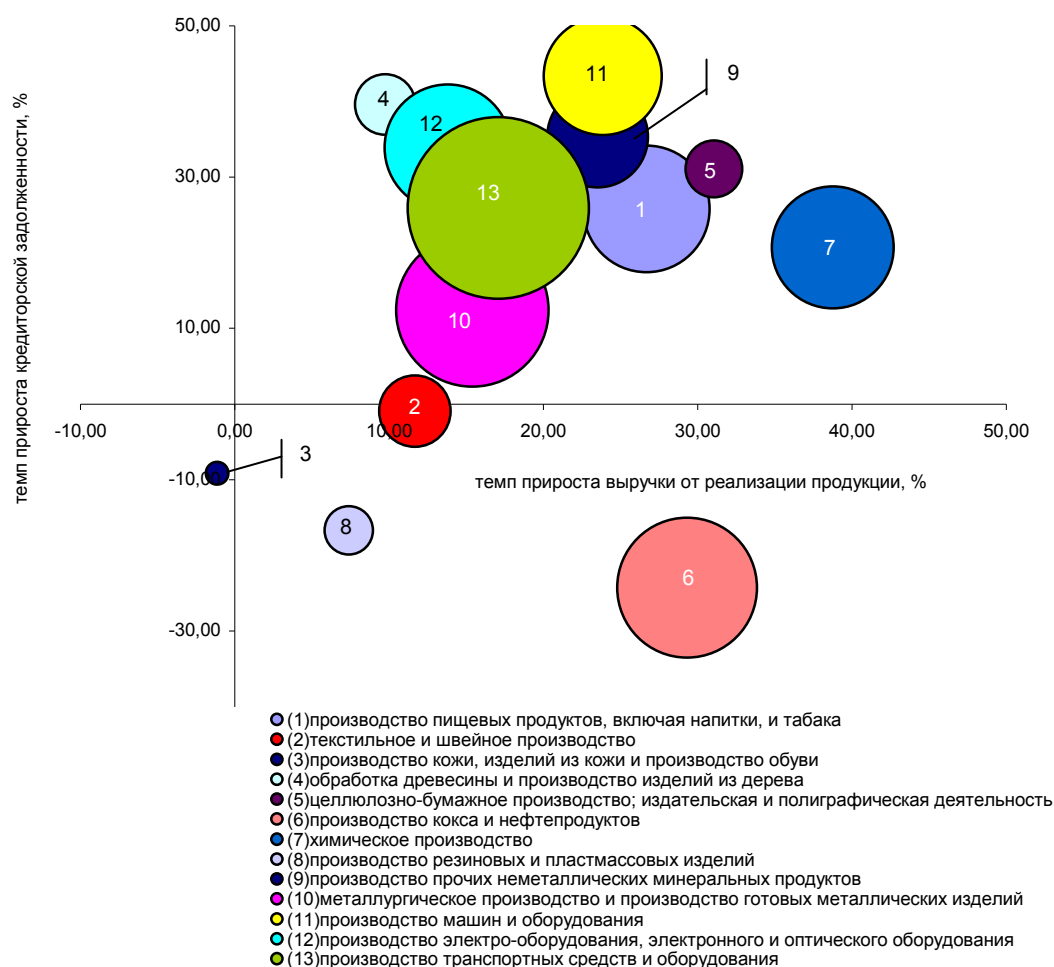
Россия в цифрах. 2010 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 425-427.

Россия в цифрах. 2011 : крат. стат. сб. / Росстат. С. 449-451.

Промышленность России. 2010 : стат. сб. / Росстат. С. 294.

2008 год, несмотря на формальное начало кризисных явлений, все же отражал ситуацию более типичную для последних предкризисных лет и фактически определял финансово-экономическую

базу, с которой отрасли обрабатывающих производств входили в полномасштабную рецессию (рис. 1).



**Рис. 1.** Распределение отраслей обрабатывающих производств РФ по темпам прироста выручки от реализации продукции, темпам прироста кредиторской задолженности и объемам просроченной задолженности по итогам 2008 г.

1. Отрасли, способные мобилизовать в значительных объемах собственные источники финансовых ресурсов за счет высокорентабельной деятельности и стабильных темпов роста объемов производства, гарантирующих высокие значения сальдированного финансового результата. Это производство кокса и нефтепродуктов и металлургическое производство и производство готовых металлических изделий. Хотя в последнем случае рост абсолютного размера задолженности и сопровождается здесь спровоцированными финансовым кризисом негативными явлениями (снижение рентабельности, сальдированного финансового результата, рост просроченной задолженности и т. д.), он в меньшей степени повлиял на способность хозяйствующих субъектов генерировать в необходимых объемах финансовые ресурсы для осуществления своевременных расчетов с контрагентами.

2. Отрасли со стабильным, но невысоким уровнем рентабельности, темпами роста объемов производства, существенно превосходящими до III квартала 2008 г. средние по отраслям обрабатывающих производств значения [1; 2]. Скромные исходные возможности по мобилизации собственных источников финансовых ресурсов оправдывают масштабное использование заемных и привлеченных средств (производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; производство резиновых и пластмассовых изделий; производство транспортных средств и оборудования и др.). Падение объемов производства и качественное ухудшение параметров финансового состояния в высокотехнологичных и инвестиционно активных отраслях, ориентированных на спрос со стороны предприятий по добыче полезных ископаемых и их первичной переработке, сократили возможности по получению краткосрочных кредитов под пополнение оборотных средств и оживили почти забытую практику 1990-х годов по наращиванию неплатежей.

3. Виды деятельности, демонстрирующие низкую рентабельность, незначительный рост, а подчас и снижение объемов производства, а также неспособность аккумулировать собственные средства в размерах, необходимых для нормального осуществления процесса производства. Отрасли изначально ориентируются на масштабное привлечение именно кредиторской задолженности в силу недоступности большинству составляющих их предприятий кредитных ресурсов коммерческих банков. Даже сокращение абсолютных размеров кредиторской задолженности не способствует нормализации финансового состояния (производство кожи, изделий из кожи и производство обуви, текстильное и швейное производство). Фактически указанные стратегии и определяли дифференциацию параметров финансового состояния, характерного для наиболее тяжелого

для предприятий реального сектора экономики страны 2009 года (рис. 2).

Скруплезный анализ позволил выделить группы отраслей (кластеры), существенно отличающихся моделями поведения и соответственно финансовыми результатами и характеристиками финансового состояния.

1. Группа отраслей демонстрирующих положительные темпы прироста объемов реализации при стабильно невысоких или даже отрицательных темпах прироста кредиторской задолженности (производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака, производство кожи, изделий из кожи и производство обуви). Однако степень обремененности кредиторской задолженностью различаются на порядок, так же как и рентабельность, инициировавшая эти расхождения в стратегиях ее использования (12,1% и 7% соответственно).

2. Отрасли, получившие отрицательный финансовый результат (текстильное и швейное производство, обработка древесины и производство изделий из дерева, производство транспортных средств и оборудования). Отраслевые аутсайдеры, несмотря на отличия в темпах снижения объемов реализации, демонстрируют единство в политике увеличения объемов используемой кредиторской задолженности в пределах 12-18 %. Самые низкие по виду экономической деятельности показатели рентабельности (5,7% и -0,9% соответственно) не позволяют генерировать в достаточных объемах доходы от собственной деятельности и не способны привлечь внимание представителей кредитно-банковского сообщества. В сложившейся ситуации только увеличение кредиторской задолженности обеспечивает рост ресурсной базы.

3. Отрасли с отрицательными темпами роста объемов производства и реализации продукции, в свою очередь, крайне неоднородны и требуют дальнейшей кластеризации:

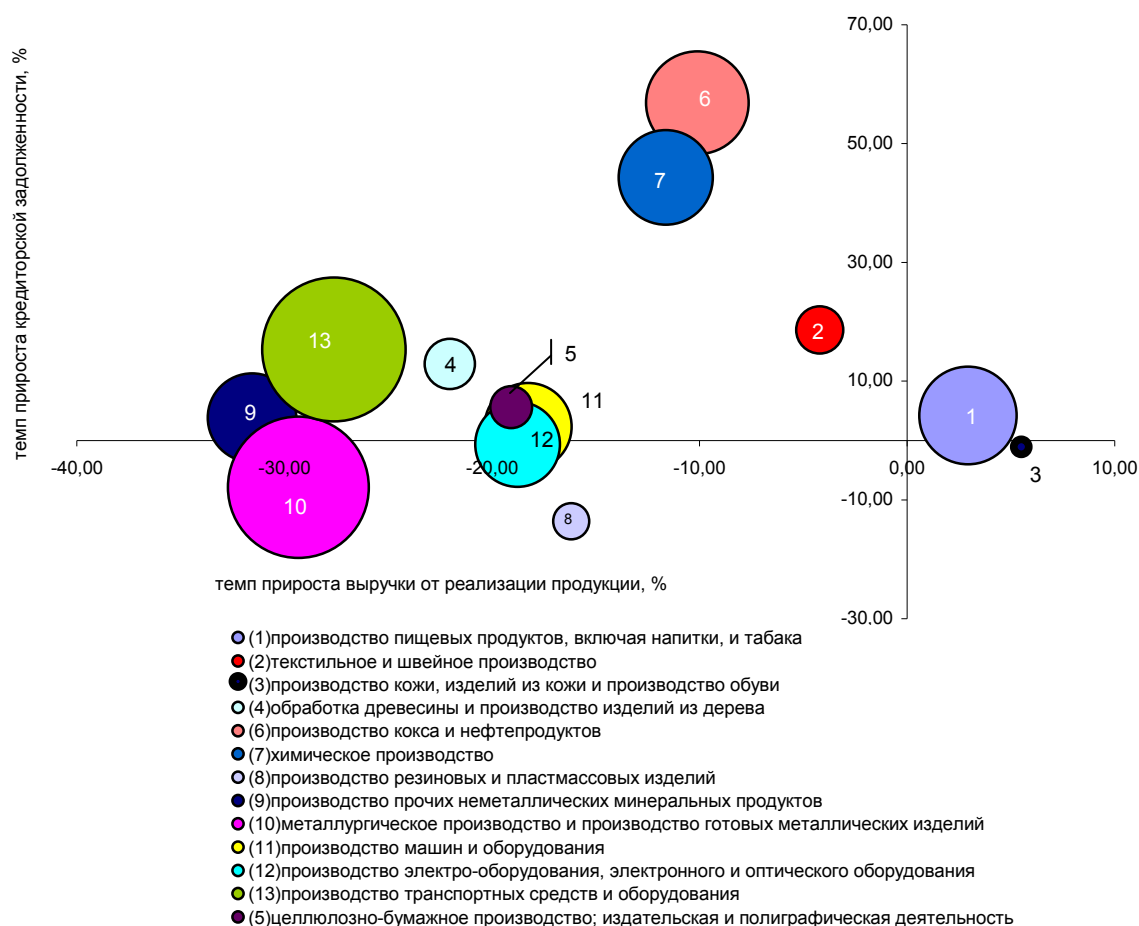
- стабильная величина кредиторской задолженности, не превышающая темпов инфляции (производство прочих неметаллических минеральных продуктов; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования; производство машин и оборудования; целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность). Спросовые ограничения и зависимость поставщиков и подрядчиков в смежных производствах от уровня деловой активности в выше указанных отраслях определили снижение объемов взаимного коммерческого кредитования и соответственно меньшую значимость кредиторской задолженности в структуре источников краткосрочного финансирования. В то же время существенное снижение финансовых результатов обусловило рост соотношения «кредиторская задолженность/сальдированный финансовый результат» и способствовало некоторому

снижению финансовой устойчивости предприятий указанных отраслей;

- сокращение темпов прироста кредиторской задолженности (металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, производство резиновых и пластмассовых изделий). Происходила оптимизация структуры капитала в рамках «защитной» стратегии, особенно в экспортноориентированном металлургическом производстве, характеризующемся наличием собственных источников финансовых ресурсов, которые обеспечиваются высокой среднеотраслевой рентабельностью (14,6% в 2009 г.) и лучшими, чем в среднем по виду экономической деятельности, условиями кредитования. Соотношение абсолютных размеров кредиторской задолженности и сальдированного финансового результата демонстрируют незначительный рост,

не оказывая существенного воздействия на уровень финансовой устойчивости;

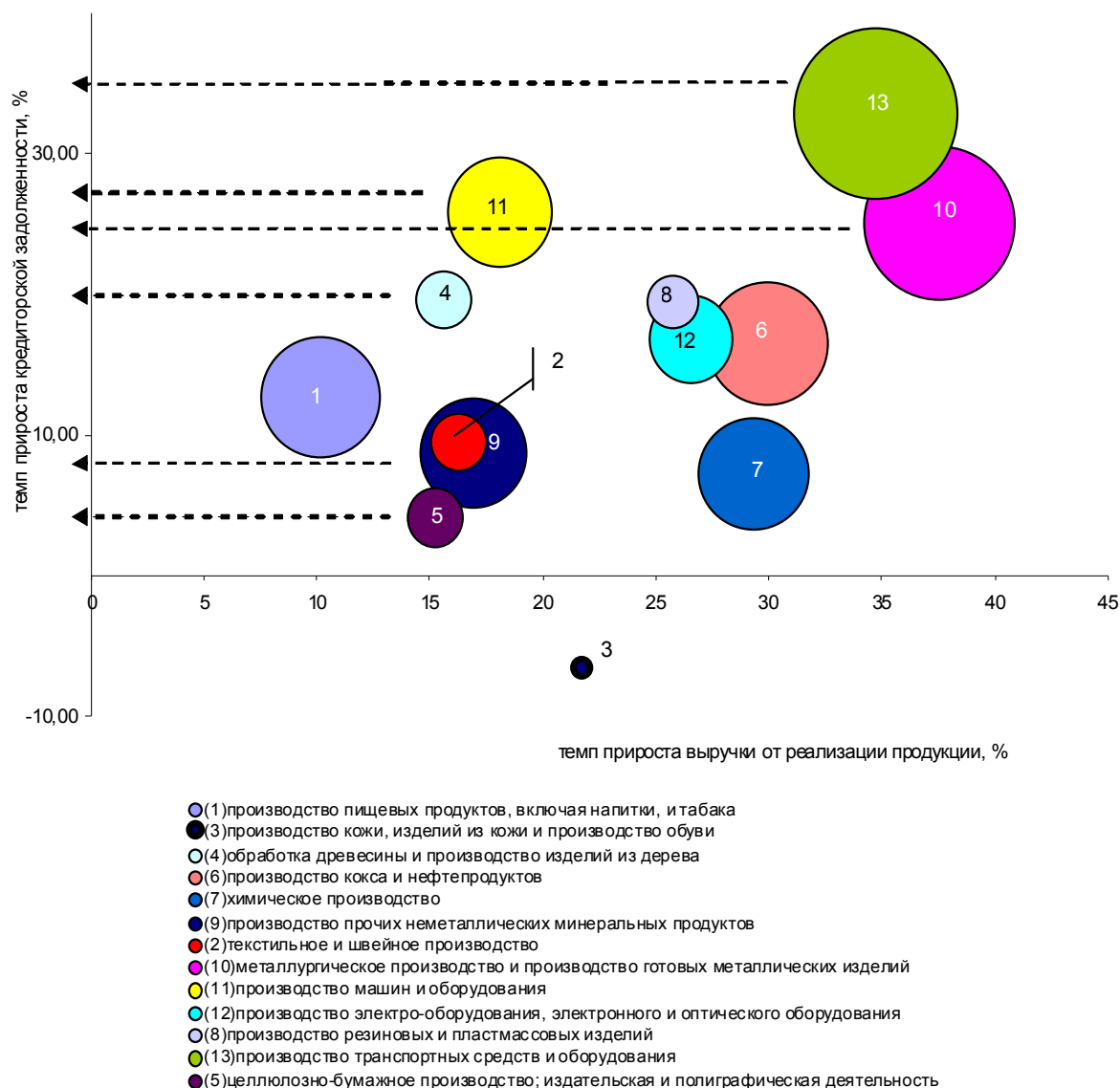
- увеличение объемов кредиторской задолженности (химическое производство, производство кокса и нефтепродуктов). Новой тенденцией, явившейся следствием мирового экономического кризиса и таких его последствий, как снижение цен на сырьевые и энергетические товары, падение спроса со стороны промышленного сектора внутри страны и за рубежом по причине сокращения платежеспособного спроса и начавшейся рецессии в экономиках большинства экономически развитых стран мира, выступает рост кредиторской задолженности, и особенно просроченной ее части, в отраслях, традиционно отвергавших этот путь формирования ресурсной базы (химическое производство и производство кокса и нефтепродуктов).



**Рис. 2.** Распределение отраслей обрабатывающих производств РФ по темпам прироста выручки от реализации продукции, темпам прироста кредиторской задолженности и объемам просроченной задолженности по итогам 2009 г.

Анализ ситуации, сложившейся в 2010 году, позволяет выделить группы отраслей со сходными количественными показателями и отношени-

ем к кредиторской задолженности как источнику краткосрочного финансирования (рис. 3).



**Рис. 3.** Распределение отраслей обрабатывающих производств РФ по темпам прироста выручки от реализации продукции, темпам прироста кредиторской задолженности и объемам просроченной задолженности по итогам 2010 г.

1. Отрасли, демонстрирующие сопоставимые темпы роста выручки и кредиторской задолженности. Темпы прироста могут существенно отличаться, в частности, в пределах 10% (производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака); 15% (обработка древесины и производство изделий из дерева); 20% (производство машин и оборудования); 30% (производство транспортных средств и оборудования)

2. Отрасли с темпами прироста выручки от реализации, превосходящими темпы прироста кредиторской задолженности. Дифференциация отраслей по количественным параметрам также имеет место. Темп прироста выручки в пределах 15% при росте кредиторской задолженности в пределах 10% демонстрирует группа отраслей (производство прочих неметаллических минеральных продуктов; текстильное и швейное производство;

целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность).

Более высокие темпы прироста выручки (30%) при темпах прироста кредиторской задолженности в пределах 10-15% показывают химическое производство; производство кокса и нефтепродуктов; производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования. Номинальными лидерами являются производство транспортных средств и оборудования и металлургическое производство (темпы прироста выручки 35-37% при росте кредиторской задолженности на 20-25%).

Однако картина будет излишне оптимистичной без учета фактора «низкого старта» по причине экстремального снижения выручки от реализации в 2009 г. Если рассчитать отраслевые темпы роста выручки в диапазоне 2008–2010 гг.,



то получается, что 6 из 13 отраслей не достигли уровня производства 2008 г. Смещение результатов указанных отраслей по оси ОХ влево, а они формируют 13,86 и 15,6% совокупной кредиторской и просроченной задолженности в экономике соответственно, дает более реальную картину. В то же время условия их функционирования, как и перспективы дальнейшего развития, существенно отличаются.

- Производство транспортных средств и оборудования, обработка древесины и производство изделий из дерева (трехкратный рост рентабельности, получение положительного сальдированного финансового результата по отрасли, впервые за последние 3 года, экстремально высокие, с тенденцией снижения, соотношения «кредиторская задолженность/сальдированный финансовый результат»). Дальнейшее развитие ситуации будет определяться ситуацией, складывающейся на кредитном рынке, степени активности в отраслях основных потребителей продукции и состоянием платежеспособного спроса.

- Металлургическое производство; производство прочих неметаллических минеральных продуктов; целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность. Удачная ценовая конъюнктура, восстановление спроса и рост рентабельности (хотя и не до уровня 2008 г.) способствовали существенному, в 2-3 раза снижению соотношения «кредиторская задолженность/сальдированный финансовый результат» и создали условия для восстановления докризисных пропорций развития. При условии восстановления уровня рентабельности до докризисных значений, ситуация видится оптимистичной.

- Производство машин и оборудования. Одна из четырех отраслей обрабатывающих производств, демонстрирующая снижение рентабельности продукции, при одновременном снижении степени обремененности кредиторской задолженностью. Данная ситуация может стать фактором разворота тренда и нарастания перманентных трудностей с генерацией доходов от основной деятельности, что неизбежно приведет к росту использования заемных средств в перспективе.

Подводя итоги, следует отметить, что использование кредиторской задолженности, и особенно просроченной ее части, в качестве источника финансовых ресурсов однозначно характеризует наличие существенных проблем с их мобилизацией из нормальных источников и говорит о неспособности предприятий генерировать прибыль либо рационально строить стратегию банковского или коммерческого кредитования. И если наличие в структуре просроченной задолженности, задолженности поставщикам и подрядчикам еще может быть оправдано объективными и субъективными причинами, обусловившими нарушение сроков оплаты, то использование роста задолжен-

ности в бюджет и внебюджетные фонды в качестве способа краткосрочного финансирования текущей деятельности однозначно неприемлемо. Такая стратегия неэффективна в принципе по причине высоких издержек использования за счет применения штрафных санкций и роста рисков, связанных с повышенным вниманием фискальных органов к деятельности организаций-неплательщиков.

Анализ ситуации свидетельствует, что ее наращивание нельзя рассматривать как самоцель, что нередко происходит в средствах массовой информации и звучит в заявлениях фискальных властей. Активизация использования этого, безусловно, вредного для экономики в целом способа привлечения средств происходит только тогда, когда полностью исчерпаны или становятся недоступными нормальные (законные) источники финансовых ресурсов. Руководство хозяйствующих субъектов прекрасно осознает, что это вынужденная мера и издержки применения кредиторской задолженности в качестве источника финансирования краткосрочных кассовых разрывов многократно превышают его сомнительные преимущества. Особенно это касается тех видов задолженности (по заработной плате, в бюджет и государственные внебюджетные фонды), где финансовые, а часто административные и даже уголовные санкции за ее допущение весьма ощутимы. Что же касается задолженности поставщикам и подрядчикам, то здесь приходится сталкиваться с необходимостью трансформации задолженности из товарной формы в денежную, что также снижает эффективность применения кредиторской задолженности по причине отнесения возникающих издержек на собственные финансовые результаты.

В данном случае государству необходимо сосредоточиться на борьбе не с отдельными формами проявления хронической нехватки собственных источников финансовых ресурсов, коим, несомненно, выступает рост в кризисных условиях кредиторской задолженности, а с причинами, их инициирующими, потому что рост обеспеченности собственными финансовыми ресурсами, вызванный либо экстенсивным ростом за счет увеличения объемов производства и реализации продукции, либо качественным ростом по причинам изменения структуры затрат и роста рентабельности, приводит к постепенному отказу от этого в целом неэффективного способа долгового финансирования. Дополнительным фактором, ускоряющим этот процесс, выступает рост объемов банковского кредитования вследствие сближения позиций финансового и нефинансового секторов экономики в отношении приемлемости условий кредитования (сроки, проценты, обеспечение и др.).

*Библиографический список*

1. Промышленность России. 2008 : стат. сб. / Росстат. – М., 2008. – 381 с.
  2. Промышленность России. 2010 : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 453 с.
  3. Россия в цифрах. 2009 : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 525 с.
  4. Россия в цифрах. 2010 : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 558 с.
  5. Россия в цифрах. 2011 : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2011. – 581 с.
  6. Финансы России. 2008 : стат. сб. / Росстат. – М., 2008. – 453 с.
  7. Финансы России. 2010 : стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 468 с.
- 

**O. A. Barashkov\***

*\*Barashkov Oleg, PhD in Economics, Associate Professor of  
Mordovia State University of N.P. Ogarev, Saransk  
baroleg@bk.ru*

**FEATURES OF ACCOUNTS PAYABLE AND DEBT FINANCE IN MANUFACTURING  
PRODUCTION OF THE RUSSIAN FEDERATION**

*Key words: accounts payable, profitability, financial performance, manufacturing, real economic sector, financial resources.*

*The article considers the industrial peculiarities of using the accounts payable as a source of financing for short-term funding needs of manufacturing enterprises of the Russian Federation. The work demonstrates the dependence of industrial strategies of debt finance on the profitability of products, financial results and other parameters of financial and economic activity.*

---

© Барашков О. А., 2012

УДК 369

**И. А. Юрьева\***

\*Юрьева Ирина Анатольевна, соискатель

Ивановская государственная текстильная академия, г. Иваново

I.Yuryeva@rambler.ru

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ

*Ключевые слова:* негосударственное пенсионное обеспечение, финансовые ресурсы, экономические стимулы, некоммерческая организация, социальный эффект.

Негосударственные пенсионные фонды относятся к сфере социального обеспечения и одновременно являются звеном инфраструктуры финансового рынка страны. Социальная направленность их деятельности способствует снижению социальной напряженности в обществе, позволяет более полно удовлетворять потребности пенсионеров. Аккумулируя и инвестируя в экономику значительные денежные средства, Негосударственные пенсионные фонды способствуют увеличению доли фонда накопления в национальном доходе.

Пенсионная система в России предусматривает систему пенсионного обеспечения граждан, которая основана на многоступенчатом подходе к формированию пенсии. Первую ступень составляют базовые пенсии, вторую – трудовые и третью – негосударственные пенсии. Возникновению негосударственных пенсионных фондов в России положил начало Федеральный закон № 75-ФЗ от 07.05.1998 г. «О негосударственных пенсионных

фондах». В соответствии с этим законом пенсионные фонды функционируют независимо от системы государственного обеспечения. Негосударственное пенсионное обеспечение, согласно концепции пенсионной реформы, призвано создать основу пенсионного содержания населения страны.

Структура пенсионной системы РФ представлена на рис. 1.

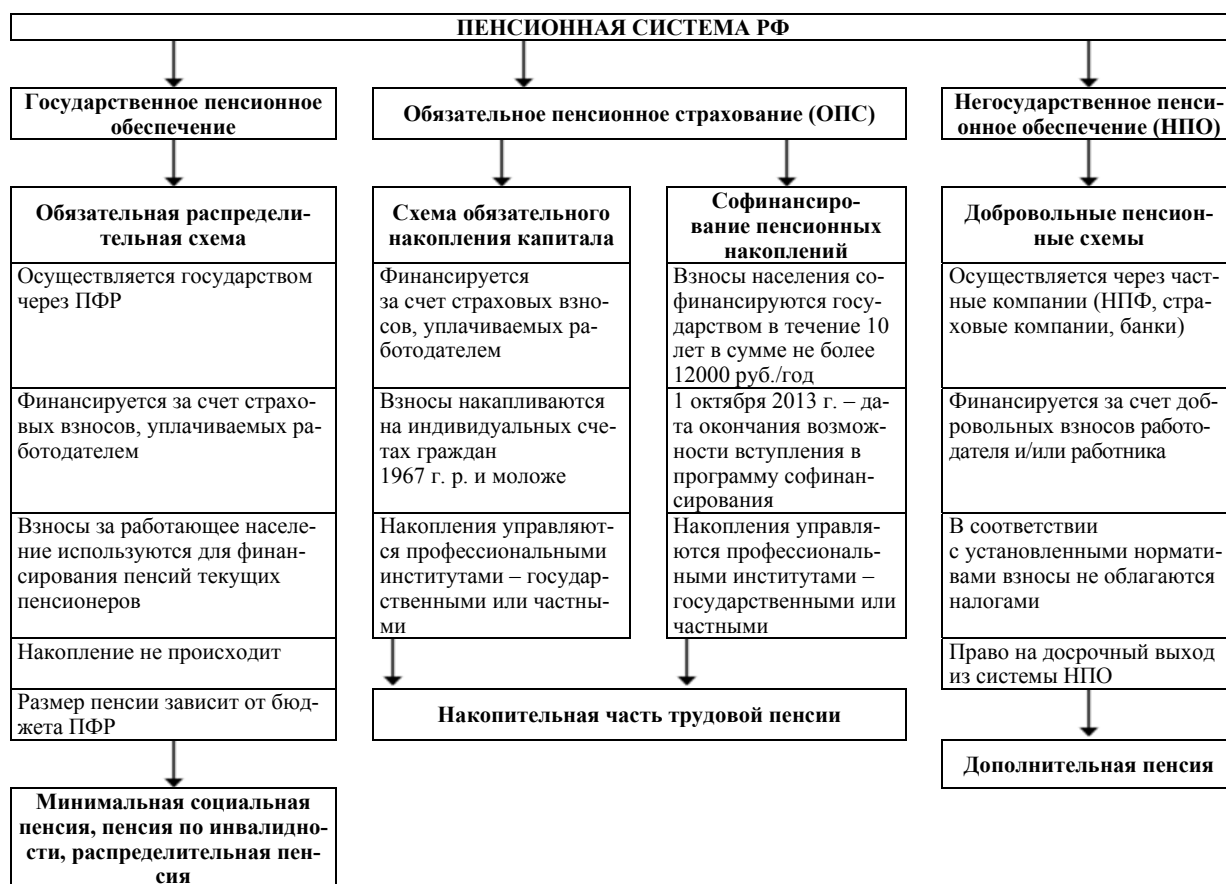


Рис. 1. Пенсионная система РФ

Из приведенной структуры видно, что негосударственные пенсионные фонды (далее – НПФ) являются важнейшим звеном пенсионной системы России.

Негосударственный пенсионный фонд – это особая организационно-правовая форма некоммерческой организации социального обеспечения, осуществляющая пенсионное обеспечение участников фонда, а именно: аккумулирование пенсионных взносов, размещение и организацию размещения пенсионных активов, учет пенсионных обязательств фонда, назначение и выплату негосударственных пенсий участникам фонда.

По данным ФСФР России (<http://www.ffms.ru>), на 01.10.2011 г. зарегистрировано 149 НПФ, участниками которых являются свыше 6617 тыс. человек, пенсионные резервы негосударственного пенсионного обеспечения составляют 670310 млн рублей. В НПФ получают дополнительную (негосударственную) пенсию свыше 1425 тыс. человек. Средний размер этой пенсии превышает 1770 рублей.

Основными принципами создания и работы НПФ являются:

- открытость фонда;
- прозрачность инвестиционных портфелей;
- единые для всех участников гарантии, системы назначения и выплаты пенсий в пределах одной пенсионной схемы;
- открытая информация по аудиторским проверкам и актуарным оценкам.

Негосударственные пенсионные фонды стали одновременно значимым социальным институтом и заметным инвестором на финансовом рынке страны. Социальная направленность их деятельности способствует снижению социальной напряженности в обществе, позволяет более полно удовлетворять потребности пенсионеров. Негосударственные пенсионные фонды играют важную макроэкономическую роль, аккумулируя и инвестируя в экономику денежные средства. Важным направлением, определяющим результативность деятельности НПФ, является инвестирование средств пенсионных резервов.

Размещение средств пенсионных резервов осуществляется на следующих принципах:

- надежности ценных бумаг;
- обеспечения сохранности указанных средств;
- обеспечения доходности, диверсификации и ликвидности инвестиционных портфелей;
- определения инвестиционной политики на основе объективных критериев, поддающихся количественной оценке;
- информационной открытости процесса размещения средств пенсионных резервов для фонда, его вкладчиков, участников и застрахованных лиц;
- прозрачности процесса размещения средств пенсионных резервов для органов государственного, общественного надзора и контроля, спе-

циализированного депозитария и подконтрольности им;

– профессионального управления инвестиционным процессом.

Роль НПФ как финансового института заключается в привлечении и размещении средств для обеспечения будущих выплат пенсий граждан, т. е. их инвестирования. Инвестиционная деятельность подразумевает максимизацию инвестиционного дохода, благодаря чему обеспечиваются выполнение обязательств перед клиентами, обеспечение гарантированного дохода по пенсионным договорам, покрытие расходов, связанных с обеспечением уставной деятельности НПФ. Наряду с этим деятельность по размещению пенсионных резервов и инвестированию средств пенсионных сбережений не относится к предпринимательской. Социальная направленность деятельности негосударственных пенсионных фондов не позволяет достижение максимального инвестиционного дохода считать основной целью и предполагает осуществление сделок с активами, в которые размещены средства пенсионных резервов в строгом соответствии с «Правилами размещения средств пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещениями» (Постановление Правительства РФ №63 от 1 февраля 2007 г.), ограничивающими набор инструментов для инвестиций активов НПФ, в качестве гарантии возврата средств участников фонда.

Таким образом, развитие негосударственных пенсионных фондов и их участие в системе дополнительного пенсионного обеспечения позволит не только решить задачи по реформированию пенсионной системы, но и внесет вклад в стабилизацию финансового рынка. Пенсионные инвестиции, направленные в экономику нашей страны, способствуют повышению эффективности и самой пенсионной системы и позволяют институциональным инвесторам правильно реагировать на рыночные колебания, сохранять прозрачность и надежность инвестиций.

Систематизируем НПФ по ключевым признакам (рис. 2).

На основе рис. 2 можно сделать вывод о том, что организация дополнительного пенсионного обеспечения должна быть multifunctional.

Все отчетливее видно, что государство не сможет в долгосрочной перспективе гарантировать своим гражданам достойную старость, а значит, к решению этой задачи должны подключаться работодатели, сами работники, а также неработающие граждане. Наиболее удобным механизмом для формирования дополнительных пенсий сегодня является дополнительное пенсионное обеспечение, осуществляемое негосударственными пенсионными фондами.



Рис. 2. Классификация НПФ по ключевым признакам

Основная задача государства в области дополнительного пенсионного обеспечения заключается в регулировании системы негосударственных пенсионных фондов, обеспечении гарантии пенсионных средств, стимулировании работодателей для создания и более широкого распространения пенсионных систем на предприятиях. В идеале пенсионное обеспечение должно

строиться на принципах совместного финансирования дополнительных негосударственных пенсий со стороны работников и работодателей, повышения социальной ответственности работодателей перед работниками.

Классификация НПФ по категориям их учредителей и типу основных вкладчиков представлена на рис. 3.

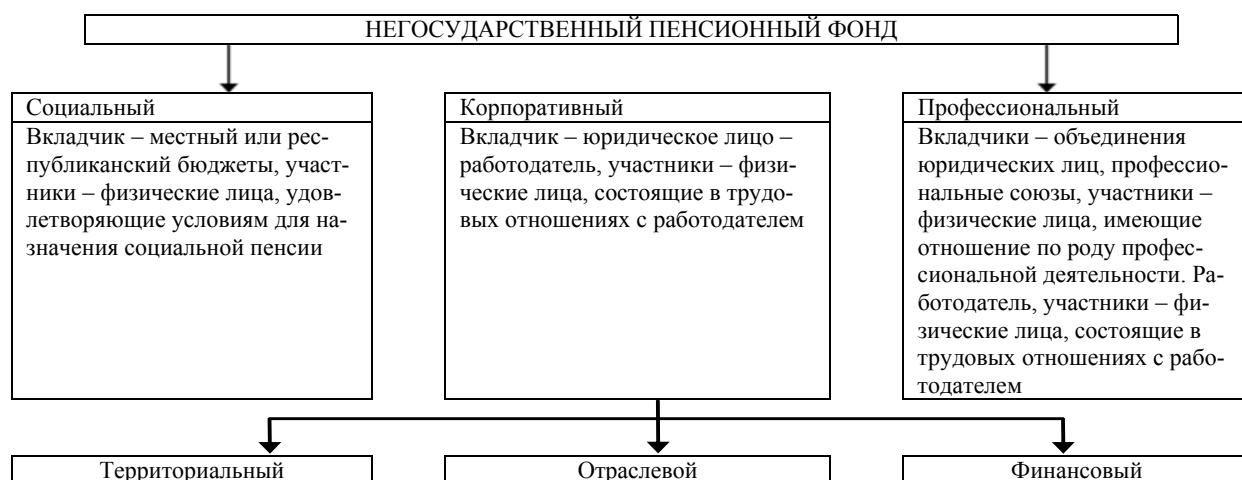


Рис. 3. Классификация НПФ по категориям их учредителей и типу основных вкладчиков

Участие в негосударственном пенсионном обеспечении для многих руководителей не благотворительность, а главным образом – важное условие и инструмент успешного развития своего бизнеса. Создание корпоративного негосударственного пенсионного фонда предполагает, что предприятия, осуществляющие взносы в такой фонд, не только не выводят эти средства из обращения, но и привлекают дополнительные. Эти средства, с учетом законодательных ограничений, могут размещаться в собственные инвестиционные проекты. При этом предприятия-вкладчики и сами работники получают налоговые льготы с

суммы средств, направляемых на негосударственное пенсионное обеспечение.

Кроме того, часть фондов можно назвать «совместными», так как в них учредителями являются представители разных категорий.

Негосударственные пенсии позволяют гибко учитывать отраслевые и территориальные особенности, а также индивидуальные запросы и ожидания граждан при определении суммарного уровня материального обеспечения по окончании трудовой деятельности. Это позволит не только привлекать ценных работников, но и удерживать их

в организации, несмотря на повышенную в России мобильность кадров.

Таким образом, для решения накопившихся проблем пенсионного обеспечения необходимо создание качественно новой системы негосударственных пенсионных фондов как общей инфраструктуры рынка негосударственного пенсионного обеспечения. С целью повышения заинтересованности граждан в формировании своих пенсионных сбережений необходимо дальнейшее укрепление и развитие системы негосударственного пенсионного обеспечения, государственное стимулирование более активного участия граждан и работодателей в добровольном пенсионном обеспечении, а также построение эффективной системы управления пенсионными фондами в особенности при инвестировании пенсионных средств.

Негосударственные пенсионные фонды являются некоммерческими организациями, источники финансовых ресурсов НПФ и направления их использования строго регламентированы. Важной гарантией надежности негосударственного пенсионного фонда является повышение размера совокупного вклада учредителей. Данные средства, так же как и страховой резерв НПФ, в случае дефицита пенсионных резервов направляются на покрытие пенсионных обязательств фонда.

В целом для дальнейшего развития системы негосударственного пенсионного обеспечения необходимо создание экономических стимулов:

- налоговые;
- рациональное использование инвестиционного потенциала НПФ;
- оперативный контроль за деятельностью управляющих компаний при размещении пенсионных резервов;
- формирование механизмов защиты прав вкладчиков и участников НПФ;
- эффективная система управления, гарантирующая дальнейшее усиление надежности НПФ;
- повышение доверия населения к деятельности НПФ.

В сложившейся ситуации очевидно, что в развитии НПФ заинтересованы все: государство, работодатели, граждане.

Для граждан негосударственная пенсия как дополнительная к государственной позволит поддержать после утраты трудоспособности по старости достойный уровень своего дохода, особенно если дополнительная пенсия будет финансироваться за счет работодателя.

Государство заинтересовано в развитии НПФ потому, что негосударственные фонды часть социальной защиты пенсионеров принимают на себя. При этом государство ожидает от НПФ решения следующих социально значимых задач:

- повышение уровня жизни пенсионеров, являющихся участниками негосударственных пенсионных фондов;

- привлечение и размещение свободных средств организаций и граждан в российскую экономику для финансирования различных инвестиционных проектов;

- использование влияния пенсионных программ предприятий, отраслей и регионов для решения вопросов занятости и перераспределения экономически активного населения;

- организация профессионального пенсионного страхования для предоставления пенсионных льгот, связанных с особыми условиями труда.

Предприятия и организации, используя предоставленные законодательством льготы, при взаимодействии с НПФ решают целый ряд социально-экономических задач, а именно:

- формируя дополнительные пенсии, обеспечивают достойную старость для своих работников;

- стимулируют привлечение новых профессионально подготовленных кадров, поощрения высококвалифицированных работников, что сокращает текучесть кадров;

- обеспечивают стабильные накопления, независимые от политической конъюнктуры; укрепляют доверие сотрудников к работодателю; развивают социальное партнерство работодателей и работников.

Кроме того, негосударственные пенсии позволяют учитывать территориальные и отраслевые особенности, а также индивидуальные запросы и ожидания граждан при определении уровня материального обеспечения по окончании трудовой деятельности.

Обобщая все вышесказанное, можно определить ряд задач, решение которых определит дальнейшее развитие дополнительного негосударственного пенсионного обеспечения населения:

- гарантирование доступа к услугам НПФ всему населению, а также права выбора между услугами государственной и негосударственной пенсионных систем и их синтез;

- развитие государственной системы контроля и защиты прав граждан в сфере негосударственного пенсионного обеспечения;

- создание экономических и социальных стимулов участия предприятий и граждан в негосударственном пенсионном обеспечении;

- оптимизация системы инвестирования пенсионных резервов НПФ, позволяющая сочетать максимальную доходность от вложений пенсионных резервов с предоставлением государственных гарантий и механизмов защиты пенсионных накоплений граждан в НПФ;

- упорядочение налогообложения средств негосударственного пенсионного обеспечения.

Таким образом, для решения накопившихся проблем в сфере пенсионного обеспечения необходимо комплексное реформирование системы негосударственных пенсионных фондов как общей инфраструктуры рынка негосударственного пен-

сионного обеспечения. С целью повышения заинтересованности граждан в формировании своих пенсионных накоплений необходимо дальнейшее укрепление и развитие системы негосударственного пенсионного обеспечения, государственное стимулирование более активного уча-

стия граждан и работодателей в добровольном пенсионном обеспечении, а также построение эффективной системы управления пенсионными фондами в особенности при инвестировании пенсионных средств.

#### *Библиографический список*

1. Федеральный закон от 07.05.1998 № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» (в действующей редакции).
2. Горюнов И. Негосударственные пенсионные фонды как коллективный инвестор // Человек и труд. – 2006. – № 11. – С. 48-52.
3. Роик В. Пенсионная реформа: институциональный подход // Российский экономический журнал. – 2004. – № 11-12.
4. Чудновская Г. В. Управление активами негосударственных пенсионных фондов // Экономика природопользования. Обзорная информация ВНИИТИ. – 2007. – № 3.
5. Новиков А. А. Экономические механизмы развития отечественной пенсионной системы // Экономические науки. – 2008. – № 2.

**I. A. Yuryeva\***

\*Yuryeva Irina, applicant of  
Ivanovo State Textile Academy, Ivanovo  
I.Yuryeva@rambler.ru

#### **INSTITUTIONAL FRAMEWORK OF PRIVATE PENSION FUNDS**

*Key words: private pension provision, financial resources, economic stimulation, nonprofit organization, social effect.*

*Private pension funds belong to the sphere of social security and are also the link of financial market infrastructure of the country. The social orientation of their activity helps to reduce social tension in the society, and makes it possible to meet the needs of retirees. By accumulating and investing significant funds in the economy, private pension funds contribute to increasing the share of accumulation fund in national income.*

© Юрьева И. А., 2012

УДК 311

**Т. Н. Агапова\***

*\*Агапова Татьяна Николаевна, доктор экономических наук, профессор  
Московский университет МВД России, г. Москва  
tnagarova@gmail.com*

**Т. И. Музалева\***

*\*Музалева Татьяна Ивановна, преподаватель  
Московский университет МВД России, г. Москва  
tmuzaleva@mail.ru*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА УРОВЕНЬ ПРЕСТУПНОСТИ В СТРАНЕ

*Ключевые слова: правовая статистика, анализ взаимосвязи, социально-экономические факторы, криминогенная ситуация, матрица коэффициентов парной корреляции, уравнение множественной регрессии.*

*Представлена методика анализа взаимосвязи основных преступлений, совершаемых на территории России, с социально-экономическими факторами жизнедеятельности населения. Применение данной методики позволяет прогнозировать рост преступности и значительно повышает роль профилактических мероприятий в предупреждении различного рода преступлений.*

Правовая статистика играет важную роль в деятельности органов внутренних дел и является фактической базой, без которой невозможно проводить борьбу с преступностью в стране. Ее аппарат служит основным инструментом деятельности ОВД на этапах сбора информации, ее оценки и определения перспектив.

Одним из основных направлений деятельности, то есть задачей полиции, является в соответствии ст. 2 Федерального закона №3-ФЗ «О полиции» от 01.03.2011 г. предупреждение преступлений и административных правонарушений, включающим комплекс специальных мер упреждающего воздействия, проводимых структурными подразделениями и сотрудниками полиции в пределах установленной им компетенции.

На современном этапе органы статистики МВД России прибегают к измерению лишь качественных и количественных показателей состояния и уровня криминогенной ситуации, при этом не уделяя должного внимания оценке взаимосвязи преступлений с основными экономическими и социальными факторами жизнедеятельности населения.

Представим методику анализа взаимосвязи основных преступлений, совершаемых на территории России, апробированную на динамике этих явлений с 1987-го по 2010 г., с основными экономическими и социальными факторами жизнедеятельности населения.

Если изменение результативного признака реагирует на изменение ряда факторов, определенных логически на первом этапе анализа, то данную зависимость можно представить в виде ма-

тематической функции, или уравнения регрессии, а его параметры определяются методом наименьших квадратов [1].

При характеристике уровня криминогенной ситуации в России нами был осуществлен отбор 35 социально-экономических факторов, которые в той или иной мере влияют на благополучие и социальную стабильность любого общества и могут оказывать влияние на рост или снижение количества зарегистрированных преступлений, условные обозначения которых представлены ниже:

У – коэффициент роста зарегистрированных преступлений;

X1 – коэффициент роста численности населения;

X2 – коэффициент роста численности городского населения;

X3 – коэффициент роста численности сельского населения;

X4 – коэффициент роста численности мужчин;

X5 – коэффициент роста численности женщин;

X6 – коэффициент роста численности населения моложе трудоспособного возраста;

X7 – коэффициент роста численности студентов в высших учебных заведениях;

X8 – коэффициент роста населения, прибывшего в РФ из стран СНГ и стран дальнего зарубежья;

X9 – коэффициент роста численности вынужденных переселенцев и беженцев;

X10 – коэффициент роста количества безработных;



X11 – коэффициент роста величины прожиточного минимума в среднем на душу населения;

X12 – коэффициент роста численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума;

X13 – коэффициент роста среднедушевых денежных доходов населения;

X14 – коэффициент роста ВВП на душу населения;

X15 – коэффициент роста реального размера назначенных пенсий;

X16 – коэффициент роста инфляции;

X17 – коэффициент роста потребления табачных изделий;

X18 – коэффициент роста потребления алкоголя на душу населения;

X19 – коэффициент роста объема продажи алкогольных напитков и пива;

X20 – коэффициент роста населения, потребляющего наркотики;

X21 – коэффициент роста сброса загрязненных сточных вод;

X22 – коэффициент роста выброса загрязняющих веществ в атмосферу;

X23 – коэффициент роста числа театров;

X24 – коэффициент роста числа музеев;

X25 – коэффициент роста числа общедоступных библиотек;

X26 – коэффициент роста числа спортивных сооружений;

X27 – коэффициент роста числа детских оздоровительных учреждений;

X28 – коэффициент роста численности интернатных учреждений для детей;

X29 – коэффициент роста численности дошкольных образовательных учреждений;

X30 – коэффициент роста численности общеобразовательных учреждений;

X31 – коэффициент роста числа больничных коек;

X32 – коэффициент роста числа больничных коек на 10 000 человек населения;

X33 – коэффициент роста числа коек (мест) в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха;

X34 – коэффициент роста числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия за год;

X35 – коэффициент роста общей площади ветхого и аварийного жилищного фонда.

Поскольку на рассматриваемый результативный признак влияет множество факторов, возникает задача изолированного измерения тесноты связи данного признака с каждым признаком-фактором. Решение данной задачи осуществлено с применением матрицы коэффициентов парной корреляции [2], сравнительный анализ которой позволил отобрать зависимые показатели, исключив мультиколлинеарные связи, и выделить 7 групп факторов, оказывающих максимальное

воздействие на результативный показатель – коэффициент роста зарегистрированных преступлений:

Группа 1:

X1 – коэффициент роста численности городского населения;

X2 – коэффициент роста численности сельского населения.

Группа 2:

X1 – коэффициент роста численности вынужденных переселенцев и беженцев;

X2 – коэффициент роста количества безработных.

Группа 3:

X1 – коэффициент роста численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума;

X2 – коэффициент роста инфляции.

Группа 4:

X1 – коэффициент роста потребления алкоголя на душу населения;

X2 – коэффициент роста населения, потребляющего наркотики.

Группа 5:

X1 – коэффициент роста числа театров;

X2 – коэффициент роста числа общедоступных библиотек.

Группа 6:

X1 – коэффициент роста числа спортивных сооружений;

X2 – коэффициент роста числа детских оздоровительных учреждений.

Группа 7:

X1 – коэффициент роста числа больничных коек;

X2 – коэффициент роста числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия за год.

По отобранным наиболее значимым показателям проведен корреляционно-регрессионный анализ и рассчитаны уравнения регрессии,  $\beta$  – коэффициенты, частные линейные коэффициенты эластичности и коэффициенты раздельной детерминации.

На основании полученных результатов отобраны по одному показателю из группы, максимально оказывающих воздействие на коэффициент роста зарегистрированных преступлений в России, а именно:

X1 – коэффициент роста численности городского населения;

X2 – коэффициент роста количества безработных;

X3 – коэффициент роста численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума;

X4 – коэффициент роста населения, потребляющего наркотики;

X5 – коэффициент роста числа общедоступных библиотек;

X6 – коэффициент роста числа спортивных сооружений;

X7 – коэффициент роста числа семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия за год.

Матрица парных коэффициентов отражает реальную степень влияния каждого фактора – при условии абстрагирования совокупного влияния других из них – на изменение уровня преступности в стране (табл. 1).

Таблица 1

**Матрица парных коэффициентов корреляции наиболее существенных факторов**

	У	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
У	1							
X1	-0,426279827	1						
X2	0,388787501	-0,296278297	1					
X3	0,329661235	0,036099303	0,047497094	1				
X4	0,281609075	0,274910512	-0,100957583	0,260788529	1			
X5	-0,486335671	0,146542967	-0,283972218	0,168380559	-0,336698472	1		
X6	-0,367627297	0,216147778	-0,059762352	-0,37370303	-0,171718655	0,215195141	1	
X7	-0,489409503	0,203674319	-0,316097747	-0,205736785	-0,313782078	0,439555967	0,380388314	1

Уравнение множественной регрессии по выбранным показателям имеет следующий вид:

$$\hat{Y} = 20,69 - 17,18X_1 + 0,0016X_2 + 0,39X_3 + 0,12X_4 - 2,92X_5 - 0,047X_6 - 0,11X_7$$

$$\beta_j \quad -0,0077 \quad 15,4212 \quad 0,2671 \quad 0,2234 \quad -0,0405 \quad -0,0111 \quad -0,0690$$

$$R = 0,77$$

$$F = 3,26$$

Таким образом, максимальное увеличение количества совершаемых преступлений происходит в стране из-за роста от количества безработных и роста численности населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (увеличение данных факторов на 1000 человек приводит к росту числа совершаемых преступлений в России соответственно на 16 и 390 единиц).

Множественный коэффициент корреляции, равный 0,77, свидетельствует о том, что связь между результативным показателем и включенными в уравнение множественной регрессии фак-

торами достаточно тесная. С высокой степенью вероятности можно утверждать (табл. 2), что факторы, заложенные в модель изменения количества совершаемых преступлений, оказывают на нее существенное влияние. Коэффициент детерминации свидетельствует о том, что изменение количества преступлений в стране на 58,8% находится над влиянием изменения включенных в модель факторов. Это позволяет с вероятностью 0,98 использовать полученное уравнение регрессии для прогнозирования количества преступлений, совершаемых на территории России.

Таблица 2

**Статистические характеристики параметров уравнения регрессии изменения количества совершаемых на территории России преступлений**

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
У-пересечение	20,69000593	8,503205302	2,433200799	0,027066824	2,664016072	38,71599579	2,664016072	38,71599579
X1	-17,18387678	8,698385698	-1,975524814	0,065717696	-35,6236306	1,255877028	-35,6236306	1,255877028
X2	0,001567994	0,001856698	0,844506726	0,41083647	-0,00236803	0,005504018	-0,00236803	0,005504018
X3	0,39193189	0,237309663	1,65156313	0,118110758	-0,111142119	0,8950059	-0,111142119	0,8950059
X4	0,123149829	0,151007605	0,815520709	0,426748408	-0,196971991	0,443271649	-0,196971991	0,443271649
X5	-2,921408732	1,781621335	-1,639747277	0,120567612	-6,698277216	0,855459752	-6,698277216	0,855459752
X6	-0,047079617	0,395190897	-0,11913133	0,906654259	-0,884846888	0,790687654	-0,884846888	0,790687654
X7	-0,110985842	0,25764972	-0,430762517	0,672387856	-0,657178845	0,435207161	-0,657178845	0,435207161

Прогнозируя динамику числа совершаемых на территории России преступлений, можно рассматривать два критических варианта. Первый, когда социально-экономическая ситуация будет позитивной и ее характеристики достигнут реально возможных положительных значений. В этом случае можно ожидать снижения роста преступности на 30%, что составит 1844074 единицы. Второй может быть ситуация, когда социально-экономические показатели сохраняют свои наименьшие уровни, тогда следует ожидать существенного роста числа совершаемых преступ-

лений, а именно в 1,53 раза, что в количественном выражении может составить 4025590 единиц.

Применение метода корреляционно-регрессионного моделирования в правовой статистике является важным инструментом статистического познания массовых юридических явлений, при изучении которых появляется возможность прогнозировать их рост и закономерности развития в будущем, что повышает роль профилактических мероприятий в предупреждении различного рода преступлений.

*Библиографический список*

1. Айвазян С. А., Мхитарян В. С. Прикладная статистика и основы эконометрики. – М. : ЮНИТИ, 1998.
2. Вучков И., Бояджиева Л., Солаков Е. Прикладной линейный регрессионный анализ : пер. с болг. Ю. П. Адлера. – М. : Финансы и статистика, 1987.
3. Давнис В. В. Прогнозные модели экспертных предпочтений : монография / В. В. Давнис, В. И. Тинякова. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2005.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru>

---

***T. N. Agapova\****

*\*Agapova Tatyana, Doctor of Economic sciences, Professor of Moscow University of Russian Ministry of Internal Affairs, Moscow  
tnagapova@gmail.com*

***T. I. Muzaleva\****

*\*Muzaleva Tatyana, Professor of Moscow University of Russian Ministry of Internal Affairs, Moscow  
tmuzaleva@mail.ru*

**USING STATISTICAL METHODS FOR EVALUATION OF THE INFLUENCE  
OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS ON THE LEVEL OF CRIME IN THE COUNTRY**

*Key words: legal statistics, analysis of interrelation, socio-economic factors, criminal situation, matrix of pair correlation coefficients, multiple regression equation.*

*The article features the method of analyzing the interrelation between the major crimes committed on the Russian territory, and the socio-economic factors, influencing the population. Using this technique makes it possible to predict the increase in crime and enhances the role of preventive measures against various types of crimes.*

---

© Агапова Т. Н., Музалева Т. И., 2012

УДК 339.1; 378

**И. А. Василенко\****\*Василенко Ирина Александровна, ассистент**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти**kaf\_pmii@tolgas.ru***С. А. Почечуева\****\*Почечуева Софья Александровна, старший преподаватель**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти**kaf\_pmii@tolgas.ru*

## ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ

*Ключевые слова: рейтинги университетов, трудоустройство выпускников, инвестирование, чистая приведенная стоимость, производственная функция, эластичность NPV, предприятия среднего или малого бизнеса в структуре вуза, государственная поддержка молодого специалиста.*

*Рассмотрена проблема конкурентоспособности вузов в тесной связи с проблемой трудоустройства выпускников, выпускник рассматривается как инвестиция, характеризующаяся чистой приведённой стоимостью (NPV). Предлагается математическая модель зависимости NPV от финансирования вуза и от дохода, получаемого вузом от работы предприятия малого или среднего бизнеса в его структуре. Модель показывает важность такого предприятия для конкурентоспособности вуза и его выпускников.*

Ежегодно публикуются рейтинги университетов мира, стран Европы, Азии и Африки, рейтинги естественно-математических отделений университетов и бизнес-школ и т. д. К сожалению, в первой сотне наших университетов нет, да и во второй их тоже мало. Вузы, участвующие в рейтинге, оцениваются по многим критериям, среди которых популярность учебного заведения среди академического сообщества, частота упоминаний в прессе и цитируемость, популярность среди потенциальных работодателей, процент и сроки трудоустройства выпускников, процент иностранных студентов от общего числа слушателей, процент иностранных сотрудников от общего числа персонала, соотношение числа студентов и преподавательского состава.

Выделим среди критериев, на наш взгляд, наиболее важный: популярность среди потенциальных работодателей и процент и сроки трудоустройства выпускников, то есть конкурентоспособность вуза определяется главным образом конкурентоспособностью его выпускников. Проблему трудоустройства рассмотрим на примере вузов, готовящих специалистов экономических специальностей, которые в своём большинстве будут работать в сфере услуг, учитывая, что значительная часть национального дохода составляет доход этой сферы. Очевидно, экономический подъём в сфере услуг, как, впрочем, и в любой другой, невозможен без повышения качества подготовки специалистов, которые будут работать и работают в ней.

Предприятия сферы сервиса в своём подавляющем большинстве – это предприятия среднего и малого бизнеса. Многие выпускники вузов будут работать на таких предприятиях с небольшим штатом, не в команде, будут вынуждены

брать на себя ответственность, самостоятельно принимать решения и сами же их выполнять. Поэтому большинство работодателей выдвигают требование – наличие опыта работы. Выпускники сталкиваются с проблемой: чтобы получить работу, надо иметь опыт, чтобы приобрести опыт, надо иметь работу. К сожалению, предусмотренная программой производственная практика, часто не удовлетворяет нас ни по количеству, ни по качеству, да и работодатель не считает, что выпускник, прошедший производственную практику, имеет реальный опыт работы.

Понимание правительством этой проблемы вылилось в Федеральный закон о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными и научными образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности.

Мы предлагаем количественную оценку выделенному нами критерию конкурентоспособности вуза в виде чистой приведённой «стоимости» специалиста.

Так как образование является видом инвестирования, можно оценить эффективность образовательной услуги с помощью одного из показателей эффективности инвестирования. Выбрали в качестве такого показателя чистую приведенную стоимость (Net Present Value, NPV), которая определяется как  $NPV = \sum_{t=1}^T \frac{R_t}{(1+i)^t}$ , где  $t$  – момент

вложения капитала в некоторое дело, например образование, или получение прибыли от такого вложения,  $R_t$  – размер вложения или прибыли, причём вложению придадим знак «минус», а прибыли знак «плюс»,  $T$  – срок окончания потока

вложений и прибылей,  $i$  – ставка дисконтирования. Временной промежуток, на котором будем определять NPV, возьмем от начала обучения длиной в 10 лет. В рассматриваемый денежный поток включим только затраты на образование, а по окончании образования – заработную плату специалиста. Отметим, что задача нахождения NPV в современном мире является весьма сложной, так как нельзя взять единую ставку дисконтирования на весь рассматриваемый период. NPV является функцией от внешних факторов и соответствия специалиста требованиям работодателя:

$$NPV = F(\bar{T}, \bar{X}),$$

где  $\bar{T}(T_1, T_2, T_3, T_4, T_5, T_6, T_7)$  – вектор требований работодателя к специалисту (мы ограничились такой размерностью вектора),

$T_1$  – уровень теоретической профессиональной подготовки,

$T_2$  – практические профессиональные навыки,

$T_3$  – информированность относительно административной структуры предприятия,

$T_4$  – творческие способности,

$T_5$  – стремление к профессиональному росту,

$T_6$  – дисциплинированность,

$T_7$  – общая эрудиция.

$\bar{X}$  – вектор внешних факторов.

Вектор внешних факторов будем рассматривать как данность, влияющую на вид и параметры функции, а среди компонент вектора  $\bar{T}$  выделим те, на формирование которых главным образом влияет качество получаемых образовательных услуг –  $T_1, T_2, T_3$ . Таким образом, ограничимся двумя объясняющими переменными –  $T_1, T_2$ ,  $NPV = F(T_1, T_2)$ .

Отметим, что компоненты  $\bar{T}$  являются качествами, которые трудно поддаются измерению.

Особенностью требований малого бизнеса к специалисту является акцент на  $T_2$  в силу тех особенностей, с которыми встречается молодой специалист, поступивший на работу на предприятие малого и среднего бизнеса.

Очевидно, что  $T_1, T_2$  зависят от полученных образовательных услуг:

$$T_1 = f_1(\bar{U}),$$

$$T_2 = f_2(\bar{U}),$$

где  $\bar{U}$  – вектор параметров образования (организация учебного процесса, научно-методический уровень лекционных и практических занятий, оснащённость лабораторий, привлечение специалистов высокого уровня и т. д.). Не вдаваясь в подробности, отметим лишь, что большинство координат этого вектора коррелированы между собой, существует проблема их количественной оценки, включение всех координат вызовет мультиколлинеарность, следствием которой являются плохие свойства оценок параметров уравнений

связи  $T_i = f_i(\bar{U})$ . Выходом из такой ситуации является уменьшение числа объясняющих переменных, которые, в свою очередь, зависят от внутренних характеристик вуза, из которых мы выделили финансирование вуза ( $Y_1$ ) и другие доходы  $Y_2$ .

Мы думаем, что «другим доходом» прежде всего должен стать доход от работы предприятия малого или среднего бизнеса в структуре вуза.

Итак,  $NPV = F(T_1, T_2)$ ;  $T_i = f_i(U_j)$ ,  $i = 1, 2$ ;  $U_j = h(Y_1, Y_2)$ , следовательно,  $NPV = G(Y_1, Y_2)$ .

В качестве объясняющих переменных модели остаются  $Y_1$  (финансирование вуза) и  $Y_2$  (доход вуза от работы предприятия малого бизнеса в структуре вуза):  $NPV = G(Y_1, Y_2)$ .

В силу очевидной аналогии «производства» специалистов с любым другим производством в качестве функции  $G$  возьмём степенную функцию, называемую экономистами производственной, которую несколько изменим, сообразуясь с имеющимися особенностями, а именно NPV может быть отрицательным:

$$NPV = A \cdot Y_1^\alpha \cdot Y_2^\beta - B,$$

где  $A, B, \alpha, \beta$  – параметры, на значения которых влияют внешние факторы (экономические и финансовые, социальные и инфраструктурные, политические показатели), личностные качества специалиста (креативность, стремление к профессиональному росту, общая эрудиция, дисциплинированность), они могут быть определены методом наименьших квадратов.

Линиями уровня функции  $NPV = A \cdot Y_1^\alpha \cdot Y_2^\beta - B$  являются степенные гиперболы

$$Y_2 = \frac{(NPV + B)^{1/\beta}}{A^{1/\beta} \cdot Y_1^{\alpha/\beta}},$$

что указывает нам выход: в условиях уменьшающегося финансирования можно сохранить экономическую эффективность образовательных услуг, увеличив доход вуза от работы предприятия малого бизнеса в структуре этого вуза.

Эластичность NPV по  $Y_1$

$$\begin{aligned} E_{Y_1}(NPV) &= \frac{\partial(NPV)}{\partial Y_1} \cdot \frac{Y_1}{NPV} = \\ &= \frac{\alpha A Y_1^{\alpha-1} Y_2^\beta}{A Y_1^\alpha Y_2^\beta - B} = \frac{\alpha}{1 - \frac{B}{A Y_1^\alpha Y_2^\beta}}, \end{aligned}$$

эластичность NPV по  $Y_2$

$$\begin{aligned} E_{Y_2}(NPV) &= \frac{\partial(NPV)}{\partial Y_2} \cdot \frac{Y_2}{NPV} = \\ &= \frac{\beta A Y_1^\alpha Y_2^{\beta-1}}{A Y_1^\alpha Y_2^\beta - B} = \frac{\beta}{1 - \frac{B}{A Y_1^\alpha Y_2^\beta}} \end{aligned}$$

При  $B < 0$   $E_{Y_1}(NPV) < \alpha$ , а  $E_{Y_2}(NPV) < \beta$ .

$B$  – показатель поддержки, которую государство оказывает молодому специалисту:  $B > 0$  – поддержки нет,  $B < 0$  – молодой специалист получает поддержку государства.

Очевидно, что наличие эффективного предприятия среднего или малого бизнеса в структуре вуза имеет большое значение для выпускников в условиях высокой конкуренции.

Нам представляется, что закон о предприятиях малого и среднего бизнеса в структуре вузов и есть поддержка государства молодого специалиста.

Предложенные математические модели ещё раз нас убеждают: конкурентоспособный вуз выпускает конкурентоспособного специалиста, если в его структуре есть предприятие малого или среднего бизнеса.

#### *Библиографический список*

1. Гимпельсон В. Уровень образования российских работников: оптимальный, избыточный, недостаточный? : Препринт WP3/2010/09 / В. Е. Гимпельсон, Р. И. Капелюшников, А. Л. Лукьянова ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010.
2. Андрущак Г. В. Квазирынки в экономике общественного сектора // Вопросы образования. – 2005. – № 4.
3. Багуэс М., Лабини М., Зиновьева Н. Различия в стандартах оценки успеваемости и финансирования университетов: опыт Италии : пер. с англ. Е. Покатович // Вопросы образования. – 2009. – № 4.
4. Alison Wolf Does Education Matter? Myths About Education and Economic Growth (Penguin Business) Publisher: ePenguin (May 30, 2002).

---

**I. A. Vasilenko\***

*\*Vasilenko Irina, Assistant of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_pmii@tolgas.ru*

**S. A. Pochechuyeva\***

*\*Pochechuyeva Sophia, Senior Lecturer of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_pmii@tolgas.ru*

#### **WAY OF RAISING COMPETITIVENESS OF UNIVERSITIES**

*Key words: university rating, employment of graduates, investment, net present value, production function, NPV elasticity, small and medium businesses in the University structure, State support for young professionals.*

*The article deals with the problem of university competitiveness together with the employment problems of university graduates; a graduate is regarded as investment, characterized by the net present value (NPV). The author presents mathematical model of NPV dependence on University financing, and on the incomes derived from the work of small and medium businesses in the University structure. The model shows the importance of such businesses for competitiveness of university and its graduates.*

---

© Василенко И. А., Почечуева С. А., 2012

УДК 331

**Г. В. Ветошко\****\*Ветошко Галина Владимировна, старший преподаватель**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти**kaf\_eiu@tolgas.ru*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Ключевые слова: социально-трудовые отношения, субъекты, предметы, уровни, принципы, типы социально-трудовых отношений.*

*Необходимым ключевым элементом любой экономической системы являются социально-трудовые отношения, поскольку экономически активное население не может производить или предоставлять услуги, не объединяясь с помощью определенных организационных форм для совместной деятельности и взаимного обмена результатами своего труда.*

Социально-трудовые отношения (СТО) – это комплекс взаимоотношений между их сторонами – наемными работниками и работодателями, субъектами и органами сторон при участии государства органов законодательной и исполнительной власти и местного самоуправления, связанных с наймом, использованием, воспроизводством рабочей силы и направленных на обеспечение высокого уровня и качества жизни личности, коллективов и общества в целом.

Эти отношения охватывают широкий круг вопросов – от социально-экономических аспектов имущественных отношений в системе организационно-экономических и правовых институтов, связанных с коллективными и индивидуальными переговорами, заключением договоров и соглашений, определением условий и размеров оплаты труда, решением трудовых конфликтов, участием наемных работников в управлении производством и т. д.

Социально-трудовые отношения являются ведущей составляющей всей системы отношений общества, образуя своеобразное «ядро» социально-экономического развития, и, в свою очередь, представляют также систему связанных с ним процессов и отношений. Уровень развития социально-трудовых отношений характеризует степень демократизации общества, социальную ориентированность его экономической системы, совершенство общественных отношений в целом.

Комплексная характеристика социально-трудовых отношений предусматривает выяснение сущности таких категорий, как сторона, субъект, орган, предмет отношений в социально-трудовой сфере, их виды, типы и т. д. В совокупности эти элементы и отношения, отражающие их, образуют систему социально-трудовых отношений. Система социально-трудовых отношений имеет достаточно сложную структуру, которая в условиях рыночной экономики включает следующие элементы (рис. 1).

В переводе с греческого термин «система» означает устройство, объединение, движение. В эко-

номике термином «система» обозначают совокупность качественно определенных элементов, между которыми существуют закономерная связь и взаимодействие. В социально-трудовой сфере систему образуют отдельные процессы, явления, субъекты, органы, которые взаимодействуют между собой. Характерными чертами этой системы являются иерархичность, целостность. Ведущей составляющей системы отношений, которая рассматривается, является их сторона (стороны).

Сторона социально-трудовых отношений – носитель первичного права в отношениях в социально-трудовой сфере. Правоммерно выделять два основных носителя указанного первичного права – наемных работников и работодателей. Наемные работники – это лица, которые заключили трудовой договор (контракт) с работодателем на выполнение определенной работы в соответствии со своими способностями, профессиональной подготовкой, практическими навыками и т. д. Отметим, что стороной социально-трудовых отношений могут быть лишь те работники, у которых есть договора с работодателями и, соответственно, наличие в них раздела по правовой защите. Та часть экономически активного населения, которая занята в так называемом неформальном секторе экономики, практически выпадает из официальной сферы социально-трудовых отношений.

Работодатели – физические или юридические лица, являющиеся владельцами средств производства, нанимают на работу лиц, способных оказывать необходимые услуги труда. В социально-трудовых отношениях работодателя представляет руководитель предприятия (организации), который действует от имени работодателя, выражая его интересы. Третьей специфической стороной социально-трудовых отношений являются государство и органы местного самоуправления. Специфика государства как стороны социально-трудовых отношений заключается в том, что ее функции разнолики. В отношениях в сфере труда государство может выступать в роли собствен-

ника (работодателя), посредника, арбитра, координатора и организатора регулирования этих отношений, гаранта прав и свобод и т. д. Субъект социально-трудовых отношений – это юридическое или физическое лицо, которое обладает первичными или делегированными первичными носителями правами в социально-трудовых отношениях. Субъектами отношений могут быть работодатели, объединения работодателей или их органы; наемные работники, объединения наемных работников или их органы; органы законодательной и исполнительной власти, местного самоуправления. Следовательно, различие между сторонами и субъектами социально-трудовых от-

ношений заключается в том, что первые являются носителями первичного права в этих отношениях, а вторые могут владеть как первичными, так и делегированными первичными носителями правами. Так, работодатели как сторона и носители первичного права в социально-трудовых отношениях могут реализовывать свои права и интересы непосредственно. Одновременно они могут делегировать некоторые свои права и полномочия организациям, которые они создают или в которые вступают. Эти организации будут реализовывать делегированные работодателями права на отраслевом, региональном и других уровнях.



Рис. 1. Элементы системы социально-трудовых отношений

Правомерным является выделение четырех групп субъектов социально-трудовых отношений. Первая группа – это первичные носители прав и интересов (наемные работники, работодатели, государство, местное самоуправление). Вторая группа – представительские организации и их органы. Они являются носителями делегированных полномочий (объединения работодателей, профессиональные союзы, органы власти и управления). Третья группа – органы, через которые реализуется социальный диалог (Национальный совет социального партнерства, другие постоянные или временные органы в областях, регионах, на предприятиях или в организациях). Четвертая группа – это органы, призванные минимизировать последствия возможных конфликтов. Они предупреждают обострения социально-трудовых отношений (миролюбительские, посреднические структуры, независимые эксперты, арбитры и

т. п.), а также учебные, информационные, консультативные и другие формирования.

Субъекты социально-трудовых отношений, которые относятся к первым двум группам, реализуя первичные или делегированные им полномочия, выступают сторонами переговоров, сторонами сделки (договора), сторонами коллективного или индивидуального трудового спора. Классификация социально-трудовых отношений по типам связана с такими обстоятельствами. Понятие «социально-трудовые отношения» в реальной действительности охватывает отношения между субъектами собственности на средства производства и рабочую силу, а также отношения между субъектами одной формы собственности. Согласно этому постулату следует выделять два типа социально-трудовых отношений. Первый охватывает отношения между работодателем и наемным работником по поводу условий найма, включая содержание и объем работы, условия



труда, оплату труда и социальные гарантии. Второй тип социально-трудовых отношений – ЦС отношения между руководителем, который большей частью сам является наемным работником, и подчиненными; отношения между наемными работниками, выполняющими смежные трудовые функции и связанными между собой существующими формами разделения и кооперации труда. Классификация социально-трудовых отношений по видам предусматривает разделение на индивидуальные и коллективные. Первые предполагают взаимодействие одного наемного работника с работодателем. Вторые предполагают взаимодействие работодателей (работодателя) и наемных работников, объединенных в коллективы.

Составной частью системы социально-трудовых отношений являются принципы, по которым она должна функционировать. Термин «принцип» имеет латинское происхождение и означает начало, основу. Относительно социально-трудовой сферы принцип – это первооснова определенных научных взглядов и практических мер по реализации политики в этой сфере. Принципы определяют механизм реализации социально-трудовых отношений.

Различают следующие принципы функционирования системы социально-трудовых отношений. Принцип законодательного обеспечения предусматривает правовое определение сторон, субъектов и органов социально-трудовых отношений, порядок их взаимодействия, гарантий деятельности, закрепляет ряд других правовых основ функционирования. Принцип партнерства предусматривает отстаивание, защиту сторонами своих интересов на основе сотрудничества, взаимных договоренностей, согласований, компромиссных решений. Принцип адресности требует дифференцированного, адресного подхода по защите, поддержке отдельных категорий населения. Такой подход должен распространяться прежде всего на те категории населения, которые уже или еще не могут себя защитить (это касается инвалидов, неполных семей, матерей-одиночек, многодетных семей и т. п.). Принцип интегрированности предусматривает обязательность взаимосвязи и взаимодействия всех форм, элементов и методов социальной защиты, организацию их в единую систему на всех уровнях.

Факторы трансформации социально-трудовых отношений. Глубокие изменения, которые постоянно происходят в социально-трудовых отношениях, следует рассматривать в контексте изменений, происходящих в общественном производстве в целом. Эти изменения являются следствием таких глубинных социально-экономических процессов, как развитие производительных сил, новая структура и качество рабочей силы; рост производства; трансформация отношений собственности; разгосударствление в социально-экономической сфере и повышение роли социального партнерства; повышение качества жизни и создание объективных предпосылок демократиза-

ции, гуманизации отношений между «трудом» и «капиталом». Следует отметить, что факторы, влияющие на социально-трудовые отношения, действуют не изолированно, они прямо или косвенно связаны между собой, а их связи с социально-трудовыми отношениями являются одновременно и сложными, и противоречивыми.

Социально-трудовые отношения – это объективно существующие взаимосвязи и взаимоотношения между индивидуумами и их группами в процессах, обусловленных трудовой деятельностью, нацеленные на регулирование качества трудовой жизни.

Социально-трудовые отношения характеризуют как социально-экономические и психологические аспекты названных взаимосвязей, так и правоотношения, отражающие проекцию фактических социально-трудовых отношений на институциональный, законодательный, нормотворческий уровень.

Одним из субъектов социально-трудовых отношений является наемный работник – гражданин, заключивший трудовой договор (контракт) с работодателем, руководителем организации или отдельным лицом на проведение определенной работы в соответствии со своими способностями, профессиональными знаниями, квалификацией и т. д. На практике в качестве наемного работника как субъекта социально-трудовых отношений могут выступать и индивидуум, и группы работников, различающиеся по своему социальному, профессиональному, территориальному и другому положению, по направленности интересов, мотивации труда и многим другим признакам.

Защищают социально-трудовые интересы наемных работников профессиональные союзы – массовые организации, объединяющие наемных работников. Однако это не исключает возможность существования других организационных форм объединения наемных работников.

Работодатель – это человек, работающий самостоятельно и постоянно нанимающий для работы одного или многих лиц. Работодатель может быть собственником средств производства или его представителем, например руководитель организации, не являясь ее собственником, выступает в качестве работодателя.

Государство в системе социально-трудовых отношений в условиях рыночной экономики выступает в следующих основных ролях: законодатель, координатор и организатор регулирования этих отношений, работодатель, посредник и арбитр при трудовых спорах.

Уровень социально-трудовых отношений определяется свойствами социальной среды, в которой функционируют субъекты этих отношений, т. е. можно выделить индивидуальный и коллективный уровень, уровень отрасли, организации, рабочего места и др.

В качестве предметов индивидуальных социально-трудовых отношений выступают различные стороны трудовой жизни человека на разных

этапах его жизненного цикла: трудовое самоопределение, профориентация, наем-увольнение, оценка труда, условия и оплата труда, вопросы пенсионного обеспечения и т. д. Предметом коллективных социально-трудовых отношений является кадровая политика, включающая весь спектр деятельности организации по управлению персоналом.

Типы социально-трудовых отношений характеризуют социально-психологические, этические и правовые формы взаимоотношений субъектов в процессе трудовой деятельности. Основопола-

гающую роль в формировании типов социально-трудовых отношений играет принцип обеспечения равенства прав и возможностей субъектов этих отношений. Реализация этого принципа в сочетании с принципами солидарности и равноправного партнерства или же с принципом «господства – подчинения» служит основой различных типов социально-трудовых отношений, характеристики которых представлены в табл. 1.

Многоуровневая система регулирования социально-трудовых отношений в Российской Федерации представлена на рис. 2.

Таблица 1

*Характеристика основных типов социально-трудовых отношений*

Типы социально-трудовых отношений	Характеристика
Патернализм	Жесткая регламентация способов поведения субъектов социально-трудовых отношений, условий и порядка их взаимодействия со стороны государства или руководства организации
Социальное партнерство	Защита интересов субъектов социально-трудовых отношений и их самореализация в политике согласования взаимных приоритетов по социально-трудовым вопросам для обеспечения конструктивного взаимодействия
Конкуренция	Соперничество субъектов социально-трудовых отношений за возможность и лучшие условия реализации собственных интересов в социально-трудовой сфере
Солидарность	Взаимная ответственность людей, основанная на единодушии и общности их интересов, за перемены в системе социально-трудовых отношений и достижение согласия в принятии общественно важных решений в социально-трудовой сфере
Субсидиарность	Стремление человека к личной ответственности за достижение своих осознанных целей и свои действия при решении социально-трудовых проблем
Дискриминация	Произвольное, незаконное ограничение прав субъектов социально-трудовых отношений, в результате которого нарушаются принципы равенства возможностей на рынках труда
Конфликт	Крайняя степень выражения противоречий интересов и целей субъектов в социально-трудовых отношениях, проявляющаяся в форме трудовых споров, забастовок, локаутов

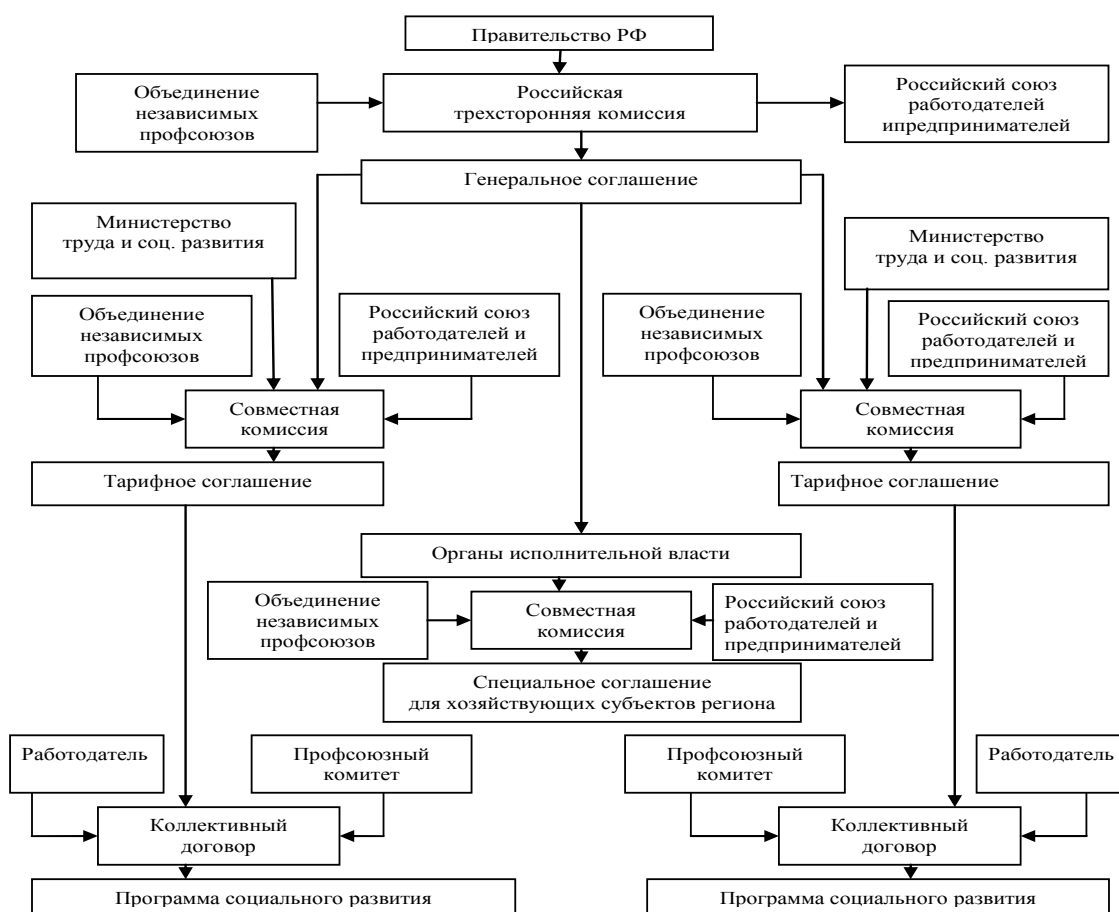


Рис. 2. Система регулирования социально-трудовых отношений в Российской Федерации

Для нормального функционирования система социально-трудовых отношений нуждается в регулировании и управлении на всех уровнях (государственном, региональном, организационном) на основе государственной программно-нормативной регламентации, охватывающей все направления социально-трудовой сферы: занятость, условия и оплата труда, демографическая политика, миграционная политика и т. д. На уровне организации

регулирование социально-трудовых отношений осуществляется с помощью системы коллективных договоров, в рамках которых определяются согласованные позиции работников той или иной организации и их работодателей по решению важнейших вопросов условий и оплаты труда, социальных выплат и компенсаций, социального обеспечения и страхования и т. д.

#### *Библиографический список*

1. Адамчук В. В. Экономика и социология труда : учебник для вузов. – М. : Юнити, 2010. – 407 с.
2. Варламова С. Н. Латентная нетрудоспособность – характер, факторы, масштабы // Социологические исследования. – 2009. – № 5. – С. 51-58.
3. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала : пособие по кадровой работе. – М. : Юрист, 2009. – 496 с.
4. Генкин Б. М. Экономика и социология труда : учебник для вузов. – 7-е изд., доп. – М. : Норма, 2010. – 448 с.
5. Долгушкин Н. К. Проблемность современного сельского бытия и пути его оздоровления // Социологические исследования. – 2010. – № 2. – С. 86-94.
6. Жуков В. И. Россия в глобальной системе социальных координат: социологический анализ и прогноз // Социологические исследования. – 2008. – № 10. – С. 29-40.
7. Захаров Н. П. Управление социальным развитием организации : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 263 с.

**G. V. Vetoshko\***

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

#### **THEORETICAL ASPECTS OF IMPROVING SOCIAL AND LABOR RELATIONS**

*Key words: social and labor relations, subjects, objects, levels, principles, types of social and labor relations.*

*Social and labor relations are the essential element of any economic system, as the economically active population can not produce or provide services without taking the appropriate organizational forms for joint activities and mutual exchange of results of their labor.*

© Ветошко Г. В., 2012

**МЕЗОУРОВЕНЬ**  
**Региональное развитие**

УДК 353

**С. А. Грашин\***

*\*Грашин Сергей Александрович, ст. преподаватель*

*Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

*kaf\_sks@tolgas.ru*

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА  
РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

*Ключевые слова: информационный капитал, корпоративное управление, организация, рыночная власть, монопольная власть.*

*Различные аспекты корпоративного управления за последние десятилетия стали предметом многочисленных эмпирических исследований. Это отражает тот факт, что инвестиционное сообщество начало придавать все большее значение отношениям предприятий с различными группами заинтересованных лиц (стейкхолдерами), а также той роли, которую региональная экономическая политика играет в динамике развития информационного капитала предприятия.*

Различные аспекты корпоративного управления за последние десятилетия стали предметом многочисленных эмпирических исследований. Это отражает тот факт, что инвестиционное сообщество начало придавать все большее значение отношениям предприятий с различными группами заинтересованных лиц (стейкхолдерами), а также той роли, которую региональная экономическая политика играет в динамике развития информационного капитала предприятия. В академической сфере это нашло отражение в виде широкого и достаточно неоднородного направления эмпирических исследований, изучающих взаимосвязь корпоративного управления с показателями информационной эффективности предприятия как на развитых, так и на развивающихся рынках. Однако изучение взаимодействия агрегированных индикаторов качества корпоративного управления и информационных показателей организаций недостаточное.

Информационный капитал формирует динамический, стремительно меняющийся облик социально-экономической среды, оказывая определяющее воздействие на скорость и направленность трансформационных процессов. Объективные закономерности его воспроизводства могут приводить к коренной ломке не только принципов и системы хозяйствования, но и социально-экономического устройства в целом. Это обуславливает исключительную важность эффективного использования информационного капитала. В связи с этим представляется исключительно актуальной выработка рекомендаций по оптимизации связей организации и регионального рынка.

В эмпирических исследованиях изучается взаимосвязь корпоративного управления и ин-

формационного капитала как на микро-, так и на макроуровне. В первом случае анализ проводится на основе агрегирования и обработки данных о финансовых показателях и количественных характеристиках корпоративного управления в отношении отдельных организаций. Акцент делается на отдельных характеристиках управления: независимость совета директоров, компенсационные механизмы для менеджмента, положения корпоративного устава, ограничивающие возможность враждебного поглощения, репутация аудитора компании.

Макроанализ предполагает исследование финансовых данных, усредненных для рынка или имеющих изначально макроэкономическую природу (ВВП, фондовые индексы и т. д.), а также характеристик национальной системы корпоративного управления (агрегированный показатель качества защиты прав финансовых инвесторов, уровень коммерческой коррупции, эффективность судебной системы и т. п.).

Вопрос о точном определении качества корпоративного управления можно решить с помощью использования интегральных показателей качества корпоративного управления. Гибкость и нейтральность интегральных показателей открывает более широкие перспективы по тестированию гипотез на основе синтеза результатов исследований в данной области.

По нашему мнению, при оценке эффективности информационного капитала организации целесообразно использовать комплекс статистических методов, используемых для количественного систематического обзора и агрегирования результатов эмпирических исследований, проведенных в определенной предметной области. В данном подходе аккумулируются, стандартизи-

руются и усредняются результаты эмпирических исследований, происходит соединение региональных (экзогенных) и внутрифирменных (эндогенных) параметров.

Для оценки эффективности использования интеллектуального капитала организации можно использовать q-индекс Дж. Трбина. Он может быть рассчитан путем деления рыночной стоимости компании (произведения цены акции на количество акций) на сумму, которую необходимо затратить для замещения физических активов (или в некоторых случаях на балансовую стоимость компании, включающую стоимость финансовых активов). Наряду с такими разнообразными факторами, как прогнозируемые будущие доходы, опасения брокеров, мнения экспертов, дефекты рынка, в нем косвенно учтены нематериальные активы, включающиеся в интеллектуальный капитал.

Следует отметить, что для России определение данного показателя сопряжено с рядом трудностей, поскольку из-за недостаточного развития рынка ценных бумаг практически невозможно получить достоверные значения оценки активов фирмы внешними инвесторами, что, следовательно, не позволяет адекватно выразить рыночную стоимость российских организаций.

Рыночная (монопольная) власть организации проявляется как способность удерживать высокую цену и получать положительную экономическую прибыль в долгосрочном периоде. Наличие монопольной власти во многом, хотя и не всегда однозначно, определяется структурой рынка.

Факторами, благоприятствующими наличию монопольной власти, являются высокая концентрация и существование барьеров входа на рынок. Однако высокая рыночная доля – необходимое, но недостаточное условие рыночной власти.

Методы количественных оценок прямого интеллектуального капитала отображают стоимость

нематериальных активов, определяя сначала их различные компоненты, затем эти компоненты оцениваются все вместе или отдельно.

Методы оценки интеллектуального капитала организации, которые основываются на качественном анализе специфики интеллектуального труда (Р. Экклз):

- бенчмаркинг – метод, включающий идентификацию лидеров отрасли, сравнение достижений компании с их достижениями и обучение на лучших примерах;
- модели компетентности – метод, позволяющий исчислить рыночную стоимость результатов труда наиболее успешных работников и оценить их деятельность в денежном выражении;
- ценность бизнеса – метод оценки потерь, связанных с упущенной деловой возможностью;
- окрашенная отчетность – включение в финансовые документы специфических дополнений;
- «информационный менеджмент» означает любые интеллектуальные действия, совершаемые в процессе управления фирмой: переговоры, планирование, заключение контрактов, совещания и т. п. Рассчитываются доход на менеджмент, доход, добавленный информацией, отдача на информационные ресурсы.

Используется и метод освобождения от роялти. Он основывается на том, что стоимость объектов интеллектуальной собственности может быть измерена с помощью тех платежей в виде роялти, которые выплатил бы истинный владелец данной собственности третьей стороне (лицензиару), в случае если он не владеет ею, а приобретает права на ее использование (например, через лицензирование).

Рассчитаем коэффициент линейной корреляции в региональной сфере услуги региональными индексами человеческого капитала и научно-го таланта (табл. 1).

Таблица 1

**Коэффициент линейной корреляции в региональной сфере услуг  
и региональными индексами человеческого капитала и научного таланта**

	Доля специалистов в организации сферы услуг	Индекс человеческого капитала	Индекс научного таланта
Самарский регион	0,535	25,3	2163,4
Саратовский регион	0,43	26,0	1236,2
Ульяновский регион	0,035	23,2	1822,6
<b>Коэффициент корреляции доли специалистов в региональной сфере услуг и региональным индексом человеческого капитала</b>			0,93
<b>Коэффициент корреляции доли специалистов в региональной сфере услуг и региональным индексом научного таланта</b>			0,048

Таким образом, коэффициент корреляции доли специалистов в региональной сфере услуг и региональным индексом человеческого капитала по таблице Чеддока характеризует весьма высокую связь (0,93). Это позволяет сделать вывод о сильной положительной связи между внешней средой организации и уровнем подготовки спе-

циалистов в данном регионе. Следовательно, внешняя региональная среда предприятия влияет на человеческий и информационный капитал организации.

**S. A. Grashin\***

*\*Grashin Sergei, Senior Lecturer of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_sks@tolgas.ru*

#### **ASSESSMENT METHODS OF CREATIVE POTENTIAL OF THE REGION**

*Key words: information capital, corporate management, organization, market power, monopoly power.*

*Various aspects of corporate management have been the subject of numerous empirical studies over the past decade. This proves the fact that the investment community has begun to attach more importance to the relations between enterprises and various interested parties (stakeholders), as well as to the role that regional economic policy plays in the dynamics of the development of enterprise information capital.*

---

© Грашин С. А., 2012

УДК 332.1

**О. В. Маркова\****\*Маркова Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

markovaolga@yandex.ru

## РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ РЕГИОНА

*Ключевые слова: малый бизнес, человеческий капитал, ключевые факторы развития малого бизнеса, инновационное управление, синергизм, обучающиеся организации.*

*Обосновывается необходимость развития кадрового потенциала на малых предприятиях в регионе, который будет способствовать решению существующих проблем малого бизнеса и инновационному характеру управления в современных условиях осуществления хозяйственной деятельности.*

В российской практике формирование малого бизнеса было разрешено в 1988 году. Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого бизнеса, можно указать на его следующие преимущества: более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования; большая независимость действий; гибкость и оперативность в принятии и выполнении управленческих решений; относительно невысокие расходы на функционирование и управление; большая возможность людей реализовать свой потенциал; более низкая потребность в первоначальном капитале; способность быстро вводить изменения в ответ на требования местных рынков; быстрая оборачиваемость капитала.

Однако малый и средний бизнес испытывает в своей деятельности ряд проблем: более высокий уровень риска, что обуславливает высокую степень неустойчивости положения на рынке; ошибки в управлении из-за недостаточной компетентности руководителей; повышенная чувствительность к изменениям внешней среды; большинство неудач МСБ связано с недостаточным управленческим потенциалом владельцев бизнеса.

Среди многочисленных проблем становления малой и средней экономики в регионах страны присутствует неразвитость информационной, аналитической, управленческой, инжиниринговой, производственной и социальной инфраструктуры для развития малых и средних предприятий. Почти не ведется подготовка для них кадров широкой квалификации, отсутствует стройная система делового образования обслуживания малого бизнеса, включая не только управленческое консультирование, но и широкий круг других интеллектуальных услуг. И здесь уместно заметить, что для профессионально развитого человека работа на малом предприятии более привлекательна:

- здесь ему необходима более широкая квалификация, ведь от каждого конкретного человека зависит больше, чем на крупном предприятии;

- он больше влияет на принимаемые решения, ближе к руководству;

- он больше информирован о деятельности предприятия, так как почти всегда контактирует непосредственно с потребителем;

- результаты его личной деятельности более заметны и могут быть соответственно оценены как руководством, так и коллегами.

Дефицит же рабочих кадров часто вызван низкой эффективностью организации управления, выражающейся в большой доле ручного труда, вредными условиями труда и низкой заработной платой рабочих, что не привлекает их на такие предприятия. Там же, где труд рабочих значительно умнее, софтизирован, автоматизирован, условия труда оптимальные, а зарплата рабочего мало отличается от зарплаты служащего, дефицита рабочих нет. Поэтому инновационное управление малыми и средними предприятиями позволит привлечь рабочих на малые и средние предприятия.

В настоящее время создание малых предприятий определяется не большой востребованностью продукта их деятельности, а часто отсутствием работы, наличием свободных денег, требующих вложения. Есть нарушения и в социально-экономических, правовых отношениях с персоналом этих предприятий, в коммерческих отношениях с партнерами по бизнесу.

Развитие малых предприятий позволяет обеспечить решение многих как экономических, так и социальных задач, в том числе формирование конкурентной среды, насыщение рынка товарами и услугами, обеспечение занятости населения, увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней и др.

1) увеличатся налоговая база региона и соответствующие отчисления в бюджет;

2) повысится занятость населения и снизятся пособия по безработице;

3) улучшится социальная ответственность руководителей региона за качество жизни населения;

4) за счет повышения занятости и доходов населения снизится преступность;

5) произойдет более полное удовлетворение потребностей населения региона, т. к. малый и средний бизнес прежде всего работает на это.

Малые и средние предприятия могут взять на себя всю непрофильную работу крупных предприятий: закупки ресурсов, продажи готовой продукции, обслуживание производства (ремонтно-наладочное, хозяйственно-строительное, транспортно-складское, энергетическое, охрannое, клининговое), что повысит эффективность крупного бизнеса.

Определенные меры, направленные на облегчение малого предпринимательства, уже принимаются, в том числе: снижение административных барьеров при осуществлении предпринимательской деятельности; упрощение процедуры регистрации юридических лиц с использованием принципа «одного окна»; установление специальных налоговых режимов; расширение доступа субъектов малого предпринимательства к кредитным и финансовым ресурсам; сокращение объема и упорядочение процедур государственного контроля и усиление защиты прав хозяйствующих субъектов.

Однако этого явно недостаточно. Прежде всего необходимо продолжить создание общих благоприятных условий не только для стабильного существования, но и для развития предпринимательства, и в первую очередь организационных и институциональных.

Все перечисленные меры в основном декларировались, но не оказывали реального позитивного влияния на функционирование и развитие МСБ, т. к. они все внешние, стоящие над бизнесом. Нужны совместные с бизнесом действия для его же блага. Так, функционирование в г. Тольятти бизнес-инкубатора в течение ряда лет не привело к росту и развитию малого бизнеса в городе. Пребывание малого предприятия в бизнес-инкубаторе ограничено определенным сроком, после которого увеличивается размер арендной платы, прекращается доступ к бесплатному обслуживанию. И здесь-то возникает масса проблем из-за постоянно изменяющихся условий бизнес-среды.

Как показывает статистика, количественные (формализованные) показатели развития малого и среднего бизнеса в Самарской области не самые худшие, но качественных изменений не происходит. В большинстве случаев малый и средний бизнес региона – это предприятия торговли. Услуги, особенно деловые, развиты недостаточно, еще хуже развиты производственные и научные малые и средние предприятия. В нашей области, в том числе в г. Тольятти, имеется высокий интеллектуальный потенциал, утекающий в центр и за рубеж, а его надо использовать здесь и сейчас.

Наблюдения показывают, что несвоевременное, не соответствующее состоянию внешней среды управление предприятием не позволяет довести до полной реализации техническое и любое другое новшество, и даже при его реализации при таком управлении все быстро возвращается в исходное состояние. Поэтому инновации надо начинать с управления этим процессом в каждом регионе.

Сущность инновационного управления не ограничивается проведением формализованных и массовых мероприятий, как это делается сейчас. Интеллектуальные услуги должны быть адресные, индивидуализированы с учетом особенностей конкретного предприятия и той ситуации, в которой оно находится. Консультанты должны посещать малые и средние предприятия, видеть их проблемы «своими глазами», общаться с работниками этих предприятий.

Значительную роль в инновационном развитии малого бизнеса играет и государственное регулирование. При этом речь идет об использовании не прямых административных методов воздействия на малый бизнес, а косвенных методов, связанных прежде всего с интеллектуальной поддержкой малого бизнеса и сопровождением определенных направлений его развития. Данный подход обеспечивает решение двух задач: во-первых, формирование среднего класса, который способен самостоятельно обеспечить собственное благосостояние, и во-вторых, достаточно эффективную поддержку экономики региона. Часть современных проблем по развитию малого и среднего бизнеса может решить организация общественного регионального партнерства на основе предоставления малому бизнесу информационных и интеллектуальных услуг по инновационному управлению.

В сложившихся условиях региональные и местные власти в вопросах экономического развития территорий должны больше опираться на научный потенциал региона, максимально использовать имеющиеся разработки и инициировать новые, создавать сеть инфраструктурной организации, профессиональные ассоциации малых предприятий.

Сейчас для малого и среднего бизнеса региона важно не столько знать, что нужно сделать, а главное, как это сделать. И здесь важно консалтинговое сопровождение реализации любых инновационных проектов, которые смогут в процессе реализации новшества вносить необходимые изменения, обучать исполнителей в лице персонала малых и средних предприятий, а после внедрения оценить проект, ход его реализации, выявить проблемы и факторы успеха, наметить мероприятия по закреплению достигнутого уровня. Именно поэтому предпочтительно взаимодействие с местными консультантами, которые будут посещать обслуживаемые малые и средние



предприятия для сбора информации из первоисточников и взаимодействия с их персоналом, создавая так называемый синергетический эффект, то есть возрастание эффективности деятельности в результате интеграции, слияния отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта. Руководитель делает так, чтобы различия сотрудников работали синергически. Существует три основных процесса в синергетическом действии: это адекватное планирование; эффективный обмен знаниями и текущей информацией между сотрудниками организации; текущая координация работы. Все это можно объединить под общим термином «коллективное мышление», когда знания и компетенции одного специалиста дополнены таковыми других.

Синергизм в деятельности отдельных стратегических хозяйственных единиц предполагает поиск ресурсов и возможностей, дополняющих и укрепляющих их усилия с целью добиться больших результатов по сравнению со случаем, когда они действуют автономно. При оказании интеллектуального сервиса предприятиям МСБ синергизм означает одновременное использование различных ресурсов и потенциальных возможностей фирм интеллектуального сервиса. Синергизм позволяет организациям ускорить внедрение новых продуктов, добиться увеличения объема продаж, сокращения издержек и затрат на управление, т. е. развитие малого бизнеса в регионе.

Термин «развитие» означает создание, введение новых элементов, аспектов деятельности, т. е. связан с воздействием [1]. В свою очередь, система управления – это совокупность функций и полномочий, необходимых для осуществления воздействия. Но чтобы осуществлять это развитие, система управления сама должна постоянно развиваться, оптимально используя человеческий капитал, т. е. его знания, компетенции, мотивирующие установки.

В связи с существующей проблемой было проведено исследование, направленное на выявление ключевых факторов развития малого бизнеса в регионе. В результате опроса предпринимателей и консультантов Самарской области был выявлен ряд организационных и социально-демографических факторов, влияющих на формирование, функционирование и развитие малого и среднего бизнеса региона. Проведенное при обработке результатов исследования попарное сравнение выбранных факторов в матрице предпочтения показало, что наиболее важными, влияющими на устойчивое функционирование и развитие малого и среднего бизнеса в регионе оказались институциональные и организационные (управленческие) факторы.

Проведенный опрос предпринимателей (владельцев) малого бизнеса Самарской области показал, что главной является проблема обеспече-

ния персоналом, имеющим широкую квалификацию, инициативным, умеющим работать в команде (43%), а не доступность финансов. Ряд предпринимателей отметили также проблему неразвитости информационной и интеллектуальной инфраструктуры для малого бизнеса региона [4]. На этом основании можно сделать вывод, что именно кадровая проблема является одной из ключевых для предпринимателей.

Обобщение исследования и наблюдений показало, что есть значительный дисбаланс между спросом со стороны бизнеса на качественные условия функционирования и развития и тем, что регионы могут сегодня предложить. Следует подчеркнуть, что этот дисбаланс сильнее проявляется именно в тех субъектах РФ (например, в Самарской области), где малый и средний бизнес смог активно стартовать, ведь одновременно с развитием бизнеса повышаются и потребности в улучшении предпринимательского климата и его сервиса.

Одновременно наблюдения показали, что и сами владельцы бизнеса не готовы даже частично делиться с работниками не только собственностью, но даже прибылью. Проводимые в области и городе семинары в основном носят характер бухгалтерских и налоговых консультаций, как было 10-15 лет тому назад.

Основная часть владельцев МСБ полагают, что региональные администрации должны уделять больше внимания вопросам развития МСБ и предпринимательства, а в региональные программы поддержки вовлечено менее 10% участников исследования, использование инфраструктуры поддержки (бизнес-инкубаторы, промпарки, гарантийные фонды и др.) «стремится к нулю» [4].

Заметный вклад в развитие предпринимательства и малого и среднего бизнеса могли бы внести региональные и городские целевые программы нового поколения, сфокусированные на ключевых проблемных зонах и включающие сбалансированный набор инструментов, так как существующие программы и инициативы не приводят к ожидаемым результатам. Для решения существующих проблем МСБ предпринимателям необходимы тренинги по взаимодействию с партнерами по бизнесу и даже конкурентами, мотивации подчиненных к навыкам проведения позитивных изменений.

В этой связи важная составляющая управленческих процессов компании малого бизнеса состоит в обучении своих сотрудников способам получения, создания новых знаний и применения их на практике в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. Необходимость организационного обучения продиктована, во-первых, изменениями конъюнктуры рынка труда. Появление новых профессий и специальностей требует от организации принятия адекватных реше-

ний. Появляются виртуальные рынки труда, виртуальные рабочие места. Во-вторых, изменяется характер коммуникационного процесса внутри организации, все контакты осуществляются в интерактивном режиме, что формирует новые требования к профессиональному уровню, специальной подготовке сотрудников, управленческой деятельности и бизнесу. Трансформации в профессиональной и квалификационной структуре рынка труда, составе рабочей силы происходят в результате коренных изменений в сфере производства (модернизации отдельных отраслей, появления новых секторов экономики, возникновения новых видов деятельности). По некоторым данным, ежегодно обновляется около 5% теоретических и 20% профессиональных знаний [5].

Задача организации – найти способы внедрить обучение в рабочий процесс. Данный подход содействовал появлению так называемой обучающейся организации (learning organization) или по крайней мере концепции обучающейся организации.

Термин «обучающаяся организация» обозначает организацию, которая не только непрерывно обучает персонал, но и сама постоянно обучается как целое [1]. Персонал подобной организации овладевает новыми знаниями, приобретает новые навыки взаимодействия с потребителями, партнерами и внутри коллектива.

Первым шагом на пути создания сети обучающихся организаций является признание необходимости осуществления перемен, направленных на обеспечение потребностей организации и всего общества, причем особое внимание должно уделяться таким аспектам, как лидерство, власть, свобода инициативы и личное развитие сотрудников.

Основу формирования обучающихся малых организаций должны составлять действия [3]:

1. Продолжать управлять наемными работниками, но рассматривать их как клиентов и партнеров.

2. Искать новых участников и развивать новые связи.

3. Являться центром продвижения новой модели организационного развития и источником коллективных учебных процессов открытых инноваций.

4. Информировать работников как равноправных участников организаций о выработке и реализации касающихся их стратегических решений.

Организация такого типа может реализовать эффективные стратегии на практике, используя потенциал человеческого капитала, а именно знания и умения персонала, которые играют все более значительную роль в удовлетворении потребностей общества и повышении конкурентоспособности продукции.

#### Библиографический список

1. Большая Российская энциклопедия [Электронный ресурс] // Словари. – Электрон. дан. – М., 2005. – URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/> (дата обращения 01.12.09)
2. Андреев С. В. Кадровый потенциал и проблемы занятости в условиях перехода России к рыночным отношениям. – М.: Изд-во Ин-та социологии, 2007. – С. 23.
3. Киселева Г. В. Организация и управление кадровым потенциалом в потребительской кооперации: дис. ... к.э.н. – Белгород, 2006. – 250 с.
4. Предпринимательский индекс в России: ИНДЕКС ОПОРЫ 2010–2011 / результаты исследовательского проекта / <http://opora.ru/analysis/research/> (дата обращения 16. 06. 2011).
5. Стратегия социально-экономического развития Самарской области до 2020 г. [Электронный ресурс]. – Федеральный портал <http://www.protown.ru/russia/obl>

**O. V. Markova\***

\*Markova Olga, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
[markovaolga@yandex.ru](mailto:markovaolga@yandex.ru)

#### DEVELOPMENT OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF SMALL BUSINESS IN THE REGION

*Key words: small business, human capital, key factors of small business development, innovative management, synergies, learning organizations.*

*The article proves the necessity of human resources development in the regional small businesses. Such measures will contribute to solving the problems of small businesses and enhance the innovative nature of management in the modern business environment.*

© Маркова О. В., 2012

УДК 338.48

**Н. С. Матющенко\****\*Матющенко Наталья Степановна, кандидат экономических наук, доцент**Сочинский государственный университет, г. Сочи**subtropic777@rambler.ru*

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНДУСТРИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ В АНАПЕ И ГЕЛЕНДЖИКЕ В ПЕРИОД ЗАРОЖДЕНИЯ ПРИМОРСКИХ КУРОРТОВ

*Ключевые слова: отдых, развлечения, досуг, приморский курорт.*

*В туристских дестинациях наблюдается повышенная концентрация организаций индустрии отдыха и развлечений, обусловленная историческими особенностями развития данных территорий и социальной значимостью курортной деятельности. Для туристов услуги развлечений являются неотъемлемой частью турпродукта, формируют их представление о современности курорта, влияют на итоговое впечатление о качестве проведенного отдыха.*

Возникновение курортов в России относится к началу XVIII в. и связывается с именем Петра I. Вернувшись после лечения на заграничных курортах, Петр I указом от 24 апреля 1717 г. поручил доктору Г. Шоберу «искать в нашем государстве ключевых вод, которыми можно пользоваться от разных болезней» [1]. Старейшие русские курорты возникли при целебных минеральных источниках, однако с развитием курортного дела стали появляться также грязевые и климатические курорты. В ряду климатических курортов стали все более отчетливо выделяться приморские курорты, где основным видом лечения стали морские купания и песочные ванны [2].

Распределение курортов и лечебных местностей по территории России было неравномерным. Подавляющая часть их находилась в европейской части страны. В справочнике «Лечебные местности России» за 1915 г. приведены сведения о большинстве курортов и лечебниц. Из них приходилось на Кавказ (включая Черноморское побережье) – 26, на Крым – 24, на Финляндию – 6, на район Одессы – 3 [3]. В административно-управленческом отношении исследователь М. Я. Русаков выделяет три основные группы курортов: 1) казенные курорты; 2) курорты Черноморского побережья и 3) другие курорты. Курорты Черноморского побережья он подразделяет на: 1) курортные владения единоличных владельцев; 2) парцелированные (разделенные на ряд дачных участков и имений) курортные владения; 3) курортные поселки; 4) города-курорты; 5) курорты-предприятия; 6) другие курорты.

По вычислениям доктора М. С. Зернова, общее количество россиян, получавших лечение на курортах в начале XX в., составляло около 180–190 тыс. чел. в год. Из них российские курорты посещали от 80 до 90 тыс. чел., а около 100 тыс. чел. ежегодно отправлялись на зарубежные курорты [2]. Наиболее обеспеченная часть курортной публики вывозила, таким образом, в Европу

от 100 до 200 млн руб. в год. В.С. Мартынович определял вывозимую на западноевропейские курорты сумму в 100 млн руб. [4].

Среди приморских мест отдыха своими богатейшими рекреационными ресурсами выделялись курорты Черноморской губернии, где первые поселенцы практически сразу выявили непригодность природно-климатических условий местности для традиционного земледелия. И в 1898 г. по Высочайшему повелению была создана комиссия по выбору мест на Черноморском побережье для создания курорта. Самыми известными курортами того времени стали Сочи [5], Анапа и Геленджик.

Во второй половине XIX в. происходит заселение Анапы из российских и малороссийских губерний. Поселяются в Анапе также анатолийские греки, чехи, немцы, армяне и татары. В 1866 г. учреждается портовый город Анапа Черноморского округа Кубанской области Закавказского края.

Уже к 90-м гг. XIX в. за Анапой закрепилась репутация места, имеющего благоприятные климатические условия для оздоровления и отдыха людей. Сразу же был построен постоянный двор для приезжающих в Анапу с разными целями, активно развивался порт для целей морской торговли и рыболовства. Рядом с пристанью была построена городская купальня с мужским и женским отделениями. На верхней террасе берега ближе к Малой Бухте был разбит городской сад.

В 1894 г. газета «Кубанские областные вести» печатают путевые заметки П. Кириллова, в которых отмечается, что «выстроена новая купальня о двух отделениях, мужское и женское... Городской сад окончательно приведен в порядок: крепостной вал срыт и обращен в бульвар; возле маяка... выстроен изящный павильон, названный «павильоном вздохов»; отсюда прекрасный вид на море, и публика по целым дням сидит в павильоне, дыша здоровым морским воздухом...

Для увеселения публики приглашен оркестр духовой музыки 1-го Екатеринодарского полка. Каждый день, с 7 до 12 часов вечера, публика наслаждается прекрасной игрой оркестра под дирижерством Я. П. Соколовского, который, видимо, не щадит сил, чтобы доставить удовольствие как разнообразным выбором пьес, так и хорошим их исполнением. Оркестр нанят анапским общественным собранием на весь сезон за 1500 руб. Два раза в неделю устраиваются в летнем помещении клуба танцы для детей и взрослых. Администрация и местное общество... прилагают все усилия, чтобы публика не скучала» [6].

В 1897 г. в Анапе открывается первая водолечебница «Теплые морские ванны» М. Е. Ефимова, которая была построена у купальни, стоявшей возле пристани. Помимо ванн, в ней имелся небольшой зал для чтения с буфетом. В этом же году была основана городская библиотека.

В 1899 г. в газете «Кубанские областные ведомости» [7] впервые упоминается о спортивных развлечениях в Анапе. В ней говорится о приезде в город педагога Б. А. Краевского и врача В. А. Будзинского. По их предложению в городском саду на берегу моря были организованы увлекательные гимнастические игры для детей. Для этого было подготовлена площадка и приобретены необходимые спортивные принадлежности. Игры проводились бесплатно для всех детей. По воспоминаниям очевидцев, взрослые отдыхающие при этом записывали для себя сценарии и содержание игр. В 1900 г. была открыта водогрязелечебница В. А. Будзинского на Высоком берегу.

В 1899 г. город посетили 1472 чел., в 1900 г. число приехавших на лечение и отдых в Анапу достигло 2450 чел. (по другой информации – 4000 чел.) и неуклонно росло с каждым годом [8]. При этом численность местных жителей в 1890 г. составляла 10 тыс. чел. [9]. В 1906 г. посещаемость курорта достигла 5720 чел., в 1912 г. – 12000 чел. [9].

В конце XIX в. популярными были литературно-вокально-музыкальные концерты в анапской городской ротонде в саду, которые организовывали профессионалы, например артисты московской оперы, и любители, в т. ч. хор, созданный усилиями местного священника, отца П. Базилевского, а также курсанты мореходного класса. Собранные деньги часто шли на благотворительные цели, например на содержание Анапской Николаевско-Александровской библиотеки.

В отдельном павильоне городского сада работали летний ресторан, буфет и столовая. Столики в ресторане стояли среди деревьев на открытом воздухе. Подавались прекрасные вина, в т. ч. местные, и хорошие закуски. В ротонде помещалась библиотека, в ней было много газет и журналов, в т. ч. и столичных [10].

С 1900 г. проводятся улучшения городской инфраструктуры, направленные на развитие курортной специализации: из центра переносится базар, который обустраивается на пустыре за валом, а на месте бывшей Базарной площади разбивается сквер, работы по благоустройству проводятся в городском саду, организуется мощение ряда городских улиц и тротуаров у домов, устанавливается уличное освещение, идет активное озеленение улиц и бульваров.

В городе в начале XX в. принимали прихожан две церкви (Свято-Онуфриевская и Свято-Осиевская), работали городская библиотека, две небольшие гостиницы – «Центральная» и «Санкт-Петербургская», – 10 трактиров с продажей крепких напитков.

Видимо, качество развлечений не всегда соответствовало желаниям публики, т. к. в местной газете упоминается, что в одном из трактиров «играет раздражающий душу оркестрион» [9]. Подобную негативную оценку дают и корреспонденты газеты «Кавказ»: «На самом видном месте уравненного вала стоит постройка своеобразной архитектуры, внешностью напоминающая конюшню, а содержанием – кабак. Сам хозяин бульвара – большой любитель собак, а потому около буфета (такая вывеска на здании) постоянно масса собак. Затея грека по созданию условий для отдыха и развлечений гостей прекрасна, но она не достигла цели... Местные торговцы, без особого риска наживающие деньги, не решаются пустить свой маленький капитал в дело – в устройство порядочного бульвара с приличным зданием. Таким хладнокровием анапцы только могут потерять многое: ... количество приезжающей публики... будет все падать... и может дойти до минимума» [9].

Тем не менее были в газетах и многочисленные положительные отзывы. Например, в 1893 г. анонимный корреспондент отметил, что в городском собрании «... книги, журналы, газеты имеются в достатке, и если к этому присоединить почти ежедневно играющую музыку в городском саду при клубе, где устраиваются два раза в неделю танцевальные вечера и ряд предположенных спектаклей, которые будут на днях даны опытными любителями, то все это вместе взятое... вполне удовлетворит непритворную публику» [9].

Ф. А. Брокгауз и И. А. Ефрон в своем Энциклопедическом словаре в 1905 г. написали: «В последние годы в Анапу летом приезжают жители Кубанской области для морских купаний» [11]. Их привлекали не только морские купания, но и хорошо организованный досуг и интересные развлечения.

Летний городской курортный зал «курзал» (раковина для музыки и летний ресторан) был построен примерно в 1908 г. Это, по свидетельству В. П. Щепетева, было «величественное ка-

менное здание строгого, но изящного стиля» [12]. Имелся просторный и красивый театральный зал с хорами, библиотекой, читальней, фойе, сценой, уборной для артистов, летними помещениями для карточной игры, бильярда, шахмат, игры в кегли, тира. Сцена театрального зала была прекрасно оборудована и богато декорирована.

На крыше курзала была устроена терраса, которая использовалась в качестве смотровой площадки с прекрасными видами на море, пляж и сам город. Курзал был самым лучшим из всех имевшихся на Черноморском побережье Кавказа. Он имел все условия для постановки спектаклей, концертов (летом в театре выступали артисты из Петербурга, Москвы, Харькова, Ростова и других городов России). Организовывались благотворительные концерты. Часто читались лекции, причем они тогда охотно посещались и зал часто бывал переполнен. После концертов организовывались балы и конфетти. В летний сезон 1913 г. в курзале было проведено большое спортивно-народное гулянье.

Культурные развлечения проводились также в специально построенной в 1908 г. столовой в мавританском стиле при Институте физических методов лечения В. А. Будзинского. В обширном зале в те времена устраивались концерты, музыкально-танцевальные вечера и другие развлечения. Сложилась интересная традиция: пансионеры ужинали вечерами при свечах вместе с персоналом и доктором В. А. Будзинским. Там же была площадка для лаун-тенниса и три площадки для крокета.

В 1907 г. в Анапе открывается курортная гимназия для детей со слабым здоровьем. В 1909 г. открывается второй санаторий «Бимлюк», при котором начал работать Ортопедический институт. В качестве одновременно лечебных и развлекательных процедур в институте применяли различные виды спорта – борьбу, фехтование, плавание и др.

Постепенно пляжная зона на Песках претерпела благоприятные изменения: были поставлены новые купальни, оборудованы мужское и женское отделения для принятия солнечных и песочных ванн, сооружен небольшой причал для прогулочных лодок. В 1913 г. закончилось строительство городской грязелечебницы в Песках, рядом с городским пляжем. Таким образом, в дореволюционной Анапе было пять купален.

Весной 1906 г. в Анапе стала издаваться газета «Земля и народ», летом 1909 г. – «Анапский листок», в 1913 г. – «Анапа-курорт». В Анапе было два книжных магазина, типография и переплетная мастерская.

В городском саду стали проводиться массовые парадные гулянья несколько раз за летний сезон и детские игры под присмотром врачей. В летнее помещение клуба на весь сезон переносили общественную библиотеку и добавляли много

столичных и провинциальных газет, получаемых ежедневно. Была построена новая бильярдная и новая эстрада для музыкантов, красивый буфет. К услугам желающих в саду были карточные столы, кегли, тир, шахматы и пр.

В Анапе появился синематограф «Сатурн», устроенный греческой колонией. Нашелся даже предприниматель, устроивший скеттинг-ринк – площадку со специальным покрытием для катания на роликовых коньках [9]. Позже появился еще один электробиограф (синематограф) «Иллюзион». В саду и около купален поставили много скамеек, некоторые с навесом от солнца. Городской управой было запрещено ездить на велосипедах по тротуарам и аллеям, наклевать афиши на заборы и фасады домов.

Все это время приезжие и местные жители отмечали, что жизнь в Анапе настолько безопасна, что двери и окна на ночь остаются открытыми, а преступления ограничиваются лишь драками и нарушением общественной тишины. Даже революционные идеи почти не доходили до Анапы. Как тогда писал местный журналист, «когда почти вся Россия была затоплена потоками крови... Анапа по-прежнему спала или занималась только сплетнями и танцами» [9]. Эта особенность вносила в жизнь приезжей публики элемент полного душевного спокойствия. Как отмечал В. П. Щепетев, «местное население, хотя оно и смотрит с наивным хищничеством на приезжего, как на источник дохода, в общем, крайне добродушно, доброжелательно и услужливо» [12].

Когда в 1913 г. был открыт санаторий в Семигорье, там был выстроен клуб со сценой, библиотекой, своим киноаппаратом. Рядом была устроена террасообразная площадка для игр и занятий физкультурой. По рекомендациям врачей отдыхающим назначались кефир и молоко горных коз, которые в большом количестве водились в окрестностях. Из соседних станиц казачки приносили на продажу ягоды, фрукты, виноград, арбузы, дыни. Гуляющая публика собирала в лесу землянику, кизил, орехи, дикие яблоки и груши. На возвышенных местах были устроены смотровые площадки со скамейками для отдыха.

В летний сезон на гастроли в Анапу приезжал казачий оркестр. На курорте, кроме того, большую радость и удовольствие отдыхающим доставляли охота, рыбалка в море, прогулки по бухте на лодках с веслами или под парусами. Лодок было в изобилии. Был и один моторный катер «Афродита», который совершал экскурсии в Сукко и часовые прогулки в море. Для экскурсий в Сады, Су-Псех, Сукко, помимо пролетов и фаэтонов, часто употреблялись фуры – длинные телеги с решетчатыми боковинами, запряженные парой лошадей.

На пляже для детей была организовано то, что сейчас называется анимацией: «под руководством опытных руководительниц-фребеличек

(воспитательниц детей дошкольного возраста по методу немецкого педагога Фребеля) происходят игры и гимнастические упражнения детей, лепка, рисование, вырезание из бумаги, а по временам экскурсии за город и детские праздники: тогда тысячи детей, в костюмах цветов, попарно под музыку парадируют по городу, направляясь на пляж» [12].

Следует упомянуть об очень интересном подходе к вопросу организации развлечений на курортах, сформулированном в 1914 г. доктором В. А. Будзинским в докладе на заседании правления Общества деятелей Черноморского побережья, опубликованном в Москве и Петербурге: «Трудно ужиться действительно больному человеку со здоровым и жизнерадостным, почему необходимо строго отделить курорты, преследующие лечебные цели и дающие телесный и духовный отдых, и наоборот, преследующие кратковременный отдых или куда уже отправляется публика после лечения.

На первых курортах должна быть строго нормирована вся жизнь: она должна раньше начинаться и раньше заканчиваться, во всяком случае, не позже одиннадцати часов; удовольствия на лечебном курорте должны ограничиваться гуляниями в парках и над морем, музыкой, библиотекой и редкими любительскими спектаклями и вовсе недопустимы здесь балы, азартные игры в карты и лото, катанья с проводниками и проч., продажи крепких напитков, а в виноградных районах разрешить только продажу натурального легкого местного вина.

Второго рода курорты для отдыха могут устраиваться на особо льготных условиях жизни, но подальше от первых» [13].

Похожие процессы возникновения индустрии отдыха и развлечений проходили и в другом городе Черноморской губернии – Геленджике.

Генералом Е. А. Берхманом летом 1831 г. была основана русская крепость Геленджик, в которую в период с 1831-го по 1864 г. переселились крестьяне из внутренних губерний России, Украины, греки и армяне, прибывшие из Турции, а также чехи и поляки.

В 90-х годах XIX в. побережье стало желанным местом заселения в интересах климатолечения и курортных посещений. Врачи отмечали чистоту горного воздуха и благодатный микроклимат, создаваемый морскими бризами. Интеллигентные поселенцы занялись виноградарством и садоводством. Побережье стали называть «Дачей русской интеллигенции». Сам посад не мог похвастаться благоустройством: улицы оставались пыльными, гостиницы плохими. Даже старейшая гостиница с рестораном при ней «С.-Петербургские номера» была, как другие, построена из «макаронных ящиков», как здесь говорили. «Тонкие наружные стены, но еще тоньше внутренне. Выходит так, что все живут в одной

комнате и только приличия ради отгородились друг от друга несдвигаемыми ширмами до потолка. Все эти шаткие сооружения были подвержены бесконечным пожарам. И все же частные владельцы, движимые личным интересом, искали выход» [14].

Вот что пишет в своем рапорте от 5 ноября 1899 г. полицейский урядник 4-го участка начальнику Новороссийского округа: «Летом в Геленджик на курорт приезжает из всех городов империи масса купающихся, и каждый домовладелец, ночуя на чердаке, в сарае и даже на открытом воздухе, отдает последнюю комнату приезжающим» [14].

Постепенно Геленджик благоустраивался на частные средства дачников и местного населения: открылось почтово-телеграфное отделение, была завершена постройка паровой пристани, появилась библиотека, разбиты скверы, улучшались дороги. Помимо дома и хозяйственных построек (подвалов, прессов, колодцев), владельцы усадеб сооружали купальни. Отсутствие моды на пляжные костюмы вынуждало строить эти деревянные платформы с множеством кабин.

В 1900 г. на берегу бухты открывается первый частный санаторий М. Ф. Сульжинского. В 1907 г. побережье Геленджикской бухты официально стало курортным местом. В 1913 г. открыт санаторий для детей, больных костным туберкулезом.

Интересы собственного благополучия и процветания курортной местности заставляли дачников действовать сообща. На Тонком мысу (его еще называли мысом «Доброй Веры») по инициативе М. М. Рейнке в 1901 г. образовалась «интеллигентная колония» – «Общество содействия благоустройству курорта Геленджик». Главное управление землеустройства и земледелия согласилось на передачу дорожного сбора этому обществу под надзором казенного инженера. Этим обществом была устроена шоссейная дорога к Геленджику, набережная, пристань, бульвар, ротонда [14].

Имеются данные о наличии в городе «Северной» и «Южной» ротонд на Южном и Северном (Лермонтовском) бульварах, любительского театра, курзала и общественного собрания. Любимым местом отдыха жителей и гостей курорта были Лермонтовский бульвар и площадь Святого Илии. На новой базарной площади проходили ярмарки [15].

О том, как первоначально выглядели бульвары, можно узнать из следующего описания: «Крайне любопытен бульвар, устроенный дачниками по этому берегу. Он состоит из колючек держи-дерева, между кустами которых поставлены скамейки... безопасно могут прогуливаться разве только буйволы... Норд-ост и колючка – две неизменные особенности, доминирующие над прочими красотами!» [16].

В 1905 г. был построен храм Вознесения Пресвятой Богородицы, а в 1913 г. в честь 300-летия рода Романовых жители Геленджика торжественно открыли Свято-Преображенскую церковь. Известно, что была и греческая церковь. За счет прихожан были построены церкви святого великомученика Михаила Черниговского, святого угодника Николая Чудотворца [15].

Многими дачниками были собраны богатые библиотеки и всевозможные коллекции. В 1909 г. М. М. Рейнке создал естественно-исторический музей, в котором демонстрировались предметы, найденные при археологических раскопках [14]. Особым любимым видом досуга местных дачевладельцев было проведение археологических раскопок на территории Геленджика, по результатам которых они издавали научные труды.

Популярным местом проведения отдыха в Геленджике в тот период были купальни, частные (за умеренную плату) и общественные (бесплатные). Для того чтобы привлечь курортников именно в свою купальню, каждый хозяин стремился ввести дополнительные услуги. В буфетах предлагались самые разнообразные напитки: кефир, чай, ароматный кофе, бокал вина, а также сладости и виноград. За дополнительную плату можно было получить накрахмаленное полотенце, деревянные лежаки, теплый душ пресной воды, массаж, горячие морские и грязевые ванны, что, несомненно, способствовало и прекрасному отдыху, и оздоровлению курортников [17].

Многие владельцы открывали при купальнях читальные залы. «При купальне «Джанхот» имелся особый читальный зал со всевозможными журналами: губернская «Черноморская газета» (в день выхода); ростовская газета «Утро юга»; московская и петроградская газеты (на 3-4 день после выхода)» [17]. Таким образом, постепенно пополняя перечень своих услуг, купальни становились своеобразными центрами курортной жизни Геленджика.

С момента создания курорта возникали природные достопримечательности Геленджика – скверы и парки. Они связаны с выдающимися именами. Например, известен именной «Платан Ф. Щербины», ливанский кедр «Красавец» братьев В. И. Короленко, сквер усадьбы Кулешовых [15]. Аллеи были засажены декоративными растениями, установлены парковые лестницы и мостики.

С 1903 г. в Геленджике издавалась газета «Черноморское побережье». В 1912 г. можно было перемещаться по курорту на извозчике (1,5 руб.), нанять для морских прогулок фелюгу или моторку (15 коп.) и даже проехать на автомобиле [18]. У курортников была популярна первая видовая площадка «Суук-су» («чистая вода») – берег с «плачущей скалой».

Мы можем выделить некоторые особенности функционирования индустрии отдыха и развлечений на первых курортах России:

1. Определенную роль в повышении культурного уровня населения играли культурно-развлекательные учреждения, к которым относились театры, цирки, концертные залы и в определенной степени – кинотеатры. Сады являлись не только «зеленым островком» для отдыха жителей больших городов, но и местом культурного времяпрепровождения. В них играла музыка, имелись условия для активного отдыха (гимнастика, езда на велосипедах и др.), что было особенно необходимо ввиду чрезвычайно малого количества спортивных клубов и обществ в стране. В некоторых городах думы и управы уделяли достаточно большое внимание вопросам содержания общественных садов [2].

2. С конца XIX в. в городах начинают появляться так называемые народные дома (всесоюзные клубы), которые наряду с библиотеками и музеями служили делу повышения культуры населения. Понемногу к началу XX века стали появляться музеи, находившиеся в ведении органов местного самоуправления [2].

3. Наиболее доступным средством приобщения граждан к мировой культуре и миру знаний являлись народные библиотеки и читальни. В России их открывали чаще всего именно городские общественные управления. Земства ограничивались лишь созданием школьных библиотек в сельской местности [2].

4. Организации, позволяющие заполнить свободное время отдыхающих, воспринимаются как необходимые, даже обязательные для курорта. Поэтому их создание, а также проведение различных праздничных и развлекательных мероприятий финансируется и поддерживается не только частными лицами, но и органами власти федерального, регионального и местного уровня. В связи с притоком туристов на курорты у организаций отдыха и развлечений платежеспособный спрос имеет больший объем, более разнообразную структуру, большую регулярность, чем в других местностях.

5. Для обеспечения комфортного пребывания туристов на курорте, что является необходимым условием их приезда, инфраструктура города (транспорт, энерго-, водо-, газообеспечение и т. п.) и его благоустройство развивается активнее, чем в других районах страны. Это способствует появлению современных способов проведения досуга и повышению их качества, что привлекает туристов и одновременно улучшает жизнь местных жителей, меняя их менталитет.

6. Газеты и журналы уделяют большое внимание мнению отдыхающих о курортах, в т. ч. их впечатлениям об организации досуга и развлечений. Статьи, посвященные этой проблематике, оказывают влияние на деятельность местных пред-

принимателей и органов власти. В результате формируется государственно-частное партнерство по планированию, организации и контролю в сфере туризма, санаторно-курортного лечения, досуга и развлечений.

7. Среди научной общественности обсуждается вопрос о том, не вредят ли полноценному курортному лечению слишком шумные развлечения. Возникает идея о разделении туристских дестинаций на курорты для лечения и курорты для

отдыха, причем в основе такой классификации лежит именно отношение к необходимому уровню развития индустрии отдыха и развлечений на данной территории.

Таким образом, изучение опыта прошлого помогает по-новому взглянуть на генезис индустрии отдыха и развлечений на курортных территориях, выявить закономерности ее формирования с учетом особенностей дестинаций.

#### Библиографический список

1. Первые курорты России. [http://searuss.ucoz.ru/publ/pervye\\_kurorty\\_rossii/](http://searuss.ucoz.ru/publ/pervye_kurorty_rossii/) Режим доступа: свободный.
2. Яновский В. С. Курортные города России как объект управления в конце XIX – начале XX века (на материалах Пятигорска и Кисловодска) : монография. – Кисловодск : МИЛ, 2010. – 218 с.
3. Русаков М. Я. Обзор курортов СССР: краткий обзор истории, современного состояния и перспектив развития. – М.-Л. : Медгиз, 1939. – 144 с.
4. Мартынович В. С. Русские лечебные места и пути их развития: данные съезда 1915 г. по улучшению русских лечебных местностей. – Пг., 1915. – 159 с.
5. Матющенко Н. С. Особенности организации досуга и развлечений на курорте Сочи в конце XIX – начале XX в. // Вестник Сочинского государственного университета. – 2012. – № 2 (20).
6. Кириллов П. Путевые заметки // Кубанские областные ведомости. – 1894. – № 49.
7. Детские гимнастические игры в г. Анапе // Кубанские областные ведомости. – 1899. – № 178.
8. История города-курорта Анапа <http://www.raduga-anapa.ru/istoriya-goroda-kurorta-anapa> – Режим доступа: свободный.
9. Баклыков Л. И. История курорта Анапа. – Краснодар : Советская Кубань, 1999. – 192 с.
10. Кулешов Л. Ф. Анапа – климатический курорт // Журнал Русского Общества охранения народного здоровья. – СПб., 1899. – № 8. – С. 538-541.
11. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890-1907.
12. Щепетев В. П. Анапа – лечебная и климатическая станция. – Тифлис, 1914. – 140 с.
13. Будзинский В.А. К упорядочению русских лечебных местностей // Курортные и лечебные местности России и за границей. – М., 1914. – № 31. – С. 5-6; Русская Ривьера. – Пг., 1915. – № 16. – С. 37-40.
14. Саввиди В. Д. Город надежды // Краеведческие записки : сб. ст. – Новороссийск : ООО «Вариант», 2004. – 220 с.
15. Осичева М. М. Геленджику – с любовью : сб. ст. – Туапсе : Туапсинская типография, 2008. – 188 с.
16. Васюков С. И. Край гордой красоты. – СПб., 1903. – 235 с.
17. Фадеева О. Купальни Геленджика начала XX века. <http://www.sea.ru/catalog.php?view=1149> Режим доступа: свободный
18. Москвич Г. Путеводитель по Кавказу. – Изд. XIX. – М., 1912. – 410 с.

---

**N. S. Matyuschenko\***

*\*Matyuschenko Natalya, PhD in Economics, Professor of Sochi State University, Sochi  
subtropic777@rambler.ru*

#### RECREATION INDUSTRY IN ANAPA AND GELENDZHİK IN THE BEGINNING OF SEASIDE RESORTS DEVELOPMENT

*Key words: recreation, entertainment, leisure, seaside resort.*

*In tourist destinations there is observed the increased concentration of recreation industry organizations, stipulated by historical development patterns of these areas and the social significance of the resort. For tourists the entertainment facilities are an integral part of tourism product, for they form tourist's idea of a modern resort and influence the final impression of a holiday spent.*

---

© Матющенко Н. С., 2012



УДК 332.1

**Ю. Н. Филатов\***

*\*Филатов Юрий Николаевич, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_evd@tolgas.ru*

## **ЗНАЧЕНИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

*Ключевые слова: особые экономические зоны, активизация внешнеэкономической деятельности, цели формирования и типы особых экономических зон, инновационное развитие региона.*

*Рассмотрены экономические проблемы, связанные с формированием особых экономических зон, определяется их значимость как важного фактора инновационного развития региона. Рассматриваются возможности использования особых экономических зон для обновления производственного потенциала на основе масштабного привлечения инвестиционных ресурсов.*

В настоящее время свободные экономические зоны широко используются в мировой хозяйственной практике для достижения долговременного экономического роста регионов и национальной экономики в целом. Это становится особенно актуальным в процессе преодоления кризисных явлений в мировом хозяйстве на основе инновационного обновления производственного потенциала, формирования новых полюсов экономического роста на основе использования последних достижений технологического прогресса.

Согласно материалам международной конференции об упрощении и гармонизации таможенных процедур (Киото, 1973 г.), под свободной зоной принято понимать часть территории государства, на которой товары рассматриваются как находящиеся за пределами ее таможенной территории. Таким образом, СЭЗ – это ограниченная территория государства с особыми условиями хозяйственной деятельности, которые касаются таможенного оформления, льготного налогообложения, имущественных отношений и управления свободной зоной.

В настоящее время, следуя мировой практике, СЭЗ рассматриваются как своеобразный инструмент избирательного сокращения степени государственного вмешательства в экономику и либерализации режима хозяйствования. Таким образом, под свободной зоной следует понимать не только особо выделенную географическую территорию, а главным образом исключительную часть национального экономического пространства, где применяется определенная система либерализации хозяйственной деятельности.

Формирование СЭЗ является эффективным способом экономического развития определенных регионов, ориентированным на выполнение конкретных экономических задач в процессе реализации приоритетных стратегических проектов. Этим предопределяется индивидуальный характер системы льгот, устанавливаемых в СЭЗ, тес-

но связанный с реализуемыми на ее территории программами социально-экономического развития.

Вместе с тем при всем своеобразии хозяйственных механизмов различных зарубежных СЭЗ представляется возможным определить общие характерные черты, присущие большинству функционирующих экономических зон.

Во-первых, это использование разнообразных методов либерализации хозяйственной деятельности, включая налоговые, финансовые, внешне-торговые. Практически все функционирующие экономические зоны предусматривают возможность постоянного или временного освобождения от налогообложения или значительное снижение уровня налоговых ставок. Кроме того, широко практикуются различные формы бюджетного финансирования в виде субсидий и льготных государственных кредитов, а также в виде установления пониженных арендных платежей. Большое внимание уделяется также упрощению осуществления внешнеторговых операций и льготному таможенно-тарифному регулированию.

Во-вторых, действенная поддержка со стороны властных структур в деле привлечения потенциальных инвесторов и организации проведения соответствующих консультаций и переговоров, в том числе на правительственном уровне.

В-третьих, наличие возможности принимать самостоятельные решения в широком экономическом диапазоне в рамках оперативного управления экономической зоной действующей администрацией.

Создание СЭЗ в мировой практике в качестве конечной цели предусматривает необходимость решения крупных социально-экономических проблем, в частности повышение уровня и качества жизни населения как в рамках данной зоны, так и в масштабе страны в целом. В качестве сопутствующих данной цели следует назвать активизацию внешнеэкономической деятельности, привлечение в страну иностранных капиталов, сти-

мулирование промышленности и увеличение объемов экспорта, создание дополнительных рабочих мест и оживление депрессивных регионов, а также выравнивание территориальных различий. В качестве способов достижения этих целей практически всегда избираются таможенные и налоговые льготы, различные преференциальные режимы.

В России также имеется определенный опыт создания и функционирования свободных экономических зон. С 1990-го по 2005 г. в различных регионах создавались такие зоны («Алтай», «Находка», «Сахалин» и др.), призванные способствовать привлечению иностранных инвестиций. Только в 1991 г. несколько десятков регионов ставили перед федеральными властями вопрос о создании на подведомственных территориях свободных экономических зон. Однако в условиях отсутствия действенной законодательной базы, регулирующей процессы формирования и функционирования особых зон, они использовались в большинстве случаев как инструмент ухода от уплаты налогов.

Таким образом, предпринятые в девяностые годы попытки использования зарубежного опыта создания экономических зон, к сожалению, нельзя признать удачными. Существовавшие на тот момент социально-политические реалии не позволили экономическим зонам стать действенным инструментом преобразования экономики и привлечения в страну иностранных инвестиций. Напротив, зональные льготы использовались для искусственного создания конкурентных преимуществ отдельными финансово-промышленными и территориальными группировками, формируя значимый источник для ускоренного накопления их капиталов. Это шло вразрез с необходимостью создания равных возможностей хозяйствования в рыночных условиях и преодоления территориальных социально-экономических различий.

В результате анализа процессов создания экономических зон в России сформировалось четкое видение стратегически оправданных направлений использования данного инструмента социально-экономического развития. Очевидно, что потенциал создания экономических зон состоит не столько в предоставлении льгот определенным отраслям или регионам, сколько в целенаправленном отборе появляющихся новых форм хозяйствования и развития внешнеэкономических связей, способных обеспечить эффективную интеграцию России в мировое хозяйство и ее конкурентные преимущества. Кроме того, появляется возможность реализации потенциала географического положения страны как важнейшей транспортно-логистической системы, связывающей Европейский и Азиатско-Тихоокеанский регионы. Обоснованное создание сети экономических зон значительно укрепляет позиции России в мирохозяйственной системе, в первую очередь

на основе притока иностранных капиталов, предполагающих максимизацию эффективности их приложения.

Таким образом, создание экономических зон является действенным инструментом развития отраслей и регионов, позволяющим решать масштабные экономические задачи, осуществлять реализацию приоритетных стратегических программ. Вместе с тем процессы создания экономических зон в российских условиях сдерживались по причине отсутствия их конструктивной концептуальной проработки и требуемой нормативно-правовой базы. Сложившаяся практика определила настоятельную необходимость принятия специального закона об основах регулирования деятельности экономических зон.

В процессе подготовки данного закона необходимо было решить целый ряд принципиальных проблем, во-первых, связанных с обоснованием целесообразности широкого использования СЭЗ в условиях трансформирующейся экономики, во-вторых, с возможностями их создания не только в приграничных районах, но и внутри страны, в-третьих, с масштабами и территориальными границами, в-четвертых, со спецификой развития в различных условиях и соответствующих этому различиях в целях и задачах каждой конкретно создаваемой экономической зоны. В результате сложилось принципиально иное представление основного назначения создания свободных экономических зон. Качественное отличие от действующих с девяностых годов СЭЗ было заложено уже в изменении самого названия вновь образуемых экономических зон, которые стали именоваться как «особые экономические зоны». Этим подчеркивается их направленность на решение особо важных задач диверсификации экономики и преодоление сырьевой направленности российского экспорта, государственной поддержки инновационной деятельности посредством развития отраслей с высокой степенью переработки и наукоемких производств, создание благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности в сфере производства наукоемкой продукции, конкурентоспособной на мировых рынках.

После принятия в 2005 г. Федерального закона № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» начинается новый этап создания экономических зон на российской территории. Все ранее существовавшие экономические зоны упразднены с момента введения в действие данного закона за исключением двух (в Магаданской и в Калининградской областях). Создание особых экономических зон регламентируется четкими нормативными требованиями. В конце 2005 года на этой основе были сформированы шесть особых экономических зон – в Санкт-Петербурге, Зеленограде, Дубне, Томске, Елабуге и Липецке, которые предполагали каче-

ственно новые походы к созданию экономических зон. Исходя из этого основными стратегическими целями формирования названных структур являлись:

- обеспечение перехода к высокотехнологичному производству, создающему основы инновационного базиса экономики;
- переход к масштабному производству наукоемкой продукции и услуг для обеспечения ее конкурентоспособности и создание условий оптимальной интеграции России в мировое экономическое сообщество;
- упразднение излишних административных барьеров осуществления хозяйственной деятельности и совершенствование инвестиционного климата.

Прошедшие годы показали, что созданные особые зоны в Российской Федерации демонстрируют принципиальную возможность создания в стране инновационных основ развития экономики. Появление особых экономических зон в структуре национального хозяйства способствует преимущественному развитию обрабатывающих отраслей, созданию высокотехнологичных предприятий, производящих принципиально новые виды продукции, а также дальнейшему совершенствованию информационной и транспортной инфраструктуры производства.

Эффективное функционирование особых экономических зон возможно при выполнении ряда условий:

- оптимальное территориальное расположение по отношению к источникам ресурсов, рынкам сбыта, транспортным магистралям;
- наличие в достаточном объеме квалифицированного персонала;
- развитая сеть инфраструктурных объектов;
- наличие комплекса финансово-банковских продуктов, обеспечивающих производственную деятельность.

На основе Федерального закона № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» создано 25 особых экономических зон четырех типов (4 промышленно-производственные, 4 технико-внедренческие, 14 туристско-рекреационных и 3 портовые), которые полностью соответствуют вышеперечисленным условиям. Существующий состав данных зон, классифицируемых по названным типам, представлен в табл. 1.

Таким образом, функционирующие в России особые экономические зоны предназначены для ускоренного развития высокотехнологичных отраслей и разработки новых видов наукоемкой продукции, а также для формирования современной туристической сферы и дальнейшего расширения транспортно-логистической системы страны.

Таблица 1

**Состав и типы особых экономических зон в РФ\***

Особые экономические зоны РФ			
Промышленно-производственные	Технико-внедренческие	Туристско-рекреационные	Портовые
«Елабуга»	«Дубна»	«Бирюзовая Катунь»	«Ульяновск-Восточный»
«Липецк»	«Томск»	«Байкальская гавань»	«Советская гавань»
«Тольятти»	«Зеленоград»	«Ворота Байкала»	«Мурманск»
«Титановая долина»	«Санкт-Петербург»	«Алтайская долина»	
		«Гранд Спа Юца»	
		«Куришская коса»	
		«Остров Русский»	
		Туристический кластер из 7 ОЭЗ на Северном Кавказе	

\*Группировка по типам в соответствии с Федеральным законом № 116-ФЗ от 22.07.2005 г.

Создание особых экономических зон позволяет с наибольшим эффектом использовать материальный, финансовый и человеческий потенциал региона, эффективно осваивать государственные средства и привлекать средства частных инвесторов. Резиденты особой экономической зоны в сравнительно короткие сроки окупают вложенные средства, их деятельность позволяет скорее добиться прибыльных результатов и, таким образом, пополнять бюджет государства в виде налоговых отчислений. Оживление и развитие производства в регионе дислокации ОЭЗ позитивно сказывается на его социально-экономическом положении в национальной экономике. Механизм создания особых экономических зон стимулирует внедрение современных технологий производства и управления, способствует развитию научных изысканий и разработок, повышая тем самым уровень конкурентоспособности региона.

Создание экономических зон в современных условиях является своеобразным катализатором, запускающим процессы интенсивного роста экономики. Именно поэтому разнообразные экономические зоны с успехом функционируют в государствах с различным уровнем социально-экономического развития. Промышленно развитые и тем более развивающиеся страны используют возможности экономических зон для модернизации экономики регионов и привлечения масштабных инвестиционных ресурсов. Как показывает многолетняя практика, подобная форма государственной поддержки регионального развития целесообразна в современных условиях и остается перспективной в обозримом будущем.

Оценка деятельности функционирующих российских ОЭЗ показала, что на сегодня из всех существующих типов ведущими являются промышленно-производственные, которые обеспе-

чивают положительный результат по привлечению инвестиционных ресурсов на территории их дислокации. Остальные типы зон по объемам привлеченных инвестиций в большинстве случаев не достигли уровня произведенных затрат из средств федерального бюджета.

В настоящее время ОЭЗ промышленно-производственного типа нацелены на преодоление экспортно-сырьевой ориентации российской экономики на основе перехода к высокотехнологичному производству продукции с высокой степенью добавленной стоимости. Как показывает практика, ОЭЗ промышленно-производственного типа показали возможность создания благоприятного инвестиционного климата и условий для осуществления деятельности по разработке и производству конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Это можно объяснить целесообразной специализацией ОЭЗ промышленно-производственного типа в регионах их размещения, а также оптимальным составом льгот и преференций, стиму-

лирующих приток инвестиционных ресурсов, в том числе от ведущих мировых корпораций.

Создание в регионе особых экономических зон промышленно-производственного типа дает ощутимые позитивные результаты. Они заключаются в увеличении внешнеторговых операций региона, создании новых высокооплачиваемых рабочих мест, аккумуляции научно-интеллектуальных кадров. Характерной чертой особых экономических зон является их способность наряду с внешнеэкономической деятельностью значительно развивать и внутренний рынок. Приток иностранного капитала в регион увеличивает объемы производства и создает дополнительный источник пополнения бюджета, кроме того, существенно ускоряет модернизацию и техническое перевооружение промышленных объектов, повышает производительность труда. Таким образом, создание и функционирование особых экономических зон является важнейшим фактором качественных преобразований, способствующих инновационному развитию региона.

#### *Библиографический список*

1. Федеральный закон РФ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» № 116-ФЗ от 22.07.2005 г.
2. Абашкин В. Л. Использование особых экономических зон как инструмента кластеризации экономики региона // Региональная экономика: теория и практика. 2010. – № 33. – С. 15-20.
3. Борисов М. В. Обоснование необходимости формирования особых экономических зон с целью развития экономики // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2010. – № 9. – С. 23-26.
4. Золотов В. А. Особые экономические зоны. Мировая практика // Экономические науки. – 2009. – № 52. – С. 249-254.
5. Кунаков Д. А. Опыт функционирования особых экономических зон в России // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – № 6. – С. 31-42.
6. Серебрякова Е. Е. Особенности функционирования технико-внедренческих особых экономических зон как формы государственно-частного партнерства в инновационной сфере // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 40. – С. 31-36.
7. Филатов Ю. Н. Инвестиционная деятельность в условиях перехода к инновационному экономическому росту // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Спецвыпуск «Экономика и управление организациями и регионами». – 2006. – С. 81-86.

**Yu. N. Filatov\***

\*Filatov Yuri, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_evd@tolgas.ru

#### **THE IMPORTANCE OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN ENHANCEMENT OF INNOVATIVE PROCESSES AIMED AT REGIONAL DEVELOPMENT**

*Key words: special economic zones, strengthening of foreign economic activity, purposes of formation and types of special economic zones, innovative development of the region.*

*The article studies the economic problems associated with formation of special economic zones; they are regarded as an important factor of innovative development of the region. The article considers possibilities of using special economic zones in order to upgrade the production capacity by large-scale attraction of investment resources.*

УДК 640.4

**Н. Г. Старчикова\***

*\*Старчикова Наталья Глебовна, кандидат экономических наук, доцент  
Тольяттинский государственный университет, г. о. Тольятти  
ng.starchikova@gmail.com*

## ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

*Ключевые слова: гостиница, клиент, услуга.*

*Рассмотрено повышение конкурентоспособности услуг и привлечения клиентов, создание гостиничных цепей с высоким качеством обслуживания для улучшения работы гостиниц и получения максимальной прибыли.*

Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий является очевидной задачей на данном этапе развития. Последнее время в связи с постоянно возрастающей конкуренцией в гостиничном бизнесе и по гостиничным цепям необходимым является внедрение инновационных методов и технологий в деятельность гостиничного бизнеса, повышение качества обслуживания и услуг, более жесткие требования к квалификации обслуживающего персонала гостиницы.

Направления деятельности по повышению и улучшению конкурентоспособности гостиницы в основном делятся на два основных направления:

1. Технически организационное, которое предполагает улучшение качества материально-технической базы, оптимизацию организационной структуры предприятия и технологических процессов, управление ассортиментом предоставляемых услуг.

2. Гуманитарное, включающее повышение качества услуг и обслуживания гостей, создание корпоративной культуры и системы мотивации персонала, ориентацию на гостя.

С высокой степенью клиентоориентированности представленного вида бизнеса для победы в конкурентной борьбе гостиницам необходимо как можно скрупулезнее изучать потребности и нужды своих клиентов для максимально глубокого их удовлетворения и предвосхищения их требований и ожиданий. С этим обстоятельством в той или иной степени связаны все изменения, обращенные на повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий, это является одной из их окончательных целей [1].

Рассмотрим более подробно комплекс мероприятий, входящих в вышеуказанные направления. Улучшение качества материально-технической базы гостиницы или гостиничных цепей имеет большое значение для удержания ее конкурентных преимуществ. Во многом опирается на достижения научно-технического прогресса и

охватывает все подразделения гостиницы или гостиничной цепи, начиная от самого начала номерного фонда и в конечном итоге заканчивая оснащением предприятия специальными компьютерными программами управления гостиницей. Которые обеспечивают целесообразное использование и экономию материальных ресурсов, что показывает один из существенных факторов увеличения прибыльности гостиничного предприятия. Применение новых энергоресурсосберегающих технологий позволяет снижать численность персонала предприятия, который в основном и становится главной причиной чрезвычайных ситуаций. Современное обеспечение материально-техническими средствами гостиничного комплекса сочетает значительный уровень безопасности и комфорта гостиницы с оптимизацией и затрат. Введение в деятельность гостиниц и гостиничных цепей новых технических и технологических разработок ведущих фирм позволяет предприятию наиболее полно соответствовать ожиданиям самых притязательных гостей, помогая формировать положительный имидж и репутацию, которые, в свою очередь, способствуют установлению относительно прочной конкурентной позиции гостиницы на статично развивающемся рынке. В целом можно обозначить следующие перспективные направления повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия за счет улучшения материально-технической составляющей:

- Экономия затрат на обслуживание номерного фонда.
- Внедрение технических средств по энергo- и водосбережению.
- Переход на качественные оптовые закупки по современным каналам, непрерывного обеспечения и оптимизации хранения необходимых материалов и товаров.
- Оптимизация сроков проведения планового текущего ремонта и показатель экономии средств

в переоснащении номерного фонда, реконструкция, если это требуется, здания и ремонт коммуникаций, а также при проведении технического переоснащения.

Соответствующие показатели можно разработать по направлениям в финансовом и временном выражении за отчетный период. Эффективность будет выражаться в процентном отношении или сравнительных единицах. Слаженность и четкость работы гостиницы или гостиничной цепи как единого механизма во многом зависит от обоснованной и правильно составленной его организационной структуры, которая в конечном результате влияет на большинство показателей деятельности гостиничного комплекса. Качество и оперативность оказания услуг гостям опирается на отлаженный механизм их предоставления. При составлении организационной структуры гостиничного комплекса необходимо учитывать, что она должна отражать основные направления деятельности комплекса, обеспечивать функциональную целесообразность управленческих ступеней при условии их минимизации (сокращения), а также оптимизации численности персонала в гостинице. При этом нужно предусмотреть правильное распределение функциональных обязанностей между сотрудниками гостиничного комплекса, а также уделить особое внимание подбору квалифицированных кадров, который смог бы качественно выполнять свой должностные обязанности и предоставлять услуги гостям. Кроме того, организационная структура гостиничного комплекса должна обладать способностью быстро реагировать и своевременно адаптироваться к изменяющимся внешним условиям, что особенно актуально в современных рыночных условиях при вступлении России в ВТО. Каждое предприятие должно составлять организационную структуру с учетом минимизации издержек как на деятельность предприятия в целом, так и на аппарат управления в частности. Большинство гостиничных предприятий придерживается линейно-функциональной структуры управления, которая наиболее полно отвечает сути деятельности гостиничного комплекса.

Введение в деятельность гостиничных комплексов новых технологий привело к сокращению количества персонала индустрии гостиничного бизнеса, имеющего опыт работы, знания и навыки. Отразилось это и на технологических процессах функционирования гостиничных комплексов, сделав их не такими трудоемкими и более быстрыми, что позволило повысить в значительной степени качество оказываемых услуг. Наряду с факторами, обуславливающими повышение уровня требований к сотрудникам гостиниц, отмечается, что значительно усложняется процесс подбора персонала гостиниц, особенно для малых гостиниц, имеющих ограниченный штат и нуждающихся в специалистах широкого профи-

ля практических на всех уровнях, на всех должностях.

Отдельного внимания заслуживают новые технологии управления гостиничными комплексами, основанные на развитии информационных технологий и позволяющие произвести прямую интеграцию с локальными и международными каналами продаж (например, системы «Epitome PMS» и «HIS Core»). Наиболее распространенными гостиничными системами являются: Система управления гостиницей (PMS – Property Management System); Система управления рестораном (Point Of Sales); Система управления мероприятиями (Sales & Catering); Система телефонного сервиса (Telephone Management System); Система электронных ключей (Key System); Система мини-баров (Mini-bar System); Система обработки кредитных карт (Credit Card Authorization System); Система складского учета и калькуляции (Food & Beverage); Система финансово-бухгалтерского учета (Accounting System); Система интерактивного телевидения (Video Services System); Система энергосбережения (Energy Management System); Система центрального бронирования (Central Reservation System); Система Интернет-бронирования (Web Reservation System); Система кадрового учета (Human Resource System); Система безопасности (Security System) [2].

Также ведутся разработки и внедряются системы высокоскоростного доступа в Интернет и мобильной телефонии. Данные автоматизированные системы позволяют гостиницам оперативно предлагать клиентам постоянно расширяющийся набор инновационных услуг, направить усилия на более эффективное использование рабочих ресурсов, а также четко контролировать работу всех служб гостиничных комплексов. Это ведет к повышению лояльности гостей и помогает создать устойчивую клиентскую базу, что ведет к стопроцентной наполняемости гостиницы и снижению капитальных инвестиций и операционных расходов. Умение управлять ассортиментом услуг гостиничного комплекса также является одним из перспективных направленностей увеличения конкурентоспособности. Создание новых добавочных услуг в гостинице показывает прогрессивный характер ее развития. При этом практический опыт показывает, что процесс организации и введения нового продукта – это созидательный процесс, сопряженный с анализом значительного количества факторов и требующий определенных средств на его реализацию. Организация нового продукта реализуется через непрерывный процесс, то есть выпуск на рынок новейшего продукта не означает приостановления работ по созданию следующего продукта. Должен постоянно проводиться анализ рентабельности ассортимента услуг и конкретных продуктов и при необходимости приниматься решение

о выводе того или иного продукта из ассортимента. Но при выводе продукта из ассортимента гостиничный комплекс должен иметь ему замену, если он хочет удержать сегмент рынка по данной услуге. Гуманитарное направление повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий включает в себя повышение качества услуг и обслуживания, создание системы мотивации персонала и корпоративной культуры, ориентацию всего процесса оказания услуг и работы на гостя. Качественному оказанию услуг и обслуживания уделяется особое внимание во всех гостиничных предприятиях. Чтобы определить степень удовлетворенности гостей постоянно проводятся анкетирование, данные группируются, анализируются и на их основе делаются видоизменения, направленные на повышение качества оказанных услуг. Система управления качеством в гостинице должна включать:

- Эффективное управление на основе маркетинга гостиничного комплекса.
- Введение отраслевых стандартов качества услуг.
- Разработать и внедрить внутренние стандарты гостиничных цепей.
- Ввести норматив квалификационных требований к работникам.
- Применение эффективной мотивации персонала.

Мировой практический опыт разработки систем классификации гостиничных предприятий показывает, что число характеризующих качество параметров составляет несколько сот единиц. Наличие сформулированной политики гостиничного комплекса в области качества относится к обязательным требованиям международных стандартов ИСО серии 9000 и новой версии МС ИСО 9000:2000 [3]. Управление качеством услуг должно подразумевать восприятие качества как непрерывного процесса, направленного на удовлетворение потребностей гостей. Такой подход к качеству должен быть частью корпоративной культуры гостиничного предприятия.

Организация корпоративной культуры на гостиничном комплексе тесно связана как с процессом роста качества оказываемых гостиницей услуг и обслуживания, так и с мотивацией персонала. Увеличивая требования к работе персонала гостиничного предприятия, руководство гостиницы получает сотрудников, которые умеют и хотят трудиться по оказанию услуг гостям, что положительно сказывается на уровне качества и, в конечном итоге, на загрузке и прибыли предприятия. Ориентация на максимальное удовлетворение потребностей гостя является залогом успешного функционирования гостиничного предприятия.

#### *Библиографический список*

1. Кобяк М. В., Скобин С. С. Управление качеством в гостинице. – М. : Магистр, 2008.
2. Управление гостиничной собственностью. <http://www.hotei-reserve.ru/content.htm> (дата обращения 08.06.2012 г.).
3. Юридические аспекты взаимоотношений гостиниц с контрагентами // Туризм и гостиничный бизнес URL: <http://www.w-o-n.ru/text/3/2> (дата обращения: 04.06.2012 г.).

***N. G. Starchikova\****

*\*Starchikova Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of Togliatti State University, Togliatti  
ng.starchikova@gmail.com*

#### **PROSPECTIVE TRENDS AIMED AT RAISING COMPETITIVENESS IN HOTEL BUSINESS**

*Key words: hotel, client, service.*

*The article considers ways of raising competitiveness of services and attracting clients, as well as the establishment of the hotel chains with high quality services in order to improve the hotel performance and maximize profits.*

© Старчикова Н. Г., 2012

УДК 338.23

**Е. В. Евстафьева\***

*\*Евстафьева Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент*

*Выборгский филиал Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, г. Выборг*

*lena.evstafieva@gmail.com*

## **О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ**

*Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, потребительские услуги, региональный рынок услуг, потребительская оценка, проблемы развития сферы сервиса.*

*Представлены результаты исследования автора в части социальной ответственности предпринимательского сектора, функционирующего на наиболее значимом для потребителей рынке – рынке сервисных услуг.*

В последнее время достаточно актуальными вопросами муниципального, регионального и федерального уровней становятся различные аспекты социальной ответственности бизнеса. Однако терминологические аспекты категории «социальная ответственность бизнеса» до сих пор являются дискуссионными.

Анализируя различные печатные и электронные издания, представленные такими авторами, как А. Вольский, К. Зендриков, В. А. Головнев, А. Шаповалов, А. Котлубинский, М. Вдовин, М. Либоракина и др., мы пришли к выводу, что к настоящему времени однозначной трактовки этого термина не существует. При этом под ответственностью понимаются абсолютно полярные направления: от благотворительности до увеличения поборов с субъектов предпринимательской деятельности. Создается ощущение, что представители органов власти, профсоюзы, потребители и другие группы получили возможность оживленно обсуждать новую, возникшую в российском обществе проблему социальной ответственности бизнеса, право требовать от бизнеса большей ответственности, при этом не конкретизируя спектр своих требований. С другой стороны, российский бизнес не спешит стать социально ответственным. Это в первую очередь касается представителей малого и среднего предпринимательства. В лучшем случае бизнес «откупается» пожертвованиями в пользу административных мероприятий, причем на муниципальном уровне – в добровольно-принудительном порядке.

Оценивая различные точки зрения на социальную ответственность бизнеса, мы считаем, что ответственность должна рассматриваться как единая система взаимоотношений, состоящая из трех аспектов [1, с. 114]:

1. Социальная ответственность между бизнесом и обществом.
2. Социальная ответственность между правительством и бизнесом.
3. Социальная ответственность в бизнесе между партнерами.

Учитывая, что в первую очередь ответственность бизнеса возникает на местном (муниципальном) уровне [3, с. 216], соответственно, рассмотрим некоторые аспекты социальной ответственности предпринимательского сектора, функционирующего на наиболее значимом для местного населения рынке – рынке потребительских услуг.

Развитие рынка потребительских услуг обуславливает уровень удовлетворения материальных и духовных нужд различных слоев населения. Потребительский рынок формируется в первую очередь на местном уровне, соответственно, эффективное функционирование данного рынка обеспечивает удовлетворение потребностей местного населения. При этом любой рынок всегда предусматривает взаимодействие производителей и потребителей услуг [3, с. 231].

И в данном случае социальная ответственность может быть тождественна основным задачам функционирования потребительского рынка. В частности:

- создание оптимальных условий для удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги;
- обеспечение качества и безопасности предоставления потребительских услуг.

Опираясь на важную роль потребительского рынка и его влияние на развитие экономики муниципального образования, мы провели оценку социальной ответственности местного бизнес-сообщества, функционирующего на рынке потребительских услуг малого города (на примере города Выборга Выборгского района Ленинградской области). Оценка осуществлялась на основе социологического исследования «Потребительская оценка услуг торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения муниципального образования «Выборгское городское поселение», целью которого являлось формирование качественной и количественной агрегированной картины состояния приоритетных для муниципального образования сфер сервиса – тор-



говли, общественного питания, бытового обслуживания населения и сферы ЖКХ. Кроме того, анализ эмпирических данных, полученных в ходе анкетного опроса, позволил выявить позицию жителей города Выборга – потребителей анализируемых услуг – по таким существенным вопросам социальной ответственности бизнеса, как наиболее значимые для потребителей сервисные услуги, уровень и качество обслуживания потребителей, проблемы формирования социальной ответственности бизнеса на рынке потребительских услуг в муниципальном образовании.

В процессе работы применялся такой метод социологического исследования, как опрос на основе анкетирования респондентов. В качестве респондентов выступали руководители предприятий, владельцы собственного бизнеса, специалисты с высшим образованием, служащие без высшего образования, квалифицированные рабочие, военнослужащие, студенты, пенсионеры, домохозяйки и безработные, общей численностью 305 чел. [2, с. 12]. Достаточно широкая категория респондентов обусловлена тем, что потребителями сервисных услуг являются практически все представленные категории. Их мнения и оценки представляют не только и не столько личное мнение, но, в существенной мере, мнение групповое, консолидированное.

Результаты исследования характеризуют, что в целом созданы оптимальные условия для удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги.

Бытовые услуги представлены достаточно широким перечнем. В частности, ремонт, пошив одежды и обуви, ремонт и изготовление мебели, услуги химчистки, прачечных, бань, проката, фотовидеоуслуги, ремонт бытовой техники, аудиовидеоаппаратуры, парикмахерские, ремонт и строительство помещений. Однако часть услуг из приведенного перечня практически не востребованы населением г. Выборга по причинам более высоких запросов населения в сравнении с тем, что субъекты предпринимательской деятельности могут предложить [2, с. 18].

Среди услуг бытового обслуживания населения наиболее востребованы парикмахерские услуги – 63% респондентов пользуются данными услугами. 52% респондентов пользуются фотовидеоуслугами. Услугами ремонта и пошива обуви пользуются 46% опрошенных. Также среди бытовых услуг, оказываемых населению г. Выборга, востребованными являются услуги по ремонту бытовой техники, аудиовидеоаппаратуры и ремонту, пошиву одежды: спрос на данные услуги присутствует у 28% респондентов. Услугами химчистки пользуются лишь 19% опрошенных [2, с. 20].

В целом мнения респондентов характеризуют незначительную востребованность таких услуг, как услуги бань, ремонт и изготовление мебели, ремонт и строительство помещений, услуги

проката. При этом следует отметить, что в процессе проведения опроса выяснился достаточно высокий спрос потребителей на услуги по ремонту и строительству помещений, но предоставляемые в частном порядке.

Среди бытовых услуг населению менее востребованы в г. Выборге услуги прачечных – лишь 2% респондентов указали на то, что они пользуются подобными услугами [2, с. 20].

Большое количество предприятий торговли и общественного питания, функционирующих на территории города, также характеризуют наличие оптимальных условий для удовлетворения потребительского спроса на товары и услуги не только первой необходимости, но и в целом на любые блага, востребованные местным населением, которые разрешены российским законодательством.

Независимо от того, что г. Выборг относится к категории малого города, на его территории функционирует большое количество супермаркетов, гипермаркетов, а также магазинов шаговой доступности, продуктовых рынков. При этом некоторые супермаркеты пользуются меньшим спросом, нежели магазины шаговой доступности, хотя возможностей использовать конкурентные преимущества у супермаркетов больше. К супермаркетам, товарами которых население города не заинтересовано, относятся «Полушка» и «Находка».

Помимо бытовых услуг населению, торговли и общественного питания, достаточно значимой сферой, оказывающей важный для жизнедеятельности граждан спектр услуг, является сфера жилищно-коммунальных услуг. Особенностью данной сферы является монополизация местного рынка крупными компаниями, что характерно для большинства муниципальных образований.

Таким образом, в части создания оптимальных условий для удовлетворения спроса населения на территории малого города исключение составляет сфера ЖКХ, которая представлена двумя управляющими компаниями и несколькими ТСЖ.

Одним из значимых критериев, характеризующих социальную ответственность бизнеса на рынке потребительских услуг, является обеспечение качества товаров и услуг.

В целом пообъектный анализ функционирования субъектов предпринимательской деятельности характеризует значительные проблемы в части указанного критерия, где основной проблемой выступает несоответствие качества и цены. При этом оптимальное формирование цены – это также элемент социальной ответственности бизнеса перед потребителем. Оценивая систему ценообразования на рынке потребительских услуг, как на уровне малых городов, так и в целом по стране, получаем ощущение, что бизнес-сообщество не знакомо с одним из основных законов рыночной экономики – законом спроса и предложения.

По мнению жителей г. Выборга, приоритетами в выборе товаров и услуг в сфере сервиса являются качество (38% опрошенных отдали пред-

почтение данному критерию) и цена (31% респондентов отметили указанный критерий) [2, с. 54].

Оценивая качество приобретаемой продукции, 39% респондентов отмечали приобретение некачественных продовольственных товаров, 13% опрошенных приобретали некачественную обувь, 12% – приобретали некачественную бытовую радиоэлектронную аппаратуру [2, с. 61].

Также респондентами всех возрастных категорий отмечалось, что многие предприятия общественного питания предоставляют некачественные услуги, которые проявляются в низком качестве обслуживания и приготовления блюд, недостаточном ассортименте, несоблюдении санитарных норм.

Качество жилищно-коммунальных услуг большинством опрошенных жителей г. Выборга различных возрастных групп оценивается крайне отрицательно. Наиболее категоричны в своих оценках респонденты 30-40 лет. При этом 52% опрошенных отметили, что рост тарифов на услуги ЖКХ не влияет на качество услуг [2, с. 114].

Ситуация усугубляется тем, что реальные затраты на услуги ЖКХ до сих пор «закрыты» от потребителей, что влечет за собой непонимание со стороны населения направлений расходования средств от оплаты услуг, почему снижается качество услуг ЖКХ и ухудшается общее состояние коммунальной инфраструктуры.

Население лишено элементарных «рыночных прав» – не может контролировать качество предоставляемых услуг, торговаться по цене и даже отказаться от их потребления, объем которого остается неизвестным и, возможно, неизменным. Более того, непонятно, что именно является приобретаемым продуктом: ресурсы, по которым рас-

считываются нормативы потребления (Гкал, литры, кВтч), или параметры комфорта, на основе которых оценивается качество работы предприятий ЖКХ (температура, влажность в помещении, работа водоразборных приборов, освещенность и чистота улиц и т. п.).

Таким образом, социальная ответственность субъектов предпринимательской деятельности в рамках критерия «качество» практически отсутствует. Потребители отмечают достаточно низкий качественный уровень как в сфере торговли, так и в общественном питании, в области оказания медицинских услуг, в части бытовых услуг, услуг ЖКХ.

По мнению респондентов всех возрастных категорий, средний балл качества и уровня обслуживания на всех предприятиях сферы сервиса г. Выборга (по 5-балльной шкале оценки) составляет 3 балла [2, с. 142].

В целом, оценивая некоторые аспекты социальной ответственности бизнеса на муниципальном рынке потребительских услуг, можно отметить, что указанный параметр цивилизованного бизнеса пока практически отсутствует на уровне муниципальных образований.

Важно отметить, что значительный объем различных видов ресурсов, обращающихся в сфере потребительского рынка, делает его уязвимым звеном в системе хозяйствования, потенциальным источником социального напряжения. При этом следует не забывать, что социальная ответственность бизнеса возможна только в том случае, если есть социальная ответственность государства и социальная ответственность общества, требующие значительного повышения.

#### Библиографический список

1. Евстафьева Е. В. Комплексный подход к разработке системы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне : монография / Е. В. Евстафьева, Т. В. Ивентичева, Н. В. Исаев. – СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2009. – 287 с.
2. Евстафьева Е. В. Оценка состояния рынка потребительских услуг малого города (по результатам социологических исследований) : монография / Е. В. Евстафьева, Т. В. Ивентичева, П. В. Пастушенко. – СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – 163 с.
3. Факторы устойчивого развития регионов России : монография / О. А. Белоусов, Е. Е. Бичева, Е. В. Евстафьева и др. / под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : Изд-во «СИБПРИНТ», 2011. – 313 с.

**E. V. Evstafieva\***

*\*Evstafieva Elena, PhD in Economics, Associate Professor of Vyborg branch of St. Petersburg State University of Service and Economy, Vyborg  
lena.evstafieva@gmail.com*

#### CERTAIN ASPECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS ON THE MUNICIPAL MARKET OF CONSUMER SERVICES

*Key words: social responsibility of business, consumer services, regional market of services, consumer evaluation, problems of service sphere.*

*The article features the results of the author's study of social responsibility of business sector, acting in the most significant market for the consumer, i.e. the service market.*

© Евстафьева Е. В., 2012

УДК 657; 379.85

**С. К. Егорова\****\*Егорова Стэлла Курбановна, доктор экономических наук, профессор**Московский институт государственного и корпоративного управления, г. Москва**kafedra.bufk@yandex.ru*

## ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

*Ключевые слова: туристские услуги, туристская деятельность, управленческий учет затрат, калькуляция туристских услуг.*

*Рассмотрены проблемы управленческого учета затрат на оказание туристских услуг и факторы, влияющие на этот процесс.*

Деятельность организации по предоставлению туристских услуг имеет многоплановый характер. Одни организации туристского бизнеса формируют стоимость собственного туристического продукта и продают их. При этом в целях осуществления собственной деятельности туристская фирма приобретает у различных организаций гарантии (права) на получение различных услуг (гостиниц, средств транспорта, объектов общественного питания, средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного и иного назначения). От стоимости приобретенных гарантий (прав) зависит стоимость туристского продукта.

Другие хозяйствующие субъекты осуществляют собственную деятельность по реализации туристских услуг путем приобретения готового турпродукта у другой туристской фирмы для дальнейшей ее перепродажи.

Кроме того, существует третий тип организаций, деятельность которых осуществляется на договорных условиях по реализации путевок туристам или другим туристским организациям за определенное вознаграждение. Такая деятельность, оформленная договором комиссии, поручения, агентскими соглашениями, рассматривается как посредническая. Организация, занимающаяся посреднической деятельностью, не приобретает в собственность ни гарантий (прав) на получение услуг, ни путевок. В соответствии с этим в качестве предмета управленческого учета затрат выступают отдельные организации, оказывающие туристские услуги, которые действуют в соответствии с утвержденным уставом и являются юридическими лицами.

Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции Федерального закона от 05.02.2007 г. № 12-ФЗ) установлены виды туристской деятельности, которые могут осуществлять хозяйствующие субъекты на рынке туристских услуг: туроператорская, заключающаяся в формировании, продвижении и реализации турпродукта, и турагентская, заключающаяся в продвижении и реализации турпродукта,

а также иная деятельность по организации путешествий [1].

Как следует из определения, различие между этими видами деятельности состоит в том, что туроператор формирует и реализует собственный турпродукт, в то время как турагент лишь занимается продвижением и реализацией чужого продукта. Туроператор производит новый продукт, т. е. создает из отдельных услуг продукт, который не существовал. Турагент, напротив, не создает новый продукт, а продает уже существующий, созданный до этого туроператором.

Туристский продукт – право на тур как комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия; является объектом купли-продажи и подлежит продаже либо туристу, либо другой туристской организации. Туристский продукт может формироваться туристской организацией либо из услуг, права на которые приобретаются у сторонних организаций, либо из услуг, оказываемых собственными силами.

Продвижение и продажа туристского продукта туристу может осуществляться туристской организацией самостоятельно (через собственные точки реализации – собственные турагентства, как выделенные, так и не выделенные на отдельный баланс), а также на основе договоров со сторонними организациями. Указанная специфика деятельности находит отражение в управленческом учете затрат турагентства и туроператора и определяет систему факторов, влияющих на его организацию.

Учет затрат – это соотнесение затрат с объектами учета затрат (то есть с любыми объектами, стоимость которых желательно знать). Затраты могут быть соотнесены с объектами затрат напрямую или через процедуру распределения затрат. Независимо от того, какая именно методика и приближенные значения использовались для определения затрат, все затраты должны быть возмещены в долгосрочной перспективе, иначе предприятие не сможет функционировать. В краткосрочной перспективе предприятие может выдер-

жать определенный период, в течение которого затраты не будут возмещены в полном объеме, но это приведет к возникновению убытков.

При осуществлении турагентской деятельности туристская организация выступает как организация, занятая торговой, сбытовой или посреднической деятельностью. Поэтому организация учета затрат турагентской деятельности может осуществляться в соответствии с методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов в организациях торговли и общественного питания.

Фирмам-туроператорам при ведении учета затрат можно использовать методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью. Если туристское предприятие наряду с туроператорской осуществляет турагентскую деятельность, то в бухгалтерском учете следует обеспечить раздельный учет по осуществляемым видам деятельности и применять в учете оба документа. Следует отметить, что оба указанных документа безнадежно устарели и требуют пересмотра в соответствии с новыми тенденциями развития туристской индустрии и совершенствованием системы учета, отчетности и контроля в соответствии с международными принципами их организации.

Рассмотрим факторы влияния на систему управленческого учета затрат при оказании туристских услуг, а именно на выбор объекта учета затрат, мест возникновения затрат, способов калькулирования себестоимости оказываемых услуг и методов контроля за их уровнем.

Объект затрат – это единица продукции или услуга, в отношении которой вы хотите получить информацию о затратах.

Итак, исходя из особенностей туристской деятельности турфирмам объектами управленческого учета затрат будут:

- туроператорская;
- турагентская, осуществляемая на основании договора поручения или комиссии, агентского договора;
- туроператорская и турагентская, осуществляемые турфирмой одновременно, на основании договоров, заключенных с другими туроператорами, а также непосредственно с поставщиками услуг.

Далее информация должна дифференцироваться в разрезе основных видов туристских услуг, оказываемых потребителям:

- услуги по организации внутреннего туризма;
- услуги по организации выездного туризма;
- услуги по организации въездного туризма;
- турагентские услуги;

- отдельные услуги туроператора и турагента (услуги по организации проживания, питания, перевозкам и т. п.);

- услуги по организации самостоятельного туризма (информационные, консультационные, посреднические услуги и т. п.);

- экскурсионные услуги.

Наиболее удобным и часто используемым способом организации раздельного учета является введение системы субсчетов, прежде всего по счетам затрат.

В действующей практике и методологии бухгалтерского управленческого учета принято использовать для учета расходов по оказанию туристских услуг счета, предназначенные для учета производственно-хозяйственной деятельности, т. е. материального производства.

Однако услуги – это самостоятельная сфера деятельности. Ее развитие напрямую влияет на качество жизни человека. Туристские услуги – это личные услуги, т. е. направление на удовлетворение потребностей туриста в организации и осуществлении тура. По своей природе это нематериальная услуга, так как она направлена на удовлетворение духовных, социальных и физических потребностей человека как личности.

Поэтому давно назрела необходимость разработки методологии учета, аудита и анализа услуг как самостоятельного вида экономической деятельности. Назрела необходимость внесения изменений в План счетов бухгалтерского учета с выделением отдельного синтетического счета «Услуги», на котором собиралась бы информация о доходах, расходах и финансовых результатах по оказанию услуг. На наш взгляд, необходима разработка отдельных стандартов по учету и аудиту для сферы услуг.

Концептуальная схема стандарта по учету услуг предлагается следующая [5].

Цель стандарта – установить порядок учетного отражения доходов и расходов, связанных с деятельностью по оказанию услуг, и представления в отчетах финансовой информации о результатах деятельности их, с тем чтобы помочь пользователям финансовой информации:

- а) лучше понять показатели работы субъектов предпринимательства в сфере услуг;
- б) лучше оценить риски и прибыли этих предприятий;
- в) принимать более обоснованные решения относительно управления предприятием.

Сфера применения – стандарт должен применяться для учета доходов и расходов и отражения их в финансовой отчетности организаций, оказывающих услуги населению, являющихся юридическими лицами.

Определения, используемые в стандарте:

Субъекты предпринимательства в сфере услуг – юридические лица, оказывающие разнообразные услуги населению как потребителю услуг.

Доходы – выручка, поступившая от продажи услуг, и прочие поступления, признанные в установленном порядке.

Расходы – затраты, связанные выполнением работ и оказанием услуг, и прочие расходы, признанные в установленном порядке.

Выручка – это валовое поступление экономических выгод в течение отчетного периода в форме поступления или увеличения активов или уменьшения обязательств, которые привели к увеличению капитала, не связанному с вкладами акционеров.

Признание выручки – момент передачи прав собственности:

а) при продаже товаров – передача юридических прав собственности или передача владения покупателю;

б) при предоставлении услуг – по стадии завершенности сделки;

в) от прочих видов деятельности – когда установлено право на получение экономических выгод.

Содержательная часть.

Деятельность по договорам купли-продажи.

Деятельность по договорам возмездного оказания услуг.

Деятельность по договорам бытового подряда.

Доход по договорам.

Затраты по договорам.

Признание доходов и расходов по договорам.

Признание ожидаемых убытков.

Изменения в оценках.

Раскрытие информации.

Предприятие должно показывать:

- учетную политику, принятую для признания доходов по договору в течение периода; общую сумму понесенных затрат и признанных прибылей на отчетную дату; методы, используемые для определения стадии завершенности сделок, связанных с оказанием услуг; сумму каждой значительной статьи выручки, признанной в течение периода, в т. ч. от продажи товаров, оказания услуг, всевозможные прочие доходы и расходы.

Приложение к стандарту показывает применение стандарта по отдельным коммерческим операциям, проясняя их содержание в различных аспектах деятельности субъектов предпринимательства в сфере услуг.

Разработка и применение стандарта для предприятий сферы услуг позволит обеспечить методологическое единство в построении системы информационного обеспечения управления, а также является важнейшей предпосылкой типизации работ по моделированию учетных процедур при создании экономических информационных систем, комплексов автоматизированной обработки учетных данных.

Себестоимость туристского продукта представляет собой стоимостную оценку затрат, ис-

пользуемых в процессе формирования, продвижения и продажи туристского продукта.

Затраты туристской организации по отношению к процессу формирования турпродукта подразделяются на основные, т. е. непосредственно связанные с формированием туристского продукта, и накладные, к которым относятся расходы, связанные с продвижением и продажей туристского продукта. В зависимости от способа включения производственных затрат в себестоимость туристского продукта они подразделяются на прямые и косвенные. Под прямыми понимаются затраты, которые можно прямо и непосредственно включать в себестоимость соответствующего объекта калькулирования. Под косвенными понимаются связанные с организацией и управлением производством туристского продукта затраты, которые относятся к деятельности туристской организации в целом и включаются в себестоимость соответствующего объекта учета затрат и калькулирования с помощью специальных методов [3].

К основным затратам, включаемым в себестоимость туристского продукта, рекомендуется отнести следующие расходы:

- затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве туристского продукта, в т. ч.:

- по размещению и проживанию – у организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги;

- по транспортному обслуживанию (перевозке) – у организаций-перевозчиков и иных организаций, оказывающих такие услуги, в частности у организаторов чартерных программ, а также у обладателей прав на такие услуги;

- по питанию – у организаций общественного питания и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги;

- по экскурсионному обслуживанию – у экскурсионных бюро и иных организаций, оказывающих такие услуги, в частности у организаторов круизов, сафари, горюхосхождений и т. п., а также у обладателей прав на такие услуги;

- по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний – у медицинских учреждений и организаций, санаториев;

- профилакториев и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги;

- по визовому обслуживанию (а также иные затраты, связанные с оформлением турпоездки);

- услуги культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера – у организаций культуры, спорта и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги;

- по страхованию туристов в период турпоездки, в том числе страхованию туристов от несчастных случаев и медицинскому страхованию в период турпоездки;

- услуги гидов-переводчиков и сопровождающих;

- иные услуги, используемые при производстве туристского продукта;

- затраты, связанные с деятельностью производственного персонала, в т. ч.

- затраты на оплату труда производственного персонала;

- отчисления на социальные нужды;

- затраты, связанные со служебными разъездами производственного персонала в пределах пункта нахождения туристской организации или ее структурного подразделения, включая затраты по использованию в служебных целях личного автотранспорта;

- затраты подразделений туристской организации, участвующих в производстве туристского продукта, к таким подразделениям относятся гостиницы, дома отдыха, мотели, кемпинги, спортивные сооружения, специальный туристский транспорт и т. п.

К накладным расходам относятся затраты, связанные с организацией производства туристского продукта, и расходы на продажу:

- затраты, связанные с организацией производства туристского продукта;

- амортизационные отчисления на полное восстановление основных средств по нормам;

- амортизация нематериальных активов;

- амортизация малоценных предметов, специальных инструментов и приспособлений;

- затраты некапитального характера, связанные с совершенствованием технологии и организации производства;

- затраты, связанные с освоением новых туров, включая стажировку по иностранному языку работников организации, занимающейся туристской деятельностью в странах, в которых она организует туры на основании налаженного делового сотрудничества и контактов, а также в странах, граждане которых принимаются туристской организацией в качестве туристов;

- оплата услуг связи, в том числе телефонной, местной, телетайпной, диспетчерской, факсимильной, пейджинговой, мобильной, телеграфной, почтовой и др., также затраты на содержание и эксплуатацию средств связи, в том числе затраты на ремонт и техническое обслуживание;

- затраты на приобретение, специальных бланков и документов (билетов, бланков турпутевок, ваучеров, бланков учета и отчетности), прейскурантов, памяток и т. п., канцелярских принадлежностей, периодических изданий и соответствующей литературы, необходимых для целей производства и управления, а также на оплату типографских и переплетных работ;

- оплата услуг банков по обслуживанию счетов туристской организации, электронных расчетов посредством пластиковых карт (кредитных и дебетовых), по операциям, связанным с обращением денежных документов, по торгово-комиссионным и аналогичным операциям, а также платежи по процентам за кредиты банков;

- затраты, связанные с оплатой процентов за кредиты поставщиков на приобретение товарно-материальных ценностей, проведение работ и оказание услуг;

- затраты на оплату информационных, аудиторских, а также консультативных услуг, в том числе по юридическим вопросам, связанным с осуществлением деятельности туристской организации, вопросам бухгалтерского учета, налогообложения, управления коммерческой деятельностью;

- затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров;

- затраты на организованный набор работников, в том числе затраты, связанные с оплатой услуг сторонних организаций по подбору кадров;

- расходы по содержанию и эксплуатации помещений, бесплатно предоставляемых организациям общественного питания (как состоящих, так и не состоящих на балансе туристской организации), обслуживающим работников этой организации;

- затраты на охрану труда и технику безопасности, платежи по обязательному страхованию;

- представительские расходы, связанные с производственной деятельностью туристской организации по приему (в том числе вне места нахождения данной организации) и обслуживанию представителей других организаций, включая иностранных, прибывших на переговоры с целью установления и поддержания взаимовыгодного сотрудничества, а также участников, прибывших на заседания совета (правления) туристской организации и ее ревизионной комиссии;

- налоги, сборы, платежи и другие обязательные отчисления, которые в соответствии с порядком, установленным законодательством, подлежат отнесению на себестоимость;

- прочие затраты, связанные с технологическими потерями, возникающими из-за неостребованности туристами части услуг, права на которые приобретаются партиями, блоками и иными неразделяемыми комплексами для целей производства туристского продукта; по фрахтованию всей или части вместимости транспортного средства (чартер) у перевозчика или иного организатора чартерных программ; по приобретению блока мест в транспортном средстве (блок-чартер), выполняющем чартерный или регулярный рейс; по размещению и проживанию и др.;

- расходы на продажу – эти расходы связаны с продвижением и продажей туристского продукта. К ним относятся затраты, связанные с дея-

тельностью точек реализации (турагентств) в качестве подразделений туристской организации, как выделенных на отдельный баланс, так и необособленных. В состав данных расходов входят:

- затраты на комиссионные, агентские и иные вознаграждения сторонним организациям (турагентствам), оказывающим туристской организации коммерческие услуги;

- затраты на оплату труда работников туристской организации, непосредственно занимающихся продвижением туристского продукта, а также отчисления на социальные нужды;

- затраты на рекламу – целенаправленное информационное воздействие на потребителя для продвижения туристских продуктов на рынке сбыта.

Калькуляция затрат представляет собой накопление и отнесение затрат на объекты учета затрат. Объектом затрат может быть любая часть предприятия, в отношении которой вы хотите знать затраты (например, продукция, отделы, процессы).

Затраты требуется знать по многим причинам, начиная от ценообразования и заканчивая измерением прибыли. Однако основная задача этого процесса – способствовать измерению прогресса продвижения предприятия к поставленным целям.

Как правило, калькуляция затрат требует обоснованных предположений, приближенных оценок и распределений затрат по временным периодам, поскольку она имеет дело с будущими событиями.

Самым распространенным сравнительным контрольным критерием для фактических затрат являются плановые затраты; разница между двумя значениями известна как отклонение. Отклонения могут быть благоприятными (фактические затраты меньше плановых показателей) или неблагоприятными (фактические затраты больше

плановых показателей). Если имеются данные о среднеотраслевых показателях или о показателях конкурентов и т. п., их также можно использовать как контрольные, сравнительные показатели.

Существует только два типа систем калькуляции себестоимости:

- Обобщение затрат по заказам или продуктам.

- Обобщение затрат по процессам или услугам.

Основное различие между двумя системами заключается в степени определяемости затрат для каждой единицы продукции.

Системы калькуляции себестоимости позволяют связать стоимость ресурса с объектом затрат. Это полезно по многим причинам, в том числе для измерения эффективности, установления цен на продукцию и услуги, контроля и т. д.

В учебной и научной литературе при рассмотрении выбора системы калькулирования себестоимости услуг, в т. ч. и туристских услуг, предлагается позаказная калькуляция. Однако трудоемкость сбора информации, ее обобщения и составления калькуляции по каждому заказу, т. е. договору, не оправдывается ее дальнейшим использованием для принятия управленческих решений и развития бизнеса. На наш взгляд, можно ограничиться обобщением затрат по видам предоставляемых услуг, т. е. применить модифицированную форму позаказно-группового учета затрат и калькулирования себестоимости услуг. Сущность этого метода состоит в том, что планирование и учет затрат осуществляются по видам услуг или группе однородных услуг. При определении степени детализации в учете затрат по видам услуг следует исходить из конкретных условий туристской деятельности организации. Здесь могут иметь значение следующие факторы: географическое направление, сезонность, поставщик комплекса прав на услуги сторонних организаций – туроператор по приему и т. п.

#### *Библиографический список*

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм : сб. норматив. док. / сост. Ю. Ф. Волков. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Ростов н/Д : Феникс 2010. – 724 с.
2. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие. – М. : Магистр: ИНФРА-М, 2010.
3. Егорова С. К., Денисова К. Я. Основы бухгалтерского учета и аудита в сфере сервиса : учеб. пособие / под ред. проф. С. К. Егоровой. – М. : Юристъ, 2000.
4. Егорова С. К. Проблемы информационного обеспечения управления в сфере сервиса : в монографии «Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление» / под ред. проф. Л. И. Ерохиной. – М. : Форум, 2010.
5. Егорова С. К. Информационное обеспечение управления в сфере сервиса : монография. – М. : Юристъ, 2000.
6. Каурова О. В., Малолетко А. Н. Бухгалтерский учет предприятия туристской индустрии : учебник. – М. : КноРус, 2009.

**S. K. Egorova\***

*\*Egorova Stella, Doctor of Economic sciences, Professor of  
Moscow Institute of State and Corporate Management, Moscow  
kafedra.bufk@yandex.ru*

#### **ORGANIZATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF TOURISM SERVICES**

*Key words: tourism services, tourist activities, management accounting of costs, calculation of tourism services.*

*The article studies the problems of management accounting of costs for providing tourism services, and factors influencing this process.*

---

© Егорова С. К., 2012



УДК 338.465.2

**В. А. Филатова\****\*Филатова Вера Александровна, ассистент**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

olunja07@rambler.ru

## КОМПЛЕКСНАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ БИЗНЕС-ДИАГНОСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова:* бизнес-диагностика, экспресс-диагностика, кризис, финансовое состояние, стратегическая позиция.

*Одним из эффективных подходов к исследованию причин потенциально возможного кризиса в рамках стратегического антикризисного управления является комплексная антикризисная бизнес-диагностика предприятий сферы услуг, которая позволяет оценить симптомы и диагностировать проявление кризиса задолго до появления его явных признаков.*

В современных экономических условиях деятельность предприятия сферы услуг является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования, поэтому руководство и финансовые менеджеры для выработки взвешенных управленческих решений должны обладать широким спектром достоверной и своевременной информации о финансово-экономическом состоянии предприятия.

По нашему мнению, одним из эффективных подходов к исследованию внешних и внутренних факторов, а также причин потенциально возможного кризиса в рамках стратегического антикризисного управления является комплексная антикризисная бизнес-диагностика, которая позволяет оценить симптомы и диагностировать проявление кризиса задолго до появления его явных

признаков. Основная задача проведения комплексной антикризисной бизнес-диагностики – постоянный мониторинг изменения состояния финансово-хозяйственной деятельности предприятия сферы услуг, анализ причинно-следственных связей, диагностика тенденций и закономерностей посредством реализации комплекса исследовательских процедур, выявления слабых звеньев и «узких мест» [2, с. 101]. Итоговым результатом является оценка реального финансового положения предприятия, его конкурентоспособности и стратегической позиции на рынке.

Необходимо отметить, что антикризисной бизнес-диагностике предшествует стратегический анализ, который изначально призван отслеживать изменения, происходящие как во внешней, так и внутренней среде (рис. 1).



**Рис. 1.** Внешний и внутренний анализ в системе стратегического антикризисного управления

В своем исследовании мы придерживаемся позиции, что процесс комплексной антикризисной бизнес-диагностики следует подразделить на три основных блока: анализ состояния и развития от-

расли; экспресс-диагностика состояния предприятия сферы услуг; экспертная диагностика предприятия (рис. 2).



Рис. 2. Основные этапы проведения комплексной антикризисной бизнес-диагностики

Первым блоком является анализ состояния и развития отрасли, который включает в себя оценку всех значимых элементов внешней среды. Его целью является поиск возможностей, потенциальных угроз, тенденций, стратегических неопределенностей и стратегических альтернатив. Внешний анализ состоит из трех этапов: анализа рынка, конкурентов и внешних факторов. Стратегическая неопределенность, вызванная любой компонентом внешней среды, может привести к появлению кризисных ситуаций. В этой связи анализ внешних факторов позволяет обнаружить и изучить возможности и угрозы, создаваемые внешними силами, такими как политические, экономические, технологические и отраслевые факторы.

Анализ рынка проводится для адаптации стратегии антикризисного управления к новым возможностям и угрозам и включает в себя оценку его объема, перспектив роста, прибыльности, структуры издержек, каналов распределения, тенденций и ключевых факторов успеха. Анализ конкуренции предполагает постоянный контроль со стороны руководства предприятия за действиями конкурентов.

Важным этапом комплексной антикризисной бизнес-диагностики является экспресс-диагностика предприятия сферы услуг, которая включает анализ результатов деятельности и оценку финансово-экономического состояния. Основной ее целью является раннее обнаружение признаков кризисного развития и предварительная оценка его масштабов, осуществляется на основе дан-

ных управленческого и финансового учета. Анализ результатов деятельности базируется на оценке показателей эффективности прошлых антикризисных стратегий, индикаторами конкурентоспособности и жизнеспособности предприятия выступают прибыльность и объем продаж.

В современных экономических условиях все аспекты деятельности предприятий сферы услуг могут генерировать угрозу возникновения кризиса. В этой связи постоянное наблюдение за симптомами, свидетельствующими о потенциально возможном кризисе, должно строиться на оценке финансово-экономического состояния предприятия. В табл. 1 представлена система контрольных показателей, позволяющих определить ранние признаки и угрозы возникновения кризисной ситуации [2, с. 107].

Таким образом, экспресс-диагностика позволяет осуществлять сравнение фактических показателей с плановыми, выявлять размеры отклонений в динамике, характеризуя нарастание кризисных явлений, генерирующих угрозу возникновения кризиса.

Последним этапом комплексной антикризисной бизнес-диагностики является экспертная диагностика предприятия, цель которой состоит в изучении внутренней среды предприятия, выявлении возможных резервов и стратегических проблем, своевременном обнаружении сильных и слабых сторон, возможностей и опасностей принятия управленческих решений в системе стратегического антикризисного управления. На

наш взгляд, основными этапами внутреннего анализа предприятия сферы услуг должны быть:

- интегральный анализ конкурентоспособности предприятия;

- проведение SPACE-анализа, предполагающего исследование стратегической позиции предприятия;

- проведение SWOT-анализа, позволяющего определить слабые и сильные стороны, а также возможности и угрозы.

Таблица 1

**Система контрольных показателей в распознавании ранних признаков наступления кризиса**

Система показателей	Признаки кризиса
Собственный оборотный капитал	Отсутствие собственного оборотного капитала свидетельствует о финансовой неустойчивости, недостаточности средств для покрытия оборотных активов
Заемный капитал, превышающий собственный капитал	Свидетельствует о большой зависимости предприятия от внешних источников
Чистые активы организации	Если чистые активы меньше минимально установленной законом величины уставного капитала, организация может подлежать ликвидации
Рост дебиторской задолженности и особенно сомнительной	Свидетельствует об иммобилизации денежных средств из оборота, отрицательно влияет на платежеспособность организации
Рост краткосрочных обязательств организации	Если обязательства превышают сумму 100 тыс. руб. и не погашены по истечении трех месяцев, есть основания возбудить дело о банкротстве (несостоятельности) организации в арбитражном суде
Непокрытые убытки отчетного периода	Свидетельствуют о неэффективном использовании ресурсов предприятия
Убытки от продаж	Затраты превышают выручку, основная деятельность нерентабельна
Состав текущих затрат предприятия	Если в структуре затрат наибольший удельный вес занимают постоянные затраты, то это свидетельствует об неэффективной политике управления текущими затратами и, как следствие, влияет на убыток от продаж

Для своевременного определения признаков и угроз возникновения кризиса необходимо исследовать показатели прибыли, рентабельности, финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности, оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности и другие.

Экспресс-диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий сферы услуг была

проведена применительно к операторам сотовой связи ОАО «МТС», ОАО «МегаФон» и ОАО «СМАРТС». С целью оценки влияния кризисных явлений на функционирование и развитие предприятий сферы услуг рассмотрим показатели экономической эффективности деятельности операторов сотовой связи ОАО «МегаФон», ОАО «МТС» и ОАО «СМАРТС» за 2007–2010 гг.

Таблица 2

**Динамика экономической эффективности деятельности операторов сотовой связи за 2007–2010 гг.**

Показатель	2007	2008	2009	2010	Изменение 2010-2009
<b>ОАО «МегаФон»</b>					
Выручка от продажи товаров, работ, услуг, млн руб.	41 128	48 539	118 985	205 757	+86 772
Валовая прибыль, млн руб.	20 901	22 618	61 965	108 663	+46 698
Себестоимость, млн руб.	(20 227)	(25 921)	(57 019)	(97 094)	(40 075)
Чистая прибыль, млн руб.	4 860	26 897	26 395	50 312	+23 917
Рентабельность продаж, %	28,6	24,6	30,6	32,1	+1,5
<b>ОАО «МТС»</b>					
Выручка от продажи товаров, работ, услуг, млн руб.	147 302,8	188 580,2	197 655,6	216 130,03	+ 18 474,43
Валовая прибыль, млн руб.	90 067	113 482	111 213	118 167	+6 954
Себестоимость, млн руб.	(57 235)	(75 097)	(86 441)	(97 962)	(11 521)
Чистая прибыль, млн руб.	37 025,6	39 674,8	33 480,0	27 428,5	- 6051,5
Рентабельность продаж, %	40,23	39,64	33,72	30,51	- 3,21
<b>ОАО «СМАРТС»</b>					
Выручка от продажи товаров, работ, услуг, млн руб.	3 292	3 097	2 797	2 495	- 302
Валовая прибыль, млн руб.	1 065	822,9	708,8	661,1	- 47,7
Себестоимость, млн руб.	(2 227)	(2 273)	(2 088)	(1 834)	(- 254)
Чистая прибыль, млн руб.	- 437,7	52,7	- 325,4	96,7	- 228 703
Рентабельность продаж, %	15,2	6,3	7,6	8,7	+1,1

По данным табл. 2 можно сделать вывод, что у рассматриваемых операторов сотовой связи в 2010 году по сравнению с 2009 годом происходит повышение рентабельности продаж ОАО «МегаФон» – на 1,5%, ОАО «СМАРТС» – на 1,1%, рентабельность продаж ОАО «МТС» снизилась на 3,21%. Наблюдается также у ОАО «МегаФон» и ОАО «МТС» рост выручки от про-

даж услуг в 2010 году по сравнению с 2009 годом (ОАО «МТС» – на 9,3%, ОАО «МегаФон» – на 72,9%). Рост мобильного бизнеса рассматриваемых операторов обусловлен как увеличением абонентской базы и органическим ростом потребления голосовых и дополнительных услуг, так и высоким уровнем продаж аппаратов, активным стимулированием потребления Интер-

нет-трафика и значительными инвестициями в развитие сетей 3G в 2010 году. У регионального оператора сотовой связи ОАО «СМАРТС» было отмечено незначительное снижение выручки от продаж услуг – на 10,7%. Снижение выручки является следствием не только падения доходности в телекоммуникационной отрасли в целом, но и высокой конкурентной активности, потребовав-

шей введения дополнительных бонусов и льгот абонентам.

В табл. 3 приведены показатели ликвидности и платежеспособности, позволяющие оценить финансовое состояние ОАО «МТС», ОАО «МегаФон» и ОАО «СМАРТС», а в частности их текущую и прогнозную платежеспособность.

Таблица 3

**Динамика показателей ликвидности и платежеспособности ОАО «МТС»,  
ОАО «МегаФон», ОАО «СМАРТС» за 2006–2010 гг.**

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010	Абсол. изменение 2010 к 2009
<b>ОАО «МТС»</b>						
Коэффициент текущей ликвидности от 1 до 2	1,78	1,11	0,91	1,18	1,15	- 0,03
Коэффициент быстрой ликвидности >0,8	1,13	0,8	0,74	1,12	1,08	- 0,04
Коэффициент абсолютной ликвидности >0,2	0,51	0,36	0,43	0,88	0,62	- 0,26
<b>ОАО «МегаФон»</b>						
Коэффициент текущей ликвидности от 1 до 2	1,08	1,73	1,03	2,2	1,8	+1,17
Коэффициент быстрой ликвидности >0,8	0,92	1,57	1,01	2,14	1,76	+1,13
Коэффициент абсолютной ликвидности >0,2	0,52	1,2	0,8	1,72	1,38	+0,92
<b>ОАО «СМАРТС»</b>						
Коэффициент текущей ликвидности от 1 до 2	2,8	0,75	0,34	0,33	1,12	0,79
Коэффициент быстрой ликвидности >0,8	2,65	0,69	0,31	0,31	1,08	0,77
Коэффициент абсолютной ликвидности >0,2	0,51	0,05	0,03	0,05	0,77	0,72

Данные табл. 3 свидетельствуют о том, что на протяжении 2006–2010 гг. у ОАО «МТС» и ОАО «МегаФон» сохранялся достаточный уровень ликвидности. Следует отметить отсутствие резких колебаний уровня данных показателей за последние отчетные периоды. Положительная динамика показателей быстрой и абсолютной ликвидности обусловлена существенным превышением темпов роста наиболее ликвидных активов и остатков денежных средств над темпами роста

краткосрочных обязательств. Показатели ликвидности и платежеспособности ОАО «СМАРТС» в течение 2006–2010 гг. имели значения ниже нормативных, но в 2010 году ситуация улучшилась, прослеживалась положительная динамика показателей текущей, быстрой и абсолютной ликвидности.

Проведено исследование динамики показателей финансовой устойчивости мобильных операторов (табл. 4).

Таблица 4

**Динамика показателей финансовой устойчивости мобильных операторов за 2006–2010 гг.**

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010	Абс. изм. 2010 к 2009
<b>ОАО «МТС»</b>						
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами >0,1	- 1,11	- 1,59	- 1,57	- 1,52	- 3,36	- 1,84
Коэффициент автономии (финансовой независимости) >0,5	0,41	0,45	0,36	0,26	0,25	- 0,01
Коэффициент соотношения собственных и заемных средств (самофинансирования) <1	1,43	1,21	1,74	2,75	2,9	+0,15
Коэффициент финансовой устойчивости от 0,8 до 0,9	0,005	0,129	0,03	- 0,18	- 0,28	- 0,1
<b>ОАО «МегаФон»</b>						
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами >0,1	- 2,64	- 1,58	- 0,28	0,28	0,14	- 0,14
Коэффициент автономии (финансовой независимости) >0,5	0,32	0,29	0,44	0,75	0,75	0
Коэффициент соотношения собственных и заемных средств (самофинансирования) <1	2,12	2,36	1,23	0,31	0,32	+0,01
Коэффициент финансовой устойчивости от 0,8 до 0,9	- 0,18	- 0,24	0,31	0,66	0,66	0
<b>ОАО «СМАРТС»</b>						
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами >0,1	- 2,5	- 2,72	- 4,4	- 5,01	- 3,4	1,61
Коэффициент автономии (финансовой независимости) >0,5	0,15	0,11	0,12	0,1	0,11	0,01
Коэффициент соотношения собственных и заемных средств (самофинансирования) <1	5,39	7,52	7,08	8,81	7,58	- 1,23
Коэффициент финансовой устойчивости от 0,8 до 0,9	- 0,49	- 0,45	- 0,25	- 0,35	- 0,54	- 0,19

Данные табл. 4 свидетельствуют о финансовой зависимости ОАО «МТС» и ОАО «СМАРТС» от внешних источников финансирования и преоблада-

ющей доле активов с высокой степенью риска, что негативно отразилось на финансовой устойчивости. Таким образом, в результате исследова-

ния финансового состояния ОАО «МТС» выявлено снижение уровня финансовой устойчивости, снижение показателя собственных оборотных средств в результате постоянного привлечения заемного капитала. В 2010 году влияние мирового финансового кризиса продолжилось, в результате чего наблюдалось замедление темпов продаж продукции и услуг связи ОАО «МТС», что привело к ухудшению основных финансово-экономических показателей. В процессе исследования выявлено, что значения показателей финансовой устойчивости ОАО «МегаФон» в целом улучшились и в 2010 году достигли норматива, что говорит о сокращении зависимости от заемных источников. В 2010 году у ОАО «МегаФон» соотношение собственных и заемных средств составило 75,3 : 24,7% соответственно, это свидетельствует о том, что предприятие в значительной мере обеспечивало собственные средства.

Таким образом, проведенная экспресс-диагностика на исследуемых предприятиях свидетельствует о том, что предприятия ОАО «МТС» и ОАО «СМАРТС» временно находятся в состоянии естественного финансового кризиса, но способны самостоятельно выйти из него, четко определив приоритетные цели своего развития. Предприятие ОАО «МегаФон» достигло в 2010 году достаточного уровня финансовой устойчивости, большинство показателей соответствуют нормативным значениям, предприятие платежеспособно, финансируется в основном за счет собственных средств.

Руководство и менеджеры предприятий сферы услуг не могут повлиять на факторы внешней среды. Единственная возможность – выбрать стратегию развития, отвечающую реальной экономической ситуации. В частности, это может быть ликвидация предприятия с наименьшими потерями. Выбор стратегии развития предприятия на

качественном уровне обеспечивает SPACE-метод (Strategic Position and Action Evaluation) менеджмента, который, на наш взгляд, является эффективным инструментом комплексной антикризисной бизнес-диагностики, который позволяет выявить стратегическую позицию и возможности активной эволюции предприятия [1, с. 51-58]. Его можно применять для первичной оценки позиции предприятия на рынке и установить качественные параметры стратегии, которые требуют дальнейшего уточнения и применения других методов анализа и прогнозирования. В основе SPACE-метода лежит анализ положения предприятия и условий его функционирования по четырем координатам:

- 1) стабильность экономической среды;
- 2) привлекательность отрасли;
- 3) конкурентное преимущество предприятия;
- 4) финансовый потенциал предприятия.

Использование этих координат позволяет системно оценить внутренний потенциал предприятия и его непосредственное макроокружение. По каждой координате находится интегральная оценка в баллах. Оценка по координате интегрирует частные оценки координаты экспертами обычно по 6-8 наиболее значимым для предприятия факторам. По каждой из координат количество и вид частных факторов выбирают эксперты из стандартного перечня. Они же определяют количественное значение фактора. Обычно для каждого частного фактора удобной признается шкала баллов от 0 до 6. Баллы факторов суммируются, и определяется среднее значение, которое принимается как интегральная оценка координаты в баллах.

Проведем исследование стратегических позиций предприятий сферы услуг ОАО «МТС», ОАО «МегаФон», ОАО «СМАРТС». Результаты анализа представлены в табл. 5.

Таблица 5

*Сводная таблица расчетов с применением SPACE-метода для выявления стратегических позиций и конкурентных преимуществ предприятий сферы услуг ОАО «МТС», ОАО «МегаФон», ОАО «СМАРТС»*

Группы факторов	Сумма баллов факторов	Балл по координате (средний балл)
ОАО «МТС»		
Факторы стабильности отрасли сотовой связи (ES)	26	3,7
Факторы привлекательности отрасли сотовой связи (IS)	25	3,57
Факторы конкурентных преимуществ предприятия (CA)	38	4,2
Факторы финансового потенциала предприятия (FS)	34	3,77
ОАО «МегаФон»		
Факторы стабильности отрасли сотовой связи (ES)	27	3,85
Факторы привлекательности отрасли сотовой связи (IS)	25	3,57
Факторы конкурентных преимуществ предприятия (CA)	43	4,77
Факторы финансового потенциала предприятия (FS)	39	4,33
ОАО «СМАРТС»		
Факторы стабильности отрасли сотовой связи (ES)	25	3,57
Факторы привлекательности отрасли сотовой связи (IS)	25	3,57
Факторы конкурентных преимуществ предприятия (CA)	25	2,77
Факторы финансового потенциала предприятия (FS)	25	2,77

Согласно данным табл. 5 ОАО «МТС» целесообразно использовать смешанную стратегию, которая включает в себя оборонительную и кон-

сервативную стратегию (рис. 3), ОАО «МегаФон» – только консервативную стратегию (рис. 4), ОАО «СМАРТС» – конкурентную (рис. 5).

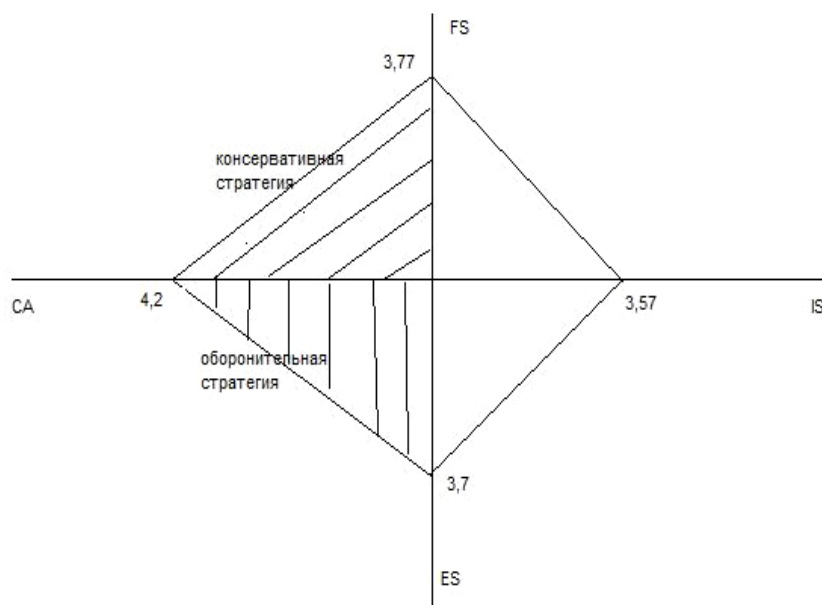


Рис. 3. График стратегической позиции и возможностей активной эволюции для ОАО «МТС»

Оборонительная стратегия для ОАО «МТС» реализуется, когда предприятие работает в привлекательной отрасли, но ему недостает конкурентоспособности продукции и финансовых средств. Необходимо снизить уровень заемного финансирования в целях достижения сбалансированности заемного и собственного капитала для восстанов-

ления устойчивости финансового состояния. Усилия предприятия должны быть направлены на:

- сокращение производства услуг и продукции, поглощающих прибыль;
- формирование механизма предупреждения кризисных ситуаций;
- профилактику и диверсификацию рисков.

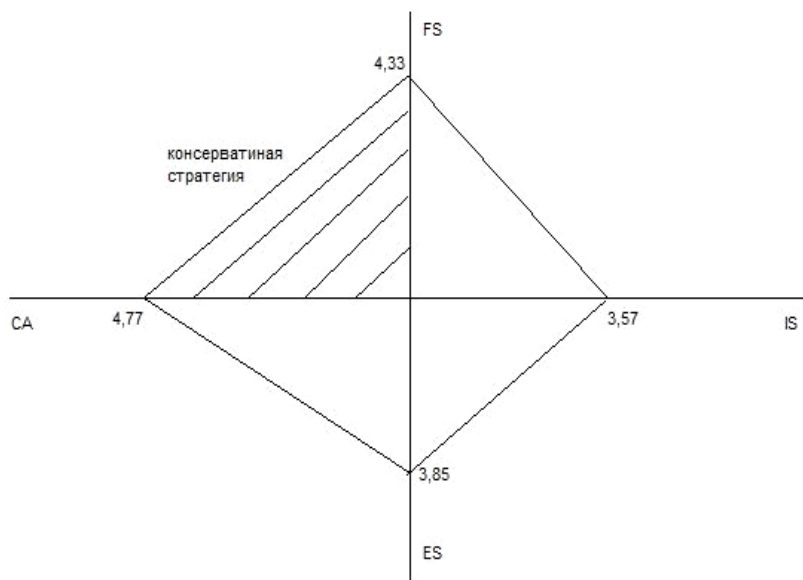


Рис. 4. SPACE-график для ОАО «МегаФон»

Консервативная стратегия для ОАО «МегаФон» реализуется на стабильных рынках. В этом случае необходимо обеспечить финансовую стабильность предприятия. Важнейшим фактором стабильности становится конкурентоспособность продукции. Усилия предприятия направляются на:

- снижение себестоимости при повышении качества товара;
- сокращение производства продуктов, поглощающих прибыль;
- поиск новых сфер применения продукции;
- выход предприятия на более перспективные рынки.

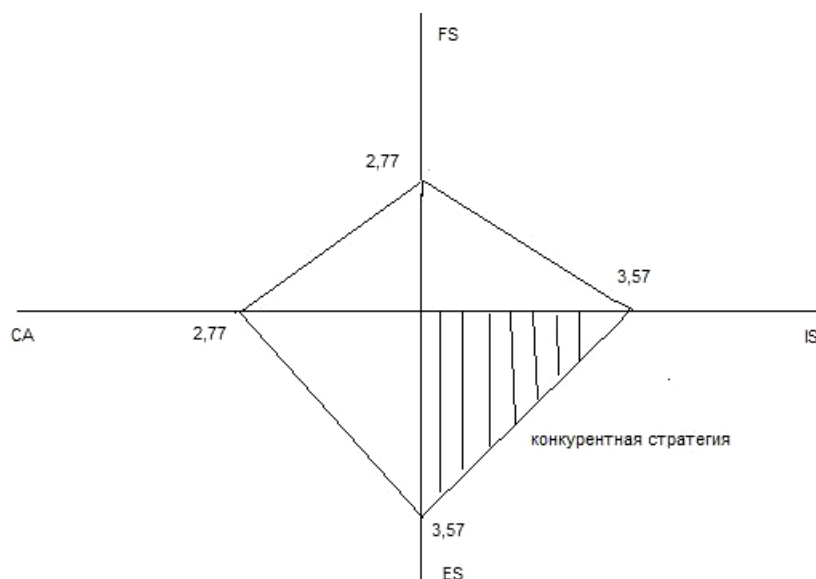


Рис. 5. График конкурентной позиции ОАО «СМАРТС»

Конкурентная позиция ОАО «СМАРТС» гораздо ниже, чем у его основных конкурентов. Критическим фактором является финансовый потенциал, о чем свидетельствуют оценка финансового состояния и конкурентоспособности. Необходимо парировать угрозы, связанные с потерей финансирования. Усилия предприятия конкурентной стратегии направляются на:

- ценовую войну с конкурентами;
- поиск финансовых ресурсов;
- поиск новых сфер применения продукции;
- развитие сбытовых сетей.

На основании проведенного исследования внутренней и внешней среды, реальных перспектив и возможностей функционирующих мобильных операторов для функционирования их конкурентных преимуществ считаем целесообразным предложить для них следующие стратегические направления развития:

1. В соответствии с тенденциями развития рынка сотовой связи растет спрос на услуги передачи данных, реализуемые как по беспроводным, так и по проводным технологиям. В последнее время компании проявляют повышенный интерес к организации персональных корпоративных телефонных сетей FMC (Fixed Mobile Convergence – «конвергенция мобильной и фиксированной связи»), что предопределяет необходимость проведения привлекательной ценовой политики на междугородную и международную

телефонию, популяризации пакетных предложений (мобильная и фиксированная связь), с помощью которых клиенты оптимизируют свои расходы на телекоммуникационные услуги.

2. В части системы продаж и обслуживания клиентов предлагаем внедрить стандарт-систему обратной связи с клиентом, что предполагает сопровождение клиента по всему комплексу услуг и обслуживания.

3. Разработка направлений стратегического антикризисного управления.

Проведенная комплексная антикризисная бизнес-диагностика позволила установить, что функционирование и развитие операторов мобильной связи ОАО «МТС», ОАО «Мегафон» и ОАО «СМАРТС» во многом зависит от кризисных факторов внешней и внутренней среды, которые способствуют возникновению потенциальной кризисной ситуации. Руководству предприятия необходимо учесть данный аспект при формировании и реализации антикризисной стратегии. Особенность комплексной антикризисной бизнес-диагностики состоит в том, что она должна носить предупреждающий характер. С одной стороны, уже в начале исследования она позволяет обнаружить потенциальные или имеющиеся проблемы и выбрать основные направления целесообразных углубленных обследований, наметить меры по совершенствованию стратегии управления и соответствующую программу действий.

#### Библиографический список

1. Гусаков Б. И. Стратегия развития предприятия при глобальном финансовом кризисе // Главный экономист. – 2009. – № 5 (11). – С. 51-58.
2. Никитина Н. В. Антикризисное финансовое управление промышленным предприятием: теория, методология, практика : монография. – Саранск : Изд-во Мордовск. ун-та, 2008.

***V. A. Filatova\****

*\*Filatova Vera, assistant of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
olunja07@rambler.ru*

# **COMPLEX ANTI-CRISIS BUSINESS-DIAGNOSTICS OF SERVICE INDUSTRIES**

*Key words: business diagnostics, express diagnosis, crisis, financial condition, strategic position.*

*One of the most effective approaches to the study of the causes of a possible crisis in the framework of strategic crisis management is comprehensive anti-crisis business diagnostics of service industries. Such analysis allows evaluating the symptoms and diagnosing the signs of the crisis long before its obvious appearance.*

---

© Филатова В. А., 2012



## МИКРОУРОВЕНЬ

## Управление человеческими ресурсами

УДК 331.109

**О. Ю. Калмыкова\***

*\*Калмыкова Ольга Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент  
Самарский государственный технический университет, г. Самара  
oukalmiykova@mail.ru*

**Г. П. Гагаринская\***

*\*Гагаринская Галина Павловна, доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный технический университет, г. Самара  
eyo080505@mail.ru*

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ  
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ**

*Ключевые слова: конфликтологическая компетентность, конфликтологическая культура, кадровая политика, образовательная среда, технология обучения.*

*Выявлены психолого-педагогические условия по формированию у современных менеджеров конфликтологической компетентности. Рассматривается интеграция менеджерской и конфликтологической подготовки. Анализируется научно-методическое обеспечение конфликтологической составляющей в подготовке современного менеджера (научно-методические основы проектирования и реализации конфликтологической составляющей в подготовке современного менеджера; методика оценки качества конфликтологической компетентности менеджеров). Обсуждаются организационные аспекты реализации конфликтологической составляющей в подготовке современных менеджеров.*

Переход российской экономики на рыночный механизм хозяйствования обусловил ряд принципиальных изменений в функционировании промышленных предприятий. Эффективность их хозяйствования все больше зависит от способности выдерживать технологическую и организационную конкуренцию. В настоящее время происходит обогащение содержания труда; рост значимости самоконтроля результатов трудовой деятельности работников; рост требований работников к организации труда и системе управления персоналом; использование инновационных технологий; быстрое устаревание ранее приобретенных знаний; развитие кризисных явлений на рынке труда. Все эти факторы социально-экономического развития заставляют менеджеров мобильно реагировать на изменения, систематически проводить мониторинг и корректировать стратегию своей профессиональной деятельности.

Очевидно, что в современных условиях уровень конфликтности и профессионального стресса в трудовом коллективе не уменьшается. Это обусловлено различными экономическими, социальными, демографическими и психологическими причинами, одной из которых является отсутствие должного уровня конфликтологической компетентности руководителей (менеджеров) организации. Вместе с тем навыки управления организационными конфликтами в трудовом коллективе являются важным управленческим инструментом в работе менеджера, так как осоз-

нанное применение соответствующих принципов, методов и технологий помогает формировать и развивать кадровый потенциал организации. Деятельность руководителя всегда связана с решением различных производственных проблем, которые могут принимать форму деструктивных организационных конфликтов, влияющих на социально-экономическую эффективность деятельности организации. Актуальной является проблема формирования конфликтологической компетентности руководителей и работников организации, создания кадровой технологии управления конфликтами и стрессами, направленной на профилактику возникновения деструктивных организационных и социально-трудовых конфликтов [1].

Авторами был проведен опрос (2008–2012 гг.), в котором приняли участие 25 руководителей различных промышленных предприятий и организаций Самарской области. Репрезентативность экспертной выборки обеспечивалась различными направлениями деятельности исследуемых организаций (промышленные предприятия, государственные и муниципальные учреждения, организации аграрной сферы, медицинские и образовательные учреждения). Вторую группу респондентов в рамках исследования составили выпускники инженерно-экономического факультета Самарского государственного технического университета (специальность 080505 – «Управление персоналом»). Всего было опрошено 93 выпуск-

ника 2008–2011 гг. В третью группу респондентов вошли студенты инженерно-экономического факультета Самарского государственного технического университета, обучающиеся по специальности 080505 – «Управление персоналом» и 080504 – «Государственное и муниципальное управление». Было опрошено 117 студентов 2, 3, 4 курсов дневной формы обучения. Таким образом, всего по трем группам в рамках данной части эксперимента было опрошено 165 человек.

Исследование производилось в форме анкетного опроса, авторы воспользовались методикой

К. О. Старовой [2]. Каждой группе респондентов предлагалось ответить на вопросы анкеты, которая предлагала оценку необходимости конфликтологической компетентности для профессиональной деятельности менеджера. С целью обоснования необходимости для менеджера конфликтологической подготовки руководителям и выпускникам предлагалось оценить значимость конфликтологических знаний и умений для их профессиональной деятельности. Оценки, полученные по данному вопросу, представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Оценка значимости конфликтологической компетентности  
для повседневной профессиональной деятельности менеджера**

Типы знаний и умений	Студенты 4-5 курсов СамГТУ		Выпускники ИЭФ СамГТУ		Руководители организаций	
	Средний балл	Поставили выше 3 баллов, %	Средний балл	Поставили выше 3 баллов, %	Средний балл	Поставили выше 3 баллов, %
Знания и умения в области диагностики организационных конфликтов	4,4	80,3	4,3	84,5	4,5	85,3
Знания и умения в области профилактики профессионального, производственного и рабочего стрессов	4,2	74	4	72	4,4	82,3
Знания и умения в области управления организационными конфликтами и профессиональными стрессами	4,4	85,2	4	80,5	4,2	85
Знания и умения в области проведения мероприятий в рамках антиконфликтной программы	4,3	77,5	4,5	91	4,7	87,1

Из анализа результатов анкетирования видно, что знания и умения в области организационной конфликтологии имеют большое значение для профессиональной деятельности выпускников университета и руководителей организаций. Наивысшие показатели с точки зрения значимости имеют навыки в области диагностики организационных конфликтов, а также в области управления организационными конфликтами и профессиональными стрессами.

Всем группам респондентов был задан вопрос: «Какими, с вашей точки зрения, знаниями и умениями в сфере управления конфликтами в организации обязательно должен обладать менеджер?» В числе необходимых знаний и умений 85% студентов, 77% выпускников и 73% руководителей назвали: знание основ возникновения и разрешения трудовых споров и организационных конфликтов в трудовом коллективе и умение применять их на практике; умения по предупреждению и профилактике профессиональной деформации и профессионального выгорания работников.

В качестве значимых навыков руководителями и выпускниками также назывались владение искусством управления конфликтным процессом и коррекции своего поведения в конфликте; владение технологиями посреднической деятельности при решении конфликтных ситуаций, с учетом проявления индивидуально-психологических особенностей делового и межличностного общения, управления людьми в трудовом коллективе. Показательны ответы выпускников и руководителей организаций на вопрос: «В какой из областей своей профессиональной деятельности вы бы хотели усовершенствовать свои знания и умения?» Практически все выпускники (84%) и каждый второй руководитель (54%) хотели бы повысить уровень своей конфликтологической компетентности. В ходе бесед с выпускниками выяснено, что предприятиям нужны сегодня конкурентоспособные, инициативные, компетентные, стрессоустойчивые, коммуникабельные, способные к анализу конфликтных ситуаций и принятию управленческих решений менеджеры.

Беседы с работодателями показали, что в современной организации нужен специалист высококвалифицированный, способный к самооценке, готовый к исследовательской работе, конфликтостойчивый, нацеленный на профессионально-личностное развитие. Таким образом, включение в процесс профессиональной подготовки современных менеджеров конфликтологической составляющей определяются требованиями рыночной экономики, во-первых, к повышению общей профессиональной компетенции менеджеров, во-вторых, к подготовке менеджера, владеющего методиками диагностики и картографирования организационных конфликтов и межличностных конфликтов сотрудников, методами профилактики и управления конфликтами, в-третьих, к активному использованию социальных технологий стрессменеджмента.

Для достижения целей организации следует постоянно уделять внимание наиболее полному раскрытию индивидуально-личностных способностей работников и их рациональному использованию, а для этого необходимо создавать бла-

гоприятные организационные условия для профессионального обучения и развития руководителей и работников организации. В настоящее время для процесса подготовки менеджеров характерен принцип непрерывности обучения, что обусловлено внедрением различных инновационных идей в практику деятельности организации. Современный подход в теории и практике подготовки менеджеров ориентирован на формирование системы управления качеством, предусматривающей мониторинг и корректировку образовательного процесса на основании оценивания его состояния по выделенным критериям качества для всех компонентов процесса.

Для эффективного управления процессом конфликтологической подготовки персонала в системе обучения персонала в целях формирования его конфликтологической компетентности следует использовать современные управленческие и образовательные технологии [3]. Для решения этой задачи авторами предложена модель формирования конфликтологической компетентности персонала (рис. 1).



**Рис. 1.** Взаимосвязь структурообразующих элементов технологии конфликтологической подготовки менеджеров

Цель разработки технологии конфликтологической подготовки, включенной в систему по-

вышения квалификации работников, определяется как обоснование комплексного управленче-

ского и педагогического инструментария формирования конфликтологической компетентности менеджеров и персонала организации в целом.

Технология состоит из последовательности операций:

- формулирование критериев технологизации;
- определение организационных условий обучающей среды;
- уточнение принципов и основных элементов технологии;
- выделение этапов разработки и внедрения технологии;
- определение управленческих и педагогических задач;
- создание программы реализации технологии конфликтологической подготовки;
- выделение критериев эффективности технологии конфликтологической подготовки;
- внедрение программ технологии в практику системы повышения квалификации персонала для формирования конфликтологической компетентности менеджеров.

Реализация предлагаемой технологии должна сопровождаться созданием в обучающей среде благоприятных организационных условий, способствующих эффективности процесса конфликтологической подготовки менеджеров. Главным направлением реализации данной технологии должно выступать создание организационных условий для профессионального обучения и развития персонала. Программы формирования конфликтологической компетентности менеджеров и персонала организации должны иметь комплексный характер и позволять организации выбирать различные управленческие и педагогические методики и инструменты по основным компонентам конфликтологической подготовки, с четко определенным ожидаемым результатом. Таким образом, для внедрения рассматриваемой технологии в систему обучения персонала организации необходима совокупность условий:

1) организационно-управленческих (формирование документационного обеспечения, материально-техническое оснащение образовательного процесса, обеспечение учебного процесса социально-педагогической инфраструктурой, введение матричных структур управления, система обучения персонала и т. п.);

2) технологических (выработка критериев мониторинга качества конфликтологической подготовки, контрольно-оценочные параметры и пр.);

3) психолого-педагогических (мониторинг качества конфликтологической подготовки менеджеров, система стимулирования и мотивации работников по формированию конфликтологической компетентности и пр.);

4) методических (отбор содержания учебного материала, методическое обеспечение образовательного процесса; интеграция форм и методов обучения и т. д.);

5) кадровое обеспечение образовательного процесса формирования конфликтологической компетентности персонала.

Технология управления конфликтами предполагает наличие специальных управленческих инструментов: методов и методик, позволяющих диагностировать конфликтные зоны в коллективе и минимизировать негативные последствия конфликта. В структуру понятия «технология управления конфликтами» входит методика формирования у работников антиконфликтной направленности в профессиональной деятельности. Специальная конфликтологическая подготовка и формирование конфликтологической компетентности работника позволяет ему выполнять профессиональные функции в наиболее благоприятных условиях. Формирование конфликтологической компетентности руководителя позволяет точно разбираться в истинных причинах конфликтного противостояния, индивидуально-личностных особенностях оппонентов, их эмоциональных состояниях, планируемых стратегиях конфликтной деятельности и возможных приемах воздействия. Высокий уровень конфликтологической компетентности является важной характеристикой профессионализма руководителей, так как конструктивное управление конфликтами в подавляющем большинстве случаев позитивно сказывается на результативности деятельности организации [4].

Конфликтологическая компетентность – это система научных знаний о конфликте и умений управлять им, целенаправленно развиваемых в процессе специально организованного обучения применительно к ситуациям учебного и профессионального взаимодействия субъектов общения, а также совместной жизнедеятельности [9]. Конфликтологическая компетентность, реализуя конструктивные функции конфликта, выполняет следующие логические связи различных видов компетентностей руководителя:

- сигнализирует об очагах социальной напряженности, расширяет возможности получения информации о состоянии трудового коллектива, возникающих в организации производственных противоречиях, раскрывает принципы, методики и способы конструктивного развития конфликта;

- снимает социально-психологическую напряженность, формирует благоприятный морально-психологический климат, сплавливает трудовой коллектив организации;

- содействует творческой инициативе и профессиональному саморазвитию работников;

- раскрывает особенности управления деловым общением;

- формирует технологию управления конфликтами и стрессами в организации.

Конфликтологическая компетентность, являясь важной составляющей профессиональной ком-

петентности руководителя, тесно связана с другими видами компетентности: социально-психологической, психолого-педагогической, социально-перцептивной, административно-правовой. Исследование данной проблемы предполагает решение многих задач, одной из которых является формирование понятия потенциала индивидуально-личностного развития менеджера в процессе конфликтологической подготовки (табл. 2) [5]. Уровень сформированности данных компо-

нентов готовности работников к конструктивному разрешению конфликтов специалисты могут проверить в рамках проводимых курсов повышения квалификации, тренингов, учебных занятий, в ходе устных опросов и анкетирования.

Механизм самообучения приводится в действии противоречием между сформированным активным познавательным интересом и уровнем развития личности, недостаточным для удовлетворения этого интереса.

Таблица 2

**Потенциал индивидуально-личностного развития менеджера  
в процессе формирования конфликтологической компетентности**

Структурный компонент личности	Функции	Критерий (ожидаемый результат)
Интеллектуальная сфера	Формирование навыков анализа конфликтных ситуаций; усвоение знаний по теории и практике организационного конфликта; реализация потенциала индивидуально-личностного развития в профессиональной деятельности	Системное усвоение основ организационной конфликтологии и опыта конфликтологической деятельности
Мотивационная сфера	Формирование системы общечеловеческих ценностей и нравственных мотивов поведения; формирование мотивов достижения и общения; формирование необходимых навыков управления своим эмоциональным состоянием	Развитие направленности личности на профессиональное саморазвитие и самоорганизацию
Сфера саморегуляции	Развитие навыков регуляции своих психических состояний; формирование навыков психической релаксации; развитие навыков самоорганизации; формирование эффективного взаимодействия с коллегами и руководителем; приобретение опыта решения конфликтных ситуаций	Развитие направленности личности менеджера на необходимость обладать специфическим набором социально значимых качеств
Предметно-практическая сфера	Развитие способности использовать методики управления конфликтами и стрессами и выбирать оптимальные стили поведения в конфликтных ситуациях; развитие опыта конфликтологической деятельности	Развитие направленности личности менеджера на формирование конфликтологической компетентности
Эмоционально-чувственная сфера	Приобретение опыта оценочной деятельности: формирование и развитие навыков взаимоконтроля, самоконтроля, самокоррекции	Осмысление собственного потенциала профессионального развития

Непосредственным побуждающим моментом к самообучению менеджера (работника) является изменение его отношения как к себе, так и к будущей деятельности, творчески преобразовывать себя. Условиями развития творческой активности являются доминирование активного познавательного интереса в мотивационной структуре личности обучающегося и творческий характер учебно-познавательной деятельности. Следовательно, развитие самообучения как деятельности и творческой активности личности – это единый процесс, в основе которого лежат самостоятельное как базовая черта обучаемого и доминирование познавательной мотивации.

Педагогический процесс, организованный в соответствии с поставленной задачей, представляет собой совокупность стимулов и приемов, направленных на формирование у менеджеров психологической, теоретической и практической готовности к самообучению и к деятельности по решению профессиональных задач. Наиболее актуально проектирование образовательных технологий на базе интеграционных процессов учебно-образовательной вузовской системы, отраслевой науки, производства и бизнеса с обеспечением высокой согласованности действий на всех уровнях управления.

Исключительно важным в процессе обучения менеджеров основным принципам и методам конфликтменеджмента является формирование у них таких качеств, как системность, гибкость мышления, способность диагностировать и формулировать конфликтологические проблемы в коллективе. Очевидно, что методы формирования конфликтологической компетентности должны способствовать развитию у руководителя и работников общеуправленческих и специальных конфликтологических умений.

Одновременное развитие названных групп умений в процессе формирования конфликтологической компетентности можно осуществить путем использования активных методов обучения. Развитие навыков системного анализа, выработка умения диагностировать и объективно оценивать конфликтную ситуацию и принимать управленческие решения, а также обучение эффективному внутригрупповому и межличностному взаимодействию реализуется посредством использования деловых игр, разбора конкретных ситуаций, групповых дискуссий, тренингов [6].

Система обучения и профессионального развития персонала выполняет ряд функций, обеспечивая увеличение ценности и количественной стоимости человеческих ресурсов, стабильную

конкурентоспособность организации. Условиями, необходимыми для создания корпоративного обучения, являются: наличие долгосрочной стратегии развития организации; формирование активной кадровой политики на основе стратегии развития организации; создание профессиональной службы по работе с персоналом; систематические инвестиции в развитие персонала; участие в работе системы обучения высших руководителей.

Очевидно, что методы обучения в процессе конфликтологической подготовки должны способствовать развитию у менеджеров управленческих и специальных конфликтологических умений. Методика обучения конфликтологии должна решать задачи формирования потенциала профессионального развития менеджера в процессе ее освоения. Одновременное развитие названных групп умений в процессе обучения конфликтологии можно осуществить путем использования в образовательном процессе активных методов обучения. Так, управление познавательной активностью обучаемых осуществляется с помощью различных форм проблемного обучения. Развитие навыков системного анализа, выработка умения объективно оценивать конфликтную ситуацию и принимать управленческие решения, а также обучение эффективному внутригрупповому и межличностному взаимодействию реализуется посредством использования деловых игр, групповых дискуссий, метода разбора конкретных ситуаций.

Интерактивное обучение связывается с активным участием обучаемого в образовательном процессе; высокой мотивацией; активным включением всех субъектов в продуктивную совместную деятельность; актуализацией полученных знаний; взаимодействием обучаемых с преподавателем, друг с другом, с учебным окружением. Цели интерактивного обучения трактуются как планируемые реально достижимые результаты, устанавливаемые на языке компетенций. Авторами разработана модель организации процесса обучения конфликтологии студентов специальности «Управление персоналом», основанная на использовании методик адаптивной системы обучения, обеспечивающих индивидуально-личностное развитие студентов в вузе. При проектировании данной системы были использованы основные идеи развития студентов в процессе обучения, разработанные А. С. Границкой (адаптивная система обучения), В. В. Гузеевым (интегральная технология), Н. П. Капустиной (адаптивная образовательная система). Данная модель может быть применена и в системе обучения в организациях [7].

Авторами статьи в 2010–2011 гг. был проведен опрос студентов 5 курса и выпускников инженерно-экономического факультета (специальность «Управление персоналом») Самарского государственного технического университета. Це-

лю опроса стало выяснение мнения респондентов (количество респондентов – 120 человек) относительно эффективности различных форм и методов обучения. Анализ ответов респондентов показал, что традиционные формы обучения (лекция, семинар) получили наименьшие оценки у всех групп респондентов в отличие от методов, в большей степени активизирующих творческую и поисковую деятельность студентов. Наивысшие результаты заслужили активные методы обучения, подразумевающие максимальное практическое использование полученных в процессе изучения конфликтологии знаний. Таким образом, используя в процессе преподавания конфликтологии деловые игры, тренинги, кейс-стади и другие активные методы, преподаватель повышает внешнюю и внутреннюю мотивацию обучаемых к овладению данной дисциплиной, что повышает эффективность ее освоения.

Таким образом, в процессе конфликтологической подготовки менеджеров можно использовать четыре группы методов, соотнесенных с этапами и уровнями методики интерактивного обучения:

- методы создания положительной мотивации (учет личных учебных достижений, создание психологически комфортных условий обучения);
- методы организации интерактивной познавательной и практической деятельности студента (обсуждения, дискуссии, решение задач на основе анализа конкретных ситуаций, подготовка презентаций и докладов, научно-исследовательские проекты);
- рефлексивно-оценочные методы (анализ результатов контроля, взаимоконтроля и самоконтроля, диагностика учебных затруднений);
- методы развития личной образовательной среды обучения (привлечение личного опыта студента, практическая ориентация, работа с дополнительными источниками информации) [9].

В процессе формирования конфликтологической компетентности необходимо применять инновационные технологии и методы, способствующие индивидуально-личностной ориентации учебного процесса и реализации компетентностного подхода:

- проблемно-ориентированный междисциплинарный подход;
- методы, основанные на изучении практики (case studies);
- проектно-организованные технологии обучения работе в команде над комплексным решением практических задач;
- применение предпринимательских идей в содержании курсов;
- методы контекстного обучения (табл. 3).

Проанализируем некоторые из перечисленных методов. Конкурс профессионального мастерства актуализирует представления сотрудников о сути, содержании профессионального мас-

терства и способах его совершенствования, развивает их рефлексивные умения на примере конкретной деятельности, стимулирует проявление творчества. Конкурс либо служит составной частью определенного учебного занятия, либо выступает самостоятельной организованной формой. Организационная форма работы участников конкурса – или групповая, или индивидуальная. Участников предварительно знакомят с конкурсными заданиями, которые отражают содержание конкретной темы. Применение метода конкретных ситуаций заключается в подборе практиче-

ских ситуаций в соответствии с учебными целями, самостоятельном изучении ситуации обучающимися, групповом обсуждении решения проблемы, публичных выступлениях обучающихся при представлении решений. Метод сценариев предоставляет возможность приобрести «искусственный» опыт, оценить наиболее вероятный ход развития событий и возможные последствия принимаемых решений. Сценарии позволяют понять динамику воздействующих факторов, сделать специальные прогнозы и представить рациональные предложения по выходу из ситуации.

Таблица 3

**Методы формирования конфликтологической компетентности**

Метод	Форма проведения
Методы активного обучения (неимитационные методы)	Проблемная лекция Круглый стол Лекция-конференция Выставки Просмотр учебных фильмов Инструктаж Мозговой штурм Наставничество Коучинг Программированное обучение Олимпиада Эвристическая беседа Практические, групповые и индивидуальные упражнения Самообучение
Имитационные методы (неигровые)	Ситуационные решения Решение конкретных конфликтологических задач Конкурс практических и научных работ с обсуждением; Конкурс эссе Конкурс профессионального мастерства Кейс-метод Моделирование производственных процессов Анализ и обсуждение специальных и учебных видеозаписей Конференции Стажировка
Имитационные методы (игровые)	Мозговая атака Деловые и ролевые игры Поведенческое моделирование Тренинг Игровое проектирование Круглый стол Дискуссии
Дистанционные	Обучение без использования сети Интернет Обучение через сеть Интернет Веб-конференции Веб-семинары Видеоконференции

Фактором, определяющим технологичность учебного процесса обучения конфликтологии, является использование информационных образовательных технологий, так как формирование профессиональных компетентностей требует создания определенных учебных ситуаций, которые могут быть реализованы в специальных учебных средах, позволяющих осуществлять опосредованное управление и эффективный контроль за деятельностью обучаемых. Эффективность проводимой работы по формированию конфликтологической компетентности можно оценивать по динамике показателей готовности работников к конструктивному разрешению конфликтов, а также

по показателям эффективности профессиональной деятельности в целом.

В создании и реализации технологии формирования конфликтологической компетентности менеджеров и работников организации может принимать участие конфликтменеджер. Специалисты выделяют следующие должностные обязанности конфликтменеджера:

- запрашивает у сторон конфликта документы, необходимые для выяснения обстоятельств конфликтного противостояния;
- изучает условия и причины возникновения конфликта; владеет диагностическими методами выявления конфликтных личностей;

- организует по согласованию с руководством подразделения (организации) назначение дополнительной экспертизы, приглашение специалистов для консультационного содействия в оценке конфликтной ситуации;

- информирует работодателя и представительный орган работников об обстоятельствах возникновения конфликтов, о нарушении законодательства, выявленных при рассмотрении спорах, с практическими рекомендациями их устранения или минимизации;

- информирует в случае необходимости работодателя о возможных социальных последствиях конфликтного деструктивного противостояния;

- оказывает помощь сторонам конфликта в поисках взаимоприемлемого решения по урегулированию проблемы на основе конструктивного диалога, содействует достижению взаимопонимания и примирению сторон;

- вносит предложения по устранению причин и условий, способствующих возникновению конфликта;

- способствует созданию атмосферы доверия, открытости и конфиденциальности, защищенности конфликтующих сторон;

- осуществляет деятельность по формированию конфликтологической компетентности работников;

- разрабатывает программы и мероприятия, направленные на формирование антиконфликтной направленности персонала предприятия;

- разрабатывает мероприятия по созданию благоприятного организационного климата;

- осуществляет социальную поддержку и психологическую помощь работникам;

- разрабатывает и внедряет программы общего оздоровления.

Авторами предлагаются следующие принципы оценки эффективности деятельности менеджеров по управлению конфликтами в организации: системности, личностного подхода, профес-

сиональной направленности, комплексности, непрерывности, систематичности, всесторонности и объективности оценки конфликтной ситуации, оперативности, эффективности, компетентности.

Разработка системы оценки эффективности формирования конфликтологической компетентности персонала базируется на выделении следующих составляющих:

- анализ результативности процесса обучения (формирование конфликтологической компетентности);

- мониторинг эффективности и качества учебного процесса;

- анализ удовлетворенности обученного сотрудника (анкетирование);

- получение информации для принятия решений о размерах и способах организации финансирования процессов создания и внедрения образовательных технологий в системе обучения персонала;

- получение информации об эффективности деятельности работника, прошедшего обучение;

- получение информации для принятия решений по развитию наиболее эффективных форм и методов обучения;

- анализ удовлетворенности руководителя результатами обучения (анкета результативности обучения);

- мониторинг состояния и динамики кадрового потенциала организации.

Конфликтологическая подготовка персонала, направленная на формирование конфликтологической компетентности, способствует развитию профессиональных знаний, навыков и умений работников, что, в свою очередь, способствует повышению конкурентоспособности на рынке труда, повышает ценность кадрового потенциала организации. Обучение персонала дает возможность выявить потенциальных лидеров и формировать кадровый резерв.

#### *Библиографический список*

1. Гагаринская Г. П., Калмыкова О. Ю., Гагаринский А. В. Профилактика конфликтных ситуаций в организации // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 7. – С. 30-36.
2. Староверова К. О. Управление конфликтами в учреждениях культуры: методика обучения. – М. : Изд-во «ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ», 2005. – 176 с.
3. Учайдзе С. С. Педагогическое управление конфликтами в образовательном учреждении : монография. – Ставрополь : Ставропольск. кн. изд-во, 2010.
4. Маслова О. П., Калмыкова О. Ю. Конфликтологическая компетентность руководителя: оценка социально-психологического самочувствия работников // Известия СНЦ РАН. Вып. «Актуальные проблемы психологии». – Самара : СНЦ РАН, 2009. – С. 51-59.
5. Калмыкова О. Ю., Симонов С. В., Гагаринский А. В. Профилактика и управление конфликтами в организации в период реструктуризации // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. – № 10. – С. 48-57.
6. Калмыкова О. Ю., Гагаринский А. В. Управление конфликтами в организациях нефтегазового комплекса // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2011. – № 3. – С. 86-95.
7. Калмыкова О. Ю. Адаптивная система индивидуализации обучения конфликтологии в процессе подготовки студентов-менеджеров // Вестник СамГТУ. Вып. 1 (9). Сер. «Психолого-педагогические науки». – Самара : СамГТУ, 2008. – С. 46-50.



8. Стуколова Л. З. Кроссдисциплинарная технология структурирования психолого-педагогической составляющей в подготовке современных менеджеров : научно-метод. пособие. – Самара : НОУ ВПО «Международный институт рынка», 2009. – 178 с.

9. Щербакова О. И., Вербицкий А. А. Конфликтологическая культура личности специалиста: контекстный подход. – М. : МГГУ им. М. А. Шолохова, 2010. – 132 с.

---

**O. Yu. Kalmykova\***

*\*Kalmykova Olga, PhD in Pedagogical sciences, Associate Professor of Samara State Technical University, Samara*  
oukalmykova@mail.ru

**G. P. Gagarinskaya\***

*\*Gagarinskaya Galina, Doctor of Economic sciences, Professor of Samara State Technical University, Samara*  
eyo080505@mail.ru

#### **FORMATION OF CONFLICTOLOGICAL COMPETENCE DURING PROFESSIONAL TRAINING FOR MANAGERS**

*Key words: conflictological competence, conflictological culture, personnel policies, educational environment, training technology.*

*The article considers psychological and pedagogical conditions for the formation of conflictological competence among modern managers. Integration of managerial and conflictological training is considered in this work. The author analyzes the scientific and methodological basis of conflictological component in the training of a modern manager (scientific and methodological principles of development and implementation of conflictological component in the training of a modern manager; assessment methods for conflictological competence of managers). The article deals with the organizational aspects of conflictological component implementation in the training of today's managers.*

---

© Калмыкова О. Ю., Гагаринская Г. П., 2012

УДК 331.109

**О. Ю. Калмыкова\***

*\*Калмыкова Ольга Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент  
Самарский государственный технический университет, г. Самара  
oukalmiykova@mail.ru*

**А. В. Гагаринский\***

*\*Гагаринский Александр Владимирович, преподаватель  
Самарский государственный технический университет, г. Самара  
eyo080505@mail.ru*

## **ШКАЛА МОТИВАЦИОННЫХ НОРМАТИВОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ КОМПЕТЕНЦИИ РАБОТНИКОВ**

*Ключевые слова: мотивационный норматив, система мотивации, кадровая политика, компетенции работников, конфликтологическая компетентность, оценка деятельности.*

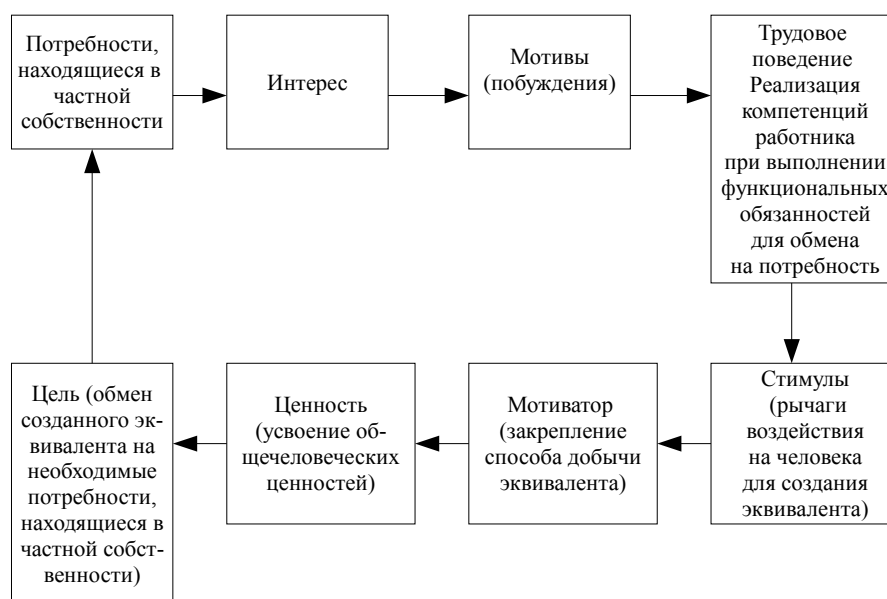
*Рассматриваются вопросы формирования шкал мотивационных нормативов как инструмент оценки структурных элементов компетенции работников. Анализируется видовая структура компетенций предприятия и структурное представление модели компетенций работников предприятия. Рассматривается технология формирования конфликтологической компетентности работника. Разрабатывается модель процесса взаимосвязи системы мотивации и стимулирования с компетентностью работника, основанная на процессно-ориентированном подходе.*

Регулярная процедура оценки деловых и личностных качеств работников, их трудовых показателей подразумевает использование этих результатов в целях стимулирования работников к профессиональному развитию, улучшению качества работы. Существующая зависимость между результатами труда каждого работника, определяемыми его компетенцией и конкурентоспособностью предприятия, обуславливает необходимость совершенствования системы мотивации и стимулирования труда на основе реализации компетентностного подхода. В практике управления персоналом важно учитывать различие людей по их мотивационной структуре. Определение мотивов деятельности каждого сотрудника, согласование этих мотивов с целями предприятия является одной из основных задач управления персоналом. Мотивация – это совокупность всех мотивов, воздействующих на поведение человека, побуждающих его к деятельности. Можно выделить несколько групп мотивов труда, образующих в совокупности единую систему. Это мотивы содержательности труда, его общественной полезности, статусные мотивы, связанные с общественным признанием плодотворности трудовой деятельности, мотивы получения материальных благ, а также мотивы, ориентированные на определенную интенсивность работы.

Очевидно, что чем большее число разнообразных потребностей реализует человек посредством труда, чем разнообразнее доступные для него блага, а также чем меньшую цену по сравнению с другими видами деятельности ему приходится платить, тем важнее роль труда в его жизни, тем выше его трудовая активность. Из сказанного следует, что стимулами могут быть любые блага, удовлетворяющие значимые по-

требности человека, если их получение предполагает трудовую деятельность. Стимулирование – это внешнее побуждение, элемент трудовой ситуации, влияющий на поведение человека в сфере труда, материальная оболочка мотивации персонала. Стимулирование труда предполагает создание условий, при которых активная трудовая деятельность, дающая определенные, заранее зафиксированные результаты, становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых и социально обусловленных потребностей работника, формирования у него мотивов труда. На основе учета общественного разделения труда и существования частной собственности можно сформировать компетентностно-ориентированную модель мотивации трудового поведения, определяемой через потребности в благах, находящихся в частной собственности (рис. 1).

О формировании мотивации труда можно говорить только в том случае, если актуальные для работника потребности (интересы) и способные их удовлетворить блага связывает трудовая деятельность. Специалисты выделяют четыре группы базовых потребностей, удовлетворение которых может осуществляться посредством трудовой деятельности: потребности в содержательности труда; потребности в общественной полезности работы; потребности в средствах существования; статусные потребности. Каждая из групп потребностей может выступать в качестве основы формирования мотивационного ядра личности. В мотивационном ядре личности можно выделить три слоя: ценности труда, практические требования к работе и оценку вероятности реализации этих требований к конкретной производственной ситуации.



**Рис. 1.** Компетентностно-ориентированная модель мотивации трудового поведения работников, определяемой через потребности в благах, находящихся в частной собственности

Множественность, структурность и иерархичность мотивации – важнейшие характеристики мотивационной сферы личности. Мотивы личности могут претерпеть лишь некоторые изменения – усиливаться или ослабляться. В этом проявляется динамичность мотивационного ядра личности. Мотивационное ядро личности – это основной критерий при определении типа мотивации индивида. Мотивация и стимулирование персонала играют важнейшую роль в обеспечении эффективного функционирования и развития предприятия. Очевидно, что желания работников простираются на любые сферы деятельности предприятия. При этом должны быть охвачены все процессы, протекающие на предприятии, и все существующие элементы менеджмента. Система мотивации и стимулирования трудовой деятельности работников как важнейший элемент менеджмента должна быть упорядочена, гибка и результативна.

Авторами в период 2008–2012 гг. было проведено исследование мотивационной структуры персонала одного из крупных промышленных предприятий г. Самары. Последовательность об-

работки информации анкетного опроса работников данного предприятия следующая:

1. Определяется степень удовлетворенности персонала предприятия той или иной стороной трудовой деятельности (жизни). Важнейшим элементом социального самочувствия является адаптация к внешним и внутренним условиям жизни. Сама адаптация определяется удовлетворенностью (индексом удовлетворенности).

В табл. 1 представлен анализ степени удовлетворенности персонала предприятия в 2008–2011 годах. Как видно из анализа степени удовлетворенности персонала предприятия, мотивационная структура предприятия ухудшилась. Адаптация персонала к внешним условиям уменьшилась почти в 2,5 раза, а к внутренним условиям в 2 раза. На неизменном уровне осталась удовлетворенность условиями труда. Такое резкое ухудшение мотивационной структуры предприятия можно объяснить кризисом 2007–2008 гг., который подорвал уверенность персонала в завтрашнем дне.

Среди основных причин неуверенности большинство респондентов назвали сложившуюся социально-экономическую ситуацию в стране – 59%.

Таблица 1

**Степень удовлетворенности персонала той или иной стороной трудовой деятельности (жизни) в 2008–2011 гг.**

Вопросы	Индекс удовлетворенности		Изменение
	2008 год	2011 год	
Удовлетворены ли вы жизнью?	0,60	0,1	-0,5
Уверенность в завтрашнем дне?	0,2	-0,6	-0,8
Положение дел на предприятии?	0,1	-0,1	-0,2
Удовлетворены ли вы работой?	0,55	0,3	-0,25
Удовлетворенность условиями труда?	0,5	0,5	0
Конкурентоспособность продукции?	0,65	0,65	0
Устраивает ли вас величина заработка?	0,35	-0,15	-0,4

Остальные респонденты распределились следующим образом: причины неуверенности связаны с неустойчивым положением предприятия – 11%; не совсем готовы к новым условиям жизни –

15%; причины неуверенности связаны с положением в коллективе – 15%.

В табл. 2 приведена сравнительная характеристика степени самоотдачи в 2010-м и 2012 годах.

Таблица 2

**Сравнительная характеристика степени своей самоотдачи в работе в 2009-м и 2012 годах работников предприятия (% респондентов)**

Вариант ответа	2009 год	2012 год	Изменение
Работаю в полную меру своих сил	15	10	-5
Работая, использую большую часть своих сил	45	40	-5
Работая, использую незначительную часть своих сил	15	30	+15
Затрудняюсь ответить	25	20	+5

Ухудшилась удовлетворенность в целом своей нынешней работой у персонала предприятия: 45% респондентов считают, что не вся деятельность необходима, и лишь 25% считают, что выполняемая ими работа действительно необходима. Также большинство работников часто работают, когда чувствуют усталость (75%), что объясняется высоким уровнем профессионального стресса и определенным уровнем конфликтности в коллективе.

2. Определяется ориентация работников (ценностная или прагматическая). Респондентов следует классифицировать по типам мотивации.

В табл. 3 представлены результаты в зависимости от ориентации (ЦО – ценностная ориентация, ПО – прагматическая ориентация) за 2010-й и 2011 годы. В 2011 году произошла переориентация респондентов с ценностной ориентации на прагматическую и нейтральную. Очевидно, что переориентация на прагматические ценности связана с ухудшением качества жизни персонала предприятия.

Таблица 3

**Классификация респондентов по типам мотивации (в процентах к общему числу респондентов)**

Тип мотивации	2010 год	2011 год	Изменение
I (преобладает ЦО)	35%	5,3 %	-27,3
II (нейтральная)	8%	17,3%	+7,3
III (преобладает ПО)	57%	77,4 %	+20,4

Оценка возможностей удовлетворения требований к работе на основе отношения между требованиями, предъявляемыми к работе, и воз-

можностью удовлетворения показывает стимулирующий потенциал данной группы работников и насколько он реализуется (табл. 4).

Таблица 4

**Ранжирование ценностей труда на основе силы требований и возможностей их удовлетворения**

Значимость требования		Требования	Возможность удовлетворения требований	
Ср. балл	Ранг		Ранг	Ср. балл
2,55	1	Хороший заработок	13	1,7
2,5	2-3	Возможность приносить пользу людям	2	2,35
2,5	2-3	Обеспечить достаток в доме	12	1,85
2,45	4	Работа, доставляющая удовольствие	6	2,15
2,4	5	Быть самостоятельным в работе	5	2,2
2,35	6-7	Возможность применять свои знания	3	2,3
2,35	6-7	Возможность общения с людьми	1	2,45
2,3	8-10	Получить жилье, садик, путевку	7-8	2,1
2,3	8-10	Возможность повышать квалификацию	7-8	2,1
2,3	8-10	Заслужить уважение окружающих	9	2
2,05	12	Выполнить свой долг перед обществом	4	2,25
2	13	Возможность продвижения по службе	11	1,9

Сопоставляя ранги требований и возможностей их удовлетворения, а также баллы их оценки, можно судить о степени удовлетворения требований, о необходимости совершенствования стимулирования по тем или иным направлениям.

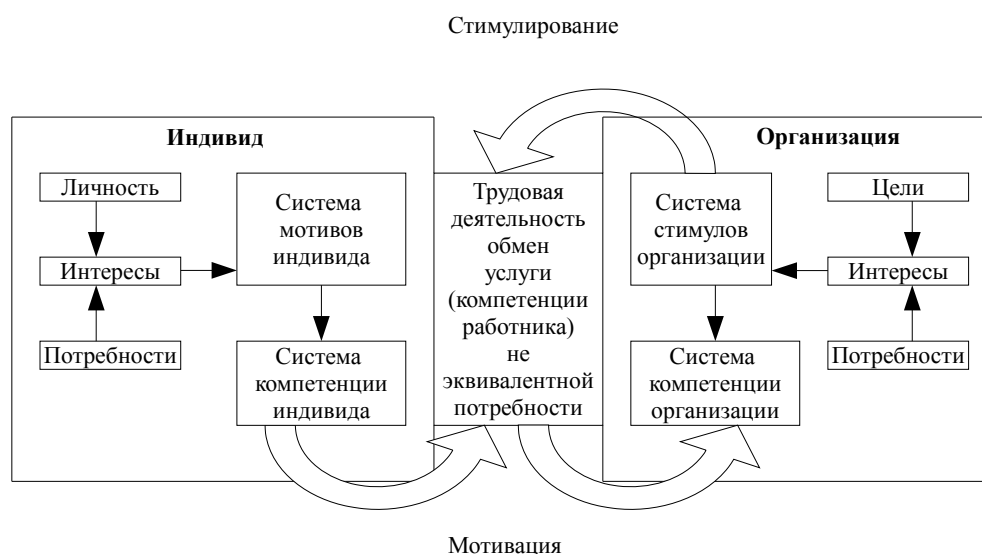
Механизм мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала является основ-

ным инструментом повышения эффективности деятельности любого предприятия. Мотивированный персонал, обладающий набором профессиональных компетенций необходимого уровня, делает возможным развитие предприятия и обеспечивает ему конкурентное преимущество на рынке. На рис. 2 представлена модель компетент-

ностно-ориентированной системы мотивации трудовой деятельности работников предприятия.

Компетенция – совокупность взаимосвязанных качеств личности, знаний, умений, навыков

и способов деятельности, задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, необходимых для продуктивного действия по отношению к ним.



**Рис. 2.** Модель компетентностно-ориентированной системы мотивации трудовой деятельности работников предприятия

Под профессиональными компетенциями понимают совокупность знаний, умений, навыков, которыми должен обладать сотрудник, занимающий определенную должность, для качественного выполнения своих обязанностей. Производственная компетенция – коллективные знания и опыт разработки, внедрения, использования авторских, запатентованных, специфичных для предприятия производственных технологий. Организационная компетенция – уникальные организационные системы, технологии и методы управления, используемые в деятельности предприятия на уровне коллектива работников.

Компетенция работников – индивидуальный индикатор трудового поведения каждого работника, определяемый совокупностью индивидуально-личностных характеристик, профессиональных знаний и квалификацией, деловых и социальных качеств и высокой всесторонней дисциплиной. Компетентность сотрудников определяется наличием знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности в заданной предметной области.

Структура компетенций представляет собой ранжированный набор компетенций, описывающих ключевые навыки, знания, умения, поведение и другие характеристики, необходимые для достижения стандартов качества и эффективности трудовой деятельности работников предприятия. Модель компетенций – это перечень компетенций с конкретными показателями их проявлений в профессиональной деятельности. В модель включаются компетенции наиболее важ-

ные для данного предприятия на определенном этапе его развития и с учетом специфики профессиональной деятельности. Модели компетенций разрабатываются индивидуально для каждого предприятия, а также для должностей, которые имеют ключевое значение для повышения эффективности деятельности. Модель позволяет определить руководителю предприятия, насколько тот или иной работник соответствует своей должности и что именно в его компетенциях требует дальнейшего профессионального развития.

Носителями компетенции предприятия индивидуально или коллективно выступают его работники. В результате взаимодействия работников предприятия на уровне коллектива формируются производственные и организационные компетенции, являющиеся, таким образом, производными от компетенции работников. На коллективном уровне проявления компетенций является совокупность навыков, умений, знаний, опыта, которая сложилась в результате деятельности конкретного предприятия. На индивидуальном уровне проявления компетенций происходит идентификация требуемых от работника знаний, умений, навыков, трудового поведения, способствующих при их проявлении достижению целевых установок всей организации. Компетенция организации проявляется в результате взаимодействия технологий, методов организации и осуществления производства, личного опыта, знаний работников.

Принципом функциональной интеграции элементов компетенции является их практическая

значимость в рамках трудовой деятельности. Структурирование компетенции работника основывается на интерпретации психологического и нравственного аспектов, познавательного и поведенческого, что позволяет изучить компетенцию работников в экономическом аспекте.

Структурными элементами компетенции работника являются:

- индивидуально-личностные характеристики (способности, образ и стиль мышления, особенности интеллекта);
- профессиональные знания и квалификации (знания, умения, навыки, опыт практической деятельности в выполнении профессиональных функций);
- деловые и социальные качества (инициативность, предприимчивость, стремление к совместной коллективной работе, коммуникативность, конфликтоустойчивость, стрессоустойчивость);
- дисциплина и отношение к трудовым обязанностям (выполнение требований техники безопасности, трудовая дисциплина).

Специалисты в области управления персоналом выделяют следующие типы компетенций:

- корпоративные (ключевые) – компетенции, которые поддерживают миссию и ценности предприятия;
- управленческие компетенции, применяемые в отношении должностей всех уровней управления;
- специальные компетенции, используемые в отношении определенных групп должностей разных подразделений предприятия. Это знания и навыки, определяющие профессиональные обязанности, уровень владения ими, способность применения их на практике отдельными категориями сотрудников;
- личностные компетенции, имеющие надпрофессиональный характер и необходимые в любой области деятельности.

Компетенции подразделяются также на простые и детализированные:

- простые – это единый перечень индикаторов поведения;
- детализированные – это компетенции, состоящие из нескольких уровней.

Профиль компетенций описывает не только то, что ожидается от сотрудников, но и то, как им следует действовать.

В ходе исследования (анкетный опрос 2010–2012 гг.) авторы выделили набор компетенций, имеющих приоритетное значение для сотрудников и руководителей промышленных предприятий: личная эффективность, профессиональное развитие, нацеленность на достижения, гибкость, лояльность и деловая этика, управление командой и сотрудничество, управление задачами, самоконтроль, планирование и организация, эффек-

тивная коммуникация, конфликтоустойчивость, стрессоустойчивость.

В данном исследовании разрабатывается многоуровневая структура ключевых компетенций управленческого персонала промышленных предприятий, включающая:

- профессиональные компетенции;
- организационно-управленческие компетенции;
- экономические компетенции;
- функциональные компетенции;
- нормативно-правовые компетенции;
- социальные компетенции;
- деловые компетенции;
- информационные компетенции;
- конфликтологические компетенции.

Необходимость учета компетенций в определении величины вознаграждения каждого работника диктует необходимость выявления веса каждой компетенции – производственной, организационной, компетенции работников в показателе, характеризующем результативность деятельности предприятия.

Учитывая, что каждый работник индивидуален в проявлении компетенции, предлагаем ориентироваться на шкалу мотивационных нормативов как инструмент оценки структурных элементов компетенции. В процессе реализации механизма мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала важным становится определение мотивационного норматива. Мотивационный норматив системы мотивации и стимулирования персонала предприятий является показателем, характеризующим мотивационный потенциал повышения эффективности деятельности отдельного работника.

Мотивационный потенциал выражается в социально-психологическом ресурсе индивида и в организационно-экономическом ресурсе предприятия, что в совокупности образует мотивационное ядро предприятия как организации индивидов. Результатом использования мотивационного норматива в системе мотивации и стимулирования трудовой деятельности является достижение соответствия оплаты труда рабочего среднему уровню оплаты труда на других предприятиях отрасли, а также уровню оплаты на крупных производственных объединениях. Также существенное воздействие на стимулирование качественного труда работника оказывает общая средняя заработная плата рабочих предприятий соответствующего вида экономической деятельности по области, городу.

Шкала мотивационных нормативов включает в себя группы показателей, которые оценивают: степень ориентации работника на конечные результаты его деятельности; уровень оплаты труда работников; инновационный потенциал; возможность профессиональной идентификации;

уровень профессиональной пригодности. По каждой из перечисленных групп показателей могут быть определены элементы компетенции работника, включающие профессиональные знания и квалификацию; отношение к окружающей среде; информационную безопасность; деловые и социальные качества; дисциплину и отношение к трудовым обязанностям, а также индивидуально-личностные характеристики отдельных работников. Авторами определены удельные веса элементов компетенции по их влиянию на показатели мотивации работника. В качестве индикаторов, определяющих степень влияния мотивов на рентабельность организации, предлагается использовать такие показатели, как:

1. Индикатор зависимости дохода рабочего от объема выпущенной продукции: часть заработной платы рабочего, рассчитанная по сделанным расценкам по отношению к общему доходу рабочего при смешанной форме оплаты труда, руб.

2. Индикатор стремления к труду: среднемесячная заработная плата одного рабочего по отношению к средней заработной плате в отрасли, руб.

3. Индикатор реализации инновационных решений: оплата рацпредложений по отношению к минимальному потребительскому бюджету, месячный, руб.

Очевидно, что применение шкалы мотивационных нормативов позволяет учитывать новые тенденции и приоритеты в развитии предприятий, ориентированных на необходимость выпуска конкурентоспособной продукции. Основными стратегическими направлениями решения проблемы кадрового обеспечения для обеспечения социально-экономической устойчивости трудовых коллективов и постоянного профессионального развития работников.

Авторами разрабатывается модель технологии управления конфликтами на основе развития мотивационного потенциала работников в повышении эффективности деятельности предприятия (рис. 3). Конфликтологическая компетентность работника включает в себя следующие составляющие:

- понимание природы организационных и межличностных конфликтов между людьми;
- формирование конструктивного отношения к конфликтам в организации;
- умение оценивать и объяснять возникающие конфликтные ситуации;
- наличие навыков управления конфликтами и профессиональными;
- умение развивать конструктивные начала возникающих конфликтов;
- умение предвидеть возможные дисфункциональные последствия конфликтов;

- наличие навыков профилактики профессионального стресса и синдрома профессионального выгорания работников.

Включение в систему профессионального развития современных менеджеров конфликтологической компетентности определяется требованиями рыночной экономики. Основным способом повышения компетенций менеджеров предприятий является профессиональное развитие и обучение персонала. Оценка мотивационного потенциала производится путем проведения оценочных мероприятий, в ходе которых используются различные методики психологической и социально-психологической диагностики, специализированные методы сбора и анализа информации.

К ним относятся:

- анкеты, направленные на выявление потребностей и мотивов работников, или социально-психологические методики, направленные на выявление мотивационного профиля персонала;
- структурированные интервью, предназначенные для выявления используемых руководителем приемов управления мотивацией работников в трудных ситуациях управления;
- методики, направленные на выявление социально-психологического климата в коллективе, доминирующего стиля управления руководителями и специфики корпоративной культуры;
- наблюдение, направленное на выявление расхождений между представлениями работников и руководителей о приемах управления мотивацией, и определение их результативности.

Направления оценки мотивационного потенциала в итоге дают информацию, свидетельствующую об эффективности или неэффективности использования знаний, навыков работников организации. Это, в свою очередь, позволяет выявить причины отклонений в использовании трудового потенциала, сбои в организационных механизмах управления предприятиями делегирования полномочий и ответственности, а также определить уровень взаимоотношений в коллективе и методы стимулирования труда персонала. В ходе второго направления оценивания анализируется динамика фактической текучести кадров.

Данный анализ проводится на основе отчетных и других данных, характеризующих деятельность предприятия. Третье направление оценивания – проведение анкетирования работников с помощью специально разработанной анкеты, включающей семь блоков вопросов. По результатам оценки, с учетом стоящих перед организацией целей и задач, вырабатываются практические рекомендации по повышению эффективности использования трудового потенциала организации, развитию персонала, совершенствованию методов работы.

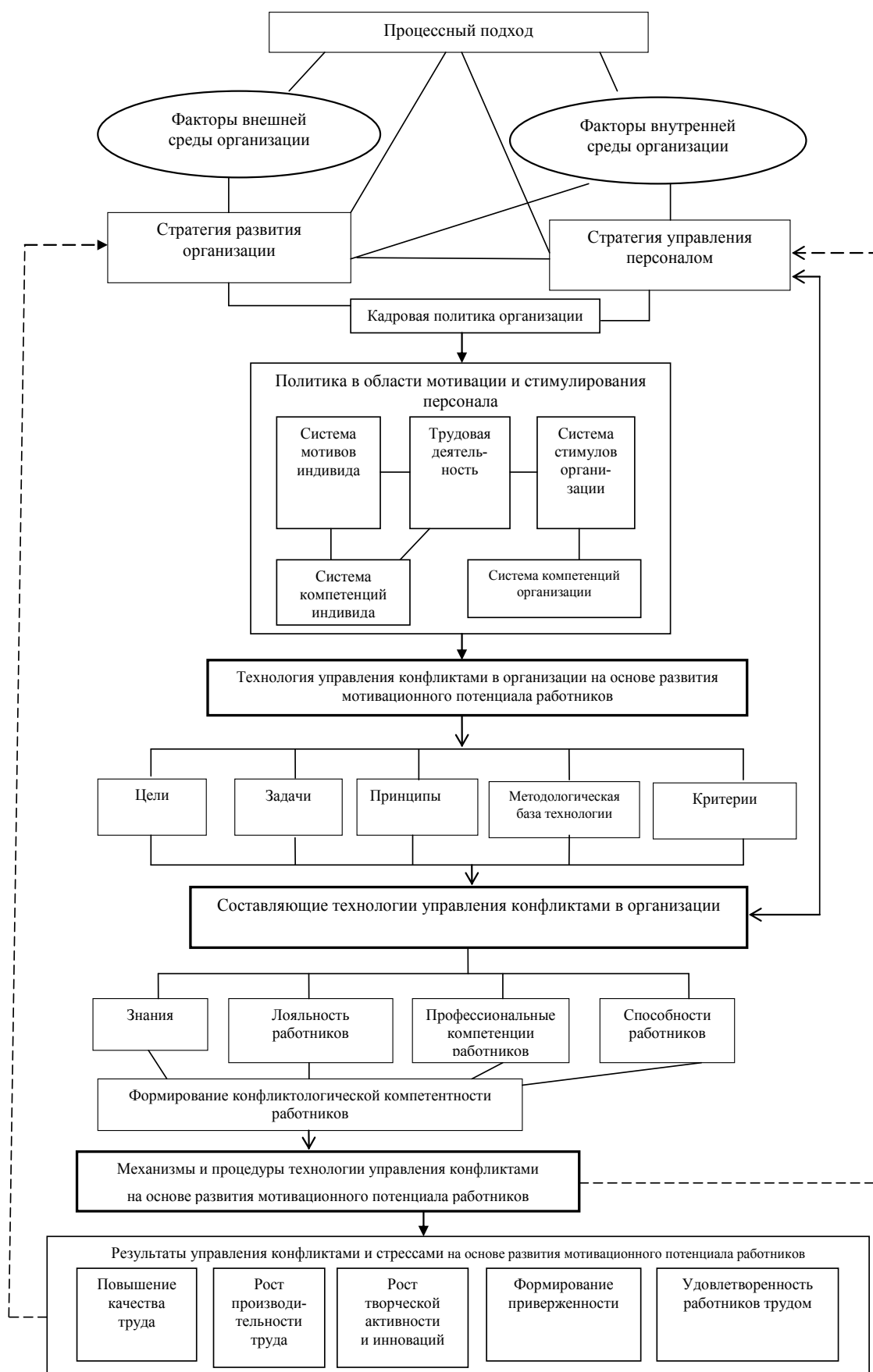


Рис. 3. Взаимосвязь элементов технологии управления конфликтами в организации на основе развития мотивационного потенциала работников



Учет компетенций работников при выборе форм стимулирования труда отвечает принципу соответствия размеров вознаграждения трудовому вкладу, обеспечения социальной справедливости в дифференциации вознаграждения и, как следствие, приводит к снижению уровня социальной напряженности в трудовом коллективе. Вместе с тем проблема разработки системы оплаты труда, построенная на компетентностном подходе, связана с проблемой измерения уровня развития компетентности работника. Данный аспект содержит в себе зону потенциального орга-

низационного и социально-трудового конфликтов. Руководитель должен провести четкое разграничение, ответив на вопрос: в чем принципиальные различия между оплатой, ориентированной на компетенции, и оплатой, ориентированной на показатели. Введение подобной системы будет более успешно на предприятиях с достаточно высоким уровнем профессионального образования, в трудовом коллективе с хорошим морально-психологическим климатом и невысоким уровнем конфликтности.

#### *Библиографический список*

1. Слезингер Г. Э. Социальная экономика : учебник. – М. : Изд-во «Дело и Сервис», 2006.
2. Кибанов А. Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева ; под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 524 с. – (Высшее образование).
3. Субетто А. И. Компетентностный подход: онтология, эпистемология, системные ограничения, классификация – и его место в системе ноосферного императива в XXI веке // Проектирование федеральных государственных образовательных стандартов и образовательных программ высшего профессионального образования в контексте европейских и мировых тенденций : материалы XVII всерос. науч.-метод. конф. – М., Уфа : Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2007. – С. 46-47.
4. Мюллер Е. В. Организационно-экономический механизм мотивации повышения использования трудового потенциала промышленных предприятий : монография. – Самара : Самарск. гос. техн. ун-т, Поволж. ин-т бизнеса, 2008. – С. 20.
5. Амельченко Т. В. Формирование профессиональной компетентности в социально-педагогическом образовании : монография. – Чита : ЧитГУ, 2011. – 230 с.
6. Слесарев Ю. В. Методы формирования социальной компетентности и нравственности в процессе профессионального обучения // Научно-технические ведомости СПбГПУ Серия «Гуманитарные и общественные науки». – 2011. – № 3 (111). – С. 120-126.
7. Зеер Э., Сыманюк Э. Компетентностный подход к модернизации профессионального образования // Высшее образование в России. – 2005. – № 4. – С. 23.
8. Марков Г. Н. Справочник по конфликтологии, общению и менеджменту. – СПб. : Альфа, 2000. – 174 с.
9. Хуторской А. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования // Народное образование. – 2003. – № 2. – С. 58-64.
10. Адаменко М. А. Повышение конкурентоспособности вуза с использованием системы управления знаниями : дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006. – С. 49.
11. Алехина О. Управление корпоративной компетенцией как один из аспектов долгосрочного развития компании // Управление персоналом. – 2000. – № 2. – С. 73–75.
12. Шилов С. С. Развитие основных компетенций специалистов по персоналу как фактор повышения эффективности системы кадровой работы в организации : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2005.
13. Щербакова О. И., Вербицкий А. А. Конфликтологическая культура личности специалиста: контекстный подход. – М. : МГТУ им. М. А. Шолохова, 2010. – 132 с.
14. Горбунова Ю. Н., Федотов С. Н. Формирование системы мотивации на основе компетентностного подхода // Вестник ун-та. – М. : Изд-во Гос. ун-та управления, 2011. – № 8. – С. 140-143.
15. Калмыкова О. Ю., Гагаринский А. В. Управление конфликтами в организациях нефтегазового комплекса // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2011. – № 3. – С. 86-95.

***O. Yu. Kalmykova\****

*\*Kalmykova Olga, PhD in Pedagogical sciences, Associate Professor of Samara State Technical University, Samara*  
oukalmykova@mail.ru

***A. V. Gagarinsky\****

*\*Gagarinsky Alexander, Professor of Samara State Technical University, Samara*  
eyo080505@mail.ru

# **SCALE OF MOTIVATIONAL STANDARDS AS A TOOL FOR EVALUATING THE STRUCTURAL ELEMENTS OF THE COMPETENCE OF EMPLOYEES**

*Key words: motivational standards, motivation system, human resource policy, personnel competence, conflictological competence, performance assessment.*

*The article deals with the problems of formation of motivational standard scales as a tool for assessment of the structural elements of employees' competence. The author analyzes the specific structure of the enterprise competencies and the structural representation of a model of employees' competence. The work considers the technology of forming the conflictological competence of the employee. The author has developed the model of interrelation between motivation and stimulation and the employee's competence, based on process-oriented approach.*

---

© Калмыкова О. Ю., Гагаринский А. В., 2012

УДК 65.01; .001.7

**Х. Ж. Бедаева\****\*Бедаева Хеда Жабраиловна, соискатель**Грозненский государственный нефтяной технический университет**им. акад. М. Д. Миллионщикова, г. Грозный**hedaj@mail.ru*

## ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Ключевые слова: инвестиции, риск-менеджмент, инновации.*

*Представлены основные этапы управления рисками в инновационно-инвестиционной деятельности.*

Основной целью управления рисками является их ограничение и минимизация, уменьшение негативного влияния на конечный экономический результат и обеспечение надежности для всех участников инновационно-инвестиционной деятельности. Для достижения этой цели риск-менеджмент необходимо рассматривать как составную и неотъемлемую часть общей системы управления, а его отдельные элементы в согласовании и увязке с соответствующими функциями управления.

Структура риск-менеджмента включает в себя две подсистемы: управляемую подсистему (объект управления) и управляющую подсистему (субъект управления). В качестве объекта управления выступают участники инновационно-инвестиционной деятельности, а также экономические и рискованные отношения между ними с учетом влияния динамичной внешней среды. Субъектом управления является риск-менеджер или специальная группа менеджеров, которые на основании полученной своевременной, достоверной, полной, объективной информации, используя различные методы теории риска, разрабатывают мероприятия и комплексы мероприятий – управляющие воздействия по снижению уровня риска или удержанию его в допустимых пределах для обеспечения надежности [4].

Следует выделить следующие основные этапы организации риск-менеджмента инновационно-инвестиционной деятельности (рис. 1):

1. Определение целей, задач управления рисками

Главное в управлении рисками – это правильная постановка цели, отвечающая экономическим интересам объекта управления. Цель управления рисками в инновационно-инвестиционной деятельности – обеспечение надежности для всех ее участников.

2. Формирование критериев оценки достижения поставленных целей

В соответствии с целью управления рисками формируются критерии оценки ее достижения. Например, к критериям оценки финансовых потоков могут относиться колебания валютных курсов, инфляция, изменение рыночного спроса и предложения. Риски информационных потерь могут быть вызваны сбоями программ, несвоевременной полученной информацией о движении сырья и материалов, возможностью кражи интеллектуальной собственности, секретностью производственной деятельности и т. д. [9].

3. Мониторинг и анализ функционирования участников

На данном этапе происходит процедура измерения и анализа результатов инновационно-инвестиционной деятельности, а также анализ показателей надежности. На основе анализа отклонений измеряемых показателей по сравнению с базисными шкалами показателей базируется процесс идентификации риска, то есть инициируется начало следующего этапа – «Качественная и количественная оценка риска и величины ущерба» [6].

Главная задача идентификации рисков – выявить максимально возможное количество рисков, способных оказать воздействие на все сферы деятельности участников инновационно-инвестиционного процесса. С помощью полученной информации и имеющегося опыта нужно составить полное описание всех существующих рисков. Это ответственный этап анализа, так как не выявленные на этом этапе риски не подвергаются дальнейшему учету и некоторое время не рассматриваются в качестве возможной угрозы или опасности.

Промежуточным этапом между качественной оценкой и количественной оценкой рисков является процедура ранжирования рисков, т.е. необходимость определить ранг для каждого риска. Ранжирование рисков может отчасти повторять идентификацию рисков, но оно необходимо для дальнейшей количественной оценки рисков. По-

сле определения ранга риска можно отсортировать риски по двум группам в зависимости от их значения. Риски, которые будут оказывать несущественное воздействие в сочетании с их веро-

ятностью возникновения, следует убрать из дальнейшего анализа. Это могут быть риски нулевого или минимального уровня потерь.



*Рис. 1. Последовательность этапов организации управления рисками*

Также определяется общий риск, с которым участники инновационно-инвестиционной деятельности способны мириться, чтобы в итоге получить в данных условиях максимально возможный результат. Данная шкала допустимости важна для всех участников и должна быть определена заранее.

4. Составление профиля риска (комплексный анализ риска) [3].

Профиль риска является динамической характеристикой результатов инновационно-инвестиционной деятельности (или уровня риска достижения цели), своеобразным динамическим представлением рискогенного облика системы в виде ранжированного перечня факторов риска, взятых в совокупности с оценками возможности их проявления и размеров возможного ущерба. Профиль риска меняется со временем по мере принятия хозяйственных решений, изменения внешних условий и конъюнктуры рынка. При регулярной актуализации можно, сравнивая профили, построенные в последовательные моменты времени, судить о характере и тенденциях изменения ситуации риска для конкретного участника и планировать на этой основе адекватные антирисковые мероприятия.

Последовательность построения профиля риска состоит из следующих шагов:

- анализ потенциальных зон риска;
- идентификация всех возможных рисков и выявление возможных негативных последствий;
- определение численных значений вероятности наступления рисков событий и их последствий;
- осуществление количественной оценки риска;
- определение приемлемого в данном конкретном случае риска;
- расчет интегрального показателя риска;
- выделение наиболее вероятных по возникновению и весомых по величине потерь рисков, которые будут являться объектом дальнейшего анализа для принятия решения по снижению их уровня.

5. Выбор стратегии и приемов управления риском

Стратегия управления риском – это искусство управления рисками в неопределенной хозяйственной ситуации, основанное на прогнозировании риска и приемов его снижения. Стратегия управления риском включает правила, на основе которых принимаются рисковое решение и способы выбора варианта решения [2].

Основными приемами управления рисками (средством разрешения рисков) являются избежание риска, принятие риска и снижение степени риска.

Избежание риска является наиболее простым и радикальным направлением в системе управления риском. Оно позволяет полностью избежать возможных потерь и неопределенность путем отказа от реализации мероприятия, связанного с риском. На практике полностью устранить возможность убытков чрезвычайно трудно, поэтому это означает: не брать на себя риск выше привычного уровня.

Снижение степени риска предполагает уменьшение вероятности и объема потерь.

Принятие (или поглощение) риска означает оставление риска за участником, когда тот считает целесообразным сохранить риск для получения более высоких результатов инновационно-инвестиционной деятельности при условии, что оставление риска никому участнику не причинит убытков [7].

6. Разработка программы действий, ориентированных на нейтрализацию или минимизацию возможных отрицательных последствий риска

На данном этапе происходит выбор методов управления риском, определяются сроки выполнения, согласуются интересы участников инновационно-инвестиционной деятельности.

Каждый метод разрешения риска имеет свои достоинства и недостатки. Конкретный метод выбирается в зависимости от вида риска и от его возможности влиять на общий потенциал инновационно-инвестиционного процесса. Сочетание сразу нескольких методов в конечном итоге может оказаться наилучшим решением по разрешению рискованной ситуации в инновационно-инвестиционной деятельности. С точки зрения минимизации расходов на рискованные мероприятия и предотвращения возможного ущерба любой метод снижения риска должен быть задействован, если он требует наименьших затрат. Расходы по предотвращению риска и минимизации потерь не должны превышать возможных размеров ущерба. Каждый метод должен использоваться до тех пор, пока затраты на его применение не начнут превышать отдачу [1].

С точки зрения своевременности принятия решения по упреждению возможных потерь различают следующие формы управления рисками:

- активная;
- адаптивная;
- консервативная (пассивная).

Активная форма управления факторами (источниками, причинами) риска означает максимальное использование имеющейся информации и средств управления для снижения рисков. При этой форме управления управляющие воздействия определяют факторы и события инновационно-инвестиционной деятельности.

Адаптивная форма управления факторами риска строится на принципе выбора «меньшего из зол», на принципе адаптации к сложившейся ситуации. При этой форме управления управляющее воздействие осуществляется в ходе осуществления процесса. В этом случае предотвращается лишь часть ущерба [8].

Консервативная модель управления факторами риска означает, что управляющее воздействие запаздывает. Рисковое событие наступило, ущерб от него неотвратим и поглощается участниками инновационно-инвестиционной деятельности. В данном случае управление направлено на локализацию ущерба, нейтрализацию его влияния на другие события.

7. Контроль реализации управляющих воздействий

На данном этапе проводится контроль исполнения методов управления рисками и их корректировка в процессе реализации. Необходим постоянный и тщательный контроль реализации методов управления в целях снижения ненужных потерь и, если возможно, изменения метода, который стал для использования нецелесообразным, на метод, способный нейтрализовать негативные последствия риска.

8. Оценка результатов применения методов и процедур управления рисками

На данном этапе производится анализ и оценка результатов выполнения выбранного варианта рискованного решения, определяется, устранили ли выбранные методы и мероприятия по снижению риска основную проблему, стоящую перед участниками инновационно-инвестиционной деятельности в ситуации риска. При достижении соответствия фактического уровня риска приемлемому уровню в ходе реализации управляющих воздействий анализ риска заканчивается. В ином случае вырабатываются корректирующие воздействия. Оценивается, какова длительность нейтрализации факторов, обуславливающих проблему [5].

#### *Библиографический список*

1. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения : учеб. пособие. – М. : Изд-во «Дело и Сервис», 2011. – С. 275.
2. Лившиц В. Н., Лившиц С. В. Об одном подходе к оценке эффективности производственных инвестиций в России // Оценка эффективности инвестиций : сб. тр. – М. : ЦЭМИ РАН, 2010. – С. 92.
3. Липсиц И. В., Коссов В. В. Инвестиционный проект. – М. : Изд-во «Бек», 2009. – С. 46.
4. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики : учебник / под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : Проспект, 2011. – 180.
5. Малашихина Н. Н., Белокрылова О. С. Риск-менеджмент : учеб. пособие. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – С. 125.

6. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э. Финансовый анализ : учеб. пособие. – 8-е изд. – М. : ИД ФБК-Пресс, 2008. – С. 103.
  7. Молчанова Н. П. Регулирование инвестиционной деятельности : текст лекций / РГЭА. – Ростов н/Д, 2008. – С. 12.
  8. Риски в современном бизнесе / П. Г. Грабовый, С. Н. Петрова, С. И. Полтавцев и др. – М. : Изд-во «Аланс», 2009. – С. 192.
  9. Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов в условиях риска и неопределенности (теория ожидаемого эффекта). – М. : ЦЭМИ РАН, 2011. – С. 67.
- 

***Kh. Zh. Bedayeva\****

*\*Bedayeva Kheda, applicant of*

*Grozny State Petroleum Technological University of M.D. Millionshchikov, Grozny*

*hedaj@mail.ru*

#### **STAGES OF RISK MANAGEMENT IN INNOVATIVE INVESTMENT**

*Key words: investment, risk management, innovation.*

*The article considers the basic stages of risk management in innovative investment.*

---

© Бедаева Х. Ж., 2012

## Предприятия

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

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ПРЕДПРИЯТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПИТАНИЯ

*Ключевые слова:* инвестиции, классификация инвестиций, предприятия социального питания, инвестиционная деятельность, реальные инвестиционные вложения, принципы и показатели оценки эффективности инвестиций.

*Рассмотрены классификация инвестиций предприятия социального питания, методы оценки эффективности инвестиций, а также отдельные показатели, система которых позволит комплексно оценить эффективность инвестиционных вложений в предприятия социального питания.*

Инвестиции представляют собой вложения капитала во всех его формах с целью обеспечения его воспроизводства роста в предстоящем периоде, получения текущего дохода или решения определенных социальных задач [1].

Инвестиционная деятельность является совершенно необходимой и для предприятия социального питания, поскольку без нее нельзя обеспечить процесс воспроизводства капитала. Она является главной формой реализации экономи-

ческой стратегии предприятия социального питания, решая практически все задачи экономического развития предприятия (расширения объема деятельности или повышения ее эффективности за счет обновления используемых фондов). Следовательно, инвестиционная политика предприятия социального питания является неотъемлемой составной организационной частью общей стратегии ее экономического развития.

Таблица 1

**Классификация инвестиций предприятия социального питания**

По объектам вложения капитала	Реальные инвестиции - в организацию производства и организацию сбыта кулинарной продукции; - в организацию потребления и обслуживания потребителей Финансовые инвестиции
По характеру участия в инвестиционном процессе	Прямые инвестиции Непрямые инвестиции
По периоду инвестирования	Кратковременные инвестиции Долгосрочные инвестиции
По уровню инвестиционного ранга	Безрисковые инвестиции Малорисковые инвестиции Среднерисковые инвестиции Высокорисковые инвестиции Спекулятивные инвестиции
По региональной принадлежности инвестора	Национальные (внутренние) инвесторы Иностранные (внешние) инвесторы

В определенной степени можно говорить о том, что объемы инвестиционной деятельности предприятия социального питания могут являться измерителем темпов его экономического развития. Для оценки этого используются показатели, характеризующие величину валовых и чистых инвестиций.

Валовые инвестиции представляют собой общую сумму вложений, направленных на расширение или обновление производственных основных фондов, приобретение нематериальных активов, прирост запасов сырья и других товарно-материальных ценностей [2].

Чистые инвестиции представляют собой сумму валовых инвестиций, уменьшенную на сумму амортизационных отчислений [3].

Динамика показателя чистых инвестиций отражает характер экономического развития предприятия, потенциал формирования его прибыли. Если сумма чистой прибыли ( $\sum \text{ЧП}$ ):

$\sum \text{ЧП} < 0$  – это свидетельствует о снижении производственного потенциала и экономической базы формирования прибыли.

$\sum \text{ЧП} = 0$  – это означает отсутствие экономического роста предприятия и базы возрастания его прибыли.

$\sum ЧП > 0$  – это означает, что на предприятии обеспечивается расширенное воспроизводство, растет база формирования его прибыли.

Инвестиционная деятельность предприятия социального питания, как и любого другого коммерческого предприятия, носит подчиненный характер по отношению к целям и задачам основной деятельности предприятия, хотя на отдельных этапах инвестиции могут принести и больше прибыли, чем основное производство. Кроме того она призвана обеспечить рост формирования прибыли предприятия от основного производства за счет:

- возрастания доходов от основного производства путем увеличения поля деятельности (расширение объема производства, реализации и организация потребления кулинарной продукции);

- обеспечения снижения затрат и издержек (обновление, рационализация производства и т. п.).

Вместе с тем, по мнению автора, действующие методы оценки эффективности инвестиций не учитывают, что оценка срока окупаемости на основе прибыли занижает этот срок, поэтому эффективность вложений повышается. Это обусловлено тем, что для вычисления берется вся прибыль, хотя реально окупаемость вложений происходит лишь за счет так называемой чистой прибыли, то есть прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль и возмещения других затрат, осуществляемых из прибыли (например, штрафы, пени и т. п.). Предлагается для определения срока окупаемости использовать следующий расчет:

$$T = K / ЧП,$$

где  $T$  – срок окупаемости;

$K$  – сумма капиталовложений;

$ЧП$  – сумма чистой прибыли.

Второй существенный недостаток существующих методик определения срока окупаемости капитальных вложений заключается в том, что при оценке средств, которые могли бы использоваться для возмещения инвестиционных затрат, не учитываются амортизационные отчисления. При нынешних нормах амортизационных отчислений последние представляют довольно значительную величину, учет которой заметно влияет на ускорение окупаемости данных затрат. С учетом изложенного срок окупаемости инвестиций предлагается рассчитывать по формуле:

$$T = K / ЧП + АО,$$

где  $АО$  – сумма амортизационных отчислений.

Проблема определения эффективности инвестиций возникает и в процессе текущей деятельности предприятия, например в случае необходимости модернизации предприятия, отдельных его участков, замены или модернизации оборудования.

В основе современных методов оценки эффективности инвестиций для действующего предприятия лежит принцип неравномерности текущего и будущего дохода. В этом случае методы

оценки эффективности инвестиций должны базироваться на определенных принципах:

1. Оценка эффективности реальных инвестиционных вложений должна осуществляться на основе сопоставления объемов инвестиционных затрат, с одной стороны, и сумм и сроков возврата инвестиционного капитала – с другой. Иными словами, должна быть предоставлена возможность сопоставления прямого и возвратного потоков инвестиционного капитала.

2. Оценка объема инвестиционных затрат должна охватывать всю совокупность используемых ресурсов. Иными словами, требуются методики, позволяющие учитывать все прямые и не прямые затраты денежных средств (собственных и заемных), материального и нематериального имущества, трудовых и других видов ресурсов.

Оценка возврата инвестируемого капитала должна осуществляться на основе показателя «чистого денежного потока». Этот показатель формируется за счет сумм чистой прибыли и амортизационных отчислений в процессе использования имущества созданного предприятия.

В процессе оценки инвестиционных затрат и чистого денежного потока их значения должны быть обязательно приведены к текущей стоимости рассчитываемого будущего периода с использованием дисконтирования.

5. Выбор дисконтной ставки в процессе приведения отдельных показателей к текущей стоимости должен быть дифференцирован с учетом уровня риска, ликвидности и других показателей финансовой устойчивости, также рассчитанных с учетом темпов инфляции и прогнозов по их будущим значениям.

С учетом вышеизложенных принципов формируются методы оценки эффективности реальных инвестиционных вложений. Ниже рассмотрены отдельные показатели, система которых позволяет комплексно оценить эффективность инвестиционных вложений в предприятия социального питания.

Первый показатель – чистый приведенный доход (разница между приведенным к текущей стоимости чистым денежным потоком и суммой инвестиционных затрат на его формирование). Этот показатель позволяет в общем виде получить наиболее обобщенную абсолютную характеристику результата инвестирования.

Вторым оценочным показателем предлагается использовать чистый приведенный доход в расчете на один год освоения инвестиционных вложений:

$$ЧПД_{год} = \sum ЧПД / T,$$

где  $ЧПД_{год}$  – чистый приведенный денежный доход в расчете на один год освоения инвестиций;

$\sum ЧПД$  – общая сумма чистого приведенного денежного дохода;

$T$  – время освоения инвестиций, лет.



При определении чистой прибыли от освоения инвестиций следует учитывать, что в настоящее время в расчетах прибыли учитываются убытки, которые ранее не учитывались при формировании налогооблагаемой базы по прибыли. Поэтому предлагается учитывать амортизационные отчисления от вводимых за счет инвестиционных вложений основных средств, за исключением неизнашиваемых основных средств. Стоимость последних относится на себестоимость, что уменьшает сумму чистой прибыли.

Применение различных методов начисления амортизации для отдельных групп основных средств в большей степени соответствует требованиям обеспечения конкурентоспособности предприятия в рыночных условиях. Например, если здания и сооружения могут использоваться в течение длительного времени без существенного изменения и по ним целесообразно применять линейный способ начисления амортизации, то активная часть основных фондов должна обновляться каждые 4–6 лет, чему будет способствовать концентрация финансовых ресурсов в первые годы их эксплуатации, что возможно на основе амортизации, исчисленной способом уменьшающегося остатка.

Третьим оценочным показателем может служить коэффициент доходности инвестиций. Он также позволяет соотнести объем инвестиций к предстоящему чистому денежному доходу по проекту. Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$K_{ди} = ЧПД/ЗИ,$$

где  $K_{ди}$  – коэффициент доходности инвестиций

$ЧПД$  – сумма чистого приведенного дохода по проекту;

$ЗИ$  – сумма инвестиционных затрат на реализацию проекта.

Четвертый показатель – коэффициент доходности. Существенное значение для потенциального инвестора имеет уверенность в стабильности и развитии предприятия. Оценить это можно через коэффициент доходности, который предлагается рассчитывать как величину чистого приведенного дохода, приходящегося на единицу заявленных инвестиционных средств. Если значе-

ние коэффициента доходности меньше или равно единице, то инвестору нецелесообразно вкладывать средства в данное предприятие.

Рекомендуется также использовать коэффициент рентабельности, который позволяет вычлени в совокупном чистом денежном доходе важнейшую его составляющую – сумму чистой прибыли, отделив ее от суммы амортизационных отчислений. Расчет коэффициента рентабельности предлагается осуществлять по формуле:

$$K_{Ру} = ЧП/ЗИ,$$

где  $K_{Ру}$  – коэффициент рентабельности инвестиций;

$ЧП$  – сумма чистой прибыли по проекту;

$ЗИ$  – сумма инвестиционных затрат на реализацию проекта.

Этот показатель позволяет также осуществлять сравнительную оценку уровня рентабельности инвестиционной и основной производственной деятельности. Результаты сравнения позволяют определить: дает ли возможность реализация инвестиционного проекта повысить общий уровень эффективности деятельности предприятия в предстоящем периоде или снизит его. Без этого невозможно принять правильное инвестиционное решение.

И наконец, последним, пятым показателем является период (срок) окупаемости инвестиций. Этот показатель является важным критерием эффективности инвестиционных вложений в развитие предприятия социального питания. Он оценивается как отношение инвестиционных вложений к среднегодовой или среднемесячной сумме чистого денежного дохода.

Итак, в статье рассмотрены классификация инвестиций предприятия социального питания, методы оценки инвестиционных проектов, показатели, система которых позволит комплексно оценить эффективность инвестиционных вложений в предприятия социального питания, а именно показатели: чистого приведенного дохода в расчете на один год освоения инвестиционных вложений, коэффициент доходности и коэффициент рентабельности, периода окупаемости инвестиций.

#### Библиографический список

1. Лимитовский М. А. Основы оценки инвестиционных решений. – М. : Дека, 2004.
2. Воронов К. А. Оценка коммерческой состоятельности инвестиционных проектов. – СПб. : Альт, 2003.
3. Там же.

**A. R. Davydovich\***

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

#### **EVALUATION OF INVESTMENT EFFECTIVENESS AT CATERING ENTERPRISES**

*Key words: investment, investment classification, catering enterprises, investment activity, real investments, principles and assessment indicators of investment effectiveness.*

*The article features classification of investments for catering companies, as well as methods of evaluating the investment effectiveness. The author studies certain indicators, the system of which will allow comprehensive assessment of investment effectiveness for catering companies.*

---

© Давыдович А. Р., 2012

УДК 658.5

**И. Г. Чернышова\****\*Чернышова Ирина Геннадьевна, соискатель**Брянский государственный технический университет, г. Брянск**chirine@yandex.ru***А. Н. Горностаева\****\*Горностаева Алла Николаевна, кандидат экономических наук, профессор**Брянский государственный технический университет, г. Брянск**gan@debryansk.ru*

## АНАЛИЗ ЭВОЛЮЦИИ МОДЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

*Ключевые слова: инновационный процесс, модель технологического толчка, модель рыночного притяжения, совмещенная модель, модель интегрированных бизнес-процессов.*

*Представлен анализ эволюции моделей инновационного процесса на промышленном предприятии.*

Инновационный процесс – совокупность последовательных действий по созданию и внедрению новых или усовершенствованных технологий [1].

В общем виде инновационный процесс – это процесс получения и коммерциализации изобретений, новых технологий, видов продукции и услуг, решений производственного, финансового, административного или иного характера и других результатов интеллектуальной деятельности.

Наиболее полная классификация моделей инновационного процесса была дана Роем Росвеллом. В 1994 году вышла в свет его статья, получившая большую популярность. В своей работе Росвелл провел анализ мирового опыта инновационного промышленного менеджмента с 50-х до 90-х годов XX века.

По результатам проведенного исследования он выделил пять поколений моделей инновационного процесса: модель «технологического толчка» (G1); модель «рыночного притяжения» (G2); совмещенная модель (G3); модель интегрированных бизнес-процессов (G4); модель интегрированных систем и сетей (G5) [4].

Модель технологического толчка начала разрабатываться еще в начале 20 в. и была полностью сформулирована к 1960 году. Она представляет собой цепочку последовательных событий: фундаментальные исследования, опытно-конструкторские разработки, производство, маркетинг, продажи.

В данной модели центральное место занимают научные исследования и почти не уделяется внимания маркетингу. Это обусловлено экономической ситуацией, в период которой модель была разработана, а именно ненасыщенностью рынка новой продукцией в период с начала 50-х до середины 60-х. В связи с этим перед компаниями не стояли проблемы реализации, и все свои усилия они сосредоточили на производстве, уделяя основное внимание стадии исследования.

Модель рыночного притяжения появилась в середине 60-х – начале 70-х. Цепочка последовательных событий: рыночная потребность; разработка; производство; продажи. Здесь на первый план выходят исследования потребностей рынка, а научные исследования рассматриваются как реакция на запрос покупателя.

Появление этой модели связано с изменением условий на рынке, когда рынок насыщен продукцией, и перед компаниями встает проблема сбыта продукции. В связи с этим все большее значение приобрели маркетинг и прогнозирование спроса. В компаниях стали вестись работы по укреплению связи между исследовательскими и производственными отделами, направленные на ускорение вывода товара на рынок.

Совмещенная модель появилась в 70-е годы XX века. Разработка модели проводилась на фоне процесса инфляции и стагфляции в экономике. Компании в этот период сосредоточили свое внимание на параллельном проведении маркетинговых и научных исследований. Как следствие, совмещенная модель инновационного процесса отражает важность как рыночных, так и технологических факторов. Здесь в качестве источника инноваций выступают и потребности рынка, и результаты научных исследований. Модель третьего поколения все еще линейна, но уже с многочисленными обратными связями.

Модель интегрированных бизнес-процессов (G4) появилась в практике компаний во второй половине 80-х годов. Своим появлением она ознаменовала переход к рассмотрению инноваций как параллельного процесса, а не как последовательного. Создание интегрированных моделей связано с появлением новых подходов к организации производства в Японии, направленных на минимизацию времени. В моделях четвертого поколения внимание уделено интеграции процессов исследования и производства, а также более тесному сотрудничеству поставщиков и конечных покупателей.

Примером интегрированного инновационного процесса может служить процесс разработки нового продукта в компании Nissan. Представленный процесс сфокусирован на основных внутренних характеристиках процесса: его параллельной и интегрированной сущности. На практике вокруг находится сеть взаимодействий, представленная в третьем поколении процесса.

Появление модели интегрированных систем и сетей (G5) относится к девяностым годам 20 в. В этот период руководство компаний стало уделять внимание интеграции не только различных подразделений, но и укреплению связей с поставщиками, потребителями, университетами и исследовательскими учреждениями. Все это нашло отражение и в модели инновационного процесса.

Пятое поколение инновационного процесса по Росвеллу представляет собой идеализированное развитие интегрированной модели (4G) и более тесную стратегическую интеграцию взаимодействующих компаний. Модели пятого поколения отражают процесс электронификации инновации, то есть интенсификации использования экспертных систем, имитационного моделирования, интегрированных систем гибкого производства и автоматизированного проектирования, связанных с поставщиками. Инновационный процесс в пятой модели отражает взаимодействие основных институтов (компания, поставщики, конкуренты, потребители), результатом которого становится инновация.

Отметим, что каждой модели, выделенной Росвеллом, соответствовал определенный этап экономической истории со своими характерными особенностями, которые и нашли отражение в модели инновационного процесса. Разработка новой модели объяснялась значительными изменениями на рынке (инфляция, промышленная экспансия).

Со времени создания классификации Росвелла (1993 г.) уже прошло почти 20 лет, и вполне логично, что развитие науки продолжилось. Сегодня можно предложить продолжить классификацию и выделить шестое поколение моделей инновационного процесса.

Ключевое звено этих моделей – ориентация на знания [3]. Именно знания становятся главным конкурентным преимуществом предприятия. Источником знаний является обучение. Таким образом, мы получаем следующую цепочку: чем быстрее предприятие обучается, тем оно считается более инновационным, тем быстрее оно способно реагировать на рыночные изменения с инновационными продуктами и услугами. Таким образом, все, что связано со стратегическим обучением, является частью того, что можно назвать шестой моделью инновационного процесса.

Итак, говоря о моделях шестого поколения, необходимо отметить, что они ориентированы на сокращение времени путем создания гибких структур. Внимание фокусируется на нематериальных активах и скрытых знаниях, интенсификации связей с внешними учреждениями [5].

Примером модели 6-го поколения может служить циклическая модель Беркхута, разработанная профессором в 90-е годы и опубликованная 2000 году. Данная модель иллюстрирует нелинейность процесса выведения на рынок нового продукта или услуги и включает множество циклических междисциплинарных взаимодействий между участниками процесса [2]. Циклическая модель синтезирует (объединяет) модель «технологического толчка» и модель «вытягивания спросом». Модель Беркхута рассматривает инновационный процесс как замкнутый цикл изменений научных знаний, технологических и технических возможностей, промышленного дизайна и производства, а также изменений на рынках.

Циклическая модель включает в себя четыре узла изменений, объединенных четырьмя взаимодействующими циклами (цикл технических знаний, инженерный цикл, маркетинговый цикл, цикл социальных знаний). В сочетании они представляют основу сложного, пересекающего границы традиционных компаний инновационного процесса, соответствующего современной модели открытых инноваций.

Беркхут рассматривает инновационный процесс как замкнутый и подразумевает, что в начале инновационного процесса может быть как спрос (рынок), так и исследования (наука). Итак, инновационный процесс может начаться в любой момент и в любом месте, а изменения в одном узле приводят к изменениям во всех остальных, меняя тем самым цикл.

Общая характеристика моделей инновационного процесса представлена в табл. 1.

Каждая из рассмотренных моделей отвечала требованиям своего времени и была жизнеспособна в существовавших рыночных условиях. Друг от друга модели отличаются следующими характеристиками: источником инноваций; наличием обратных связей; взаимодействием с внешним окружением.

Строить современную модель необходимо соответственно требованиям современного рынка, и она должна отвечать следующим требованиям:

- во-первых, в ней должно быть отражено то, что инновация должна удовлетворять потребности потребителей (потребности рынка);
- во-вторых, модель инновационного процесса должна отражать факторы, влияющие на его длительность;
- в-третьих, она должна отражать нелинейность процесса инноваций;
- в-четвертых, в модели должно быть отражено наличие как прямых, так и обратных связей между этапами процесса;
- в-пятых, модель инновационного процесса должна отражать выбор различных источников инноваций;
- в-шестых, она должна отражать взаимодействие инновационного процесса с институциональным окружением.

Таблица 1

**Модели инновационного процесса**

Название модели	Источник инноваций	Причина возникновения	Отличительная особенность
Модель «технологического толчка» (G1)	Научные исследования	Ненасыщенность рынка новой продукцией, проблем со сбытом нет, и все усилия можно сосредоточить на производстве, уделяя основное внимание стадии исследования.	Линейная модель
Модель «рыночного притяжения» (G2)	Маркетинговые исследования	рынок насыщен продукцией, и перед компаниями встала проблема сбыта продукции.	Линейная модель
Совмещенная модель (G3)	Научные исследования. Потребности рынка. Существующие знания (внешние для компании). Знания, полученные в процессе обучения на собственном опыте	Процесс инфляции и стагфляции на рынке	Линейная модель с многочисленными обратными связями
Модель интегрированных бизнес-процессов (G4)	Нет ограничений на источник инноваций, это могут быть потребности рынка, знания полученные из внешних источников, научные исследования и т. д.	Ускорение всех процессов на рынке требующее минимизации времени	Параллельная модель в которой начали развиваться идеи интеграции с внешней средой
Модель интегрированных систем и сетей (G5)	Нет ограничений на источник инноваций, это могут быть потребности рынка, знания полученные из внешних источников, научные исследования и т. д.	Руководство компаний стало уделять внимание интеграции не только различных подразделений, но и укреплению связей с поставщиками, потребителями, университетами и исследовательскими учреждениями. Активное внедрение в производство информационных технологий	Параллельный процесс инноваций, интегрированный во внешнюю среду
Шестое поколение	Нет ограничений на источник инноваций, это могут быть потребности рынка, знания полученные из внешних источников, научные исследования и т. д.	Ускорение всех процессов, главным активом становятся знания	Замкнутый процесс, с обратными связями и интегрированный с внешней средой

Синтез рассмотренных подходов к инновационному процессу и учет требований, которым в современном мире должна отвечать модель ин-

новационного процесса, позволили предложить авторскую модель инновационного процесса на предприятии (рис. 2).

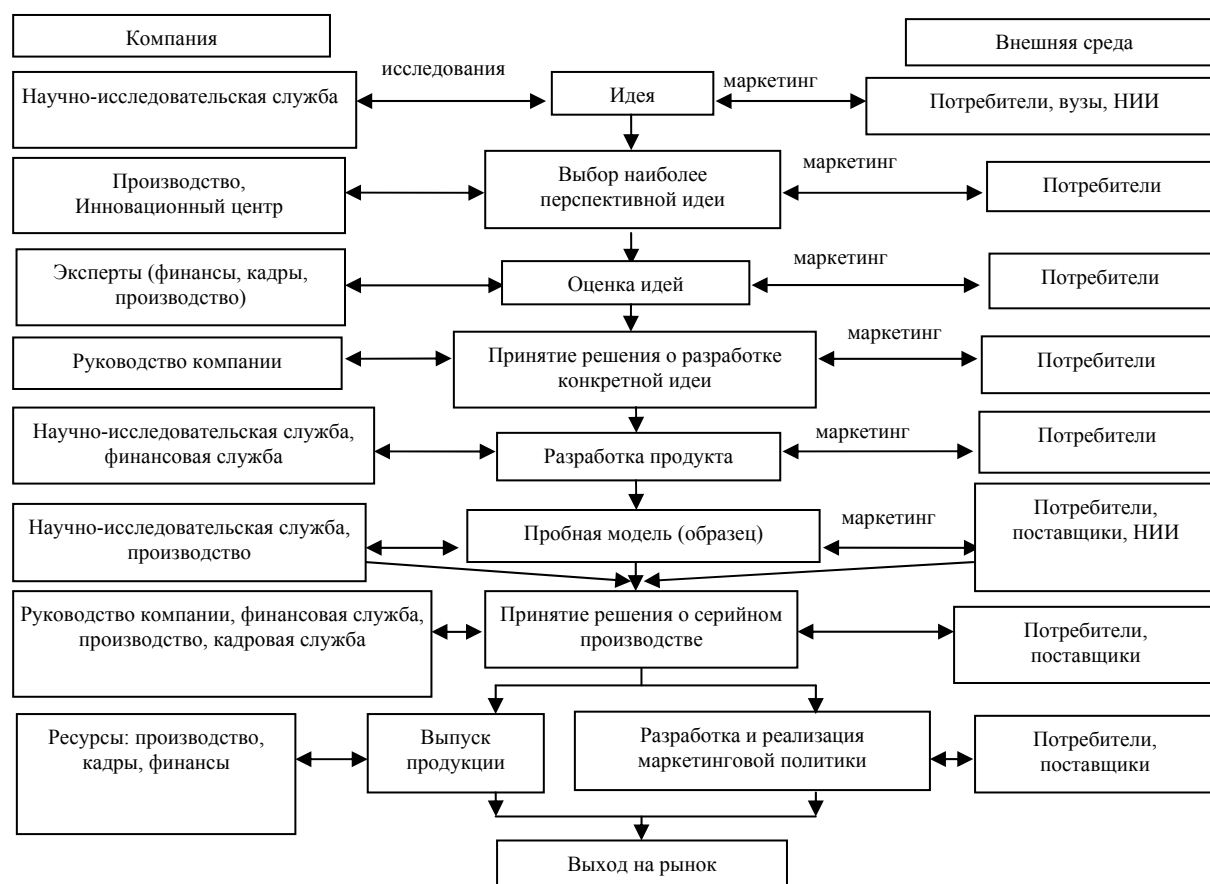


Рис. 2. Инновационный процесс на предприятии

Основу разработанной модели составляет последовательность этапов процесса и моментов принятия решений и параллельность процесса разработки и маркетинговой деятельности. Модель, представленная на рис. 2, показывает взаимодействие предприятия с внешней средой не только на этапе вывода на рынок, но и на всех этапах инновационного процесса. Она показывает также и нелинейность инновационного

процесса, отражая прямые и обратные связи между всеми его этапами.

Управление инновационным процессом направлено в первую очередь на минимизацию времени протекания самого процесса, для решения данной задачи управленцам на следующем этапе исследования необходимо четко определить все факторы, воздействующие на длительность инновационного процесса.

#### *Библиографический список*

1. Коробейников О. П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия / О. П. Коробейников, А. А. Трифилова, И. А. Коршунов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 3.
2. Berkhout G. New ways of innovation: an application of the cyclic innovation model to the mobile telecom industry / G. Berkhout, P. Van Der Duin // International journal of technology management Vol. 40. 2007. № 4. – P. 294-309.
3. Chaminade C. Social Capital as a Mechanism: Connecting knowledge within and across firms / C. Chaminade, H. Roberts // Third European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities (OKLC) Athens, Greece, April 2002. – P. 12.
4. Rothwell, R. Towards the fifth-generation innovation process // International Marketing Review Vol. 11. 1994. № 1. – P. 7-31.
5. Чесборо Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий. – М. : Перспектива, 2007. – 336 с.

---

**I. G. Chernyshova\***

*\*Chernyshova Irina, applicant of  
Bryansk State Technical University, Bryansk  
chirine@yandex.ru*

**A. N. Gornostayeva\***

*\*Gornostayeva Alla, PhD in Economics, Professor of  
Bryansk State Technical University, Bryansk  
gan@debryansk.ru*

#### **ANALYSIS OF EVOLUTION OF INNOVATIVE MODELS USED AT INDUSTRIAL ENTERPRISES**

*Key words: innovation, model of technological breakthrough, market attraction model, combined model, model of integrated business processes.*

*The article features the analysis of evolution of innovative models used at industrial enterprises.*

---

© Чернышова И. Г., Горностаева А. Н., 2012

УДК 338.242.2

**Т. И. Марченко\***

*\*Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_eio@tolgas.ru*

**А. М. Маева\***

*\*Маева Алена Михайловна, магистрант  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_eio@tolgas.ru*

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ

*Ключевые слова: конкурентные преимущества; классификационные признаки конкурентных превосходств; критический анализ подходов к классификации конкурентных преимуществ.*

*Типологизация конкурентных преимуществ по классам является теоретической базой и для эффективного управления данными свойствами, и для учета специфики управления ими в сфере услуг в том числе. Абсолютная систематизация превосходств объектов в зависимости от одного критерия невозможна из-за их индивидуальности. Следовательно, реальные варианты классификации конкурентных преимуществ, определенные в ходе тематического обзора публикаций, нуждаются в постоянной модернизации и дополнении.*

Служебное назначение классификации конкурентных преимуществ объектов проявляется в создании возможности исчерпывающего описания огромного количества существующих видов ценностей данных объектов. Одновременно вновь появляющееся конкурентное преимущество будет незамедлительно идентифицировано. Также классификация конкурентных преимуществ объектов способствует познанию связей между ними, измерению масштаба распространенности преобладающих среди них видов, знание которого позволит внести адекватные коррективы в используемый инструментарий стратегического управления, повысить точность прогнозирования объема конкурентных преимуществ и наиболее эффективно выстраивать динамику конкурентного поведения данных объектов.

Известные группировки конкурентных преимуществ объектов выполнены по одному признаку, что упрощает отражение всего многообразия превосходств и служит целям изолированного изучения отдельных ценных свойств данных объектов. Каждый отрезок времени в состоянии то или иного объекта как носителя полезных для потребителя свойств характеризуется многообразием их видов. Не исключено, что, наблюдая эволюционную сменяемость конкурентных превосходств, исследователь переходит от изучения одного набора конкурентных преимуществ к другому. Абсолютная систематизация совокупности свойств конкурентной полезности объектов в зависимости от одного критерия не представляется возможной, так как каждое ценное свойство каждого объекта в некоторой мере индивидуально и наделено рядом особенных характеристик. Это позволяет сделать вывод о том, что существую-

щие варианты классификации конкурентных преимуществ объектов нуждаются в постоянной модернизации и дополнении.

Прежде чем перейти к аналитическому обзору существующих в научных публикациях видов классификаций конкурентных преимуществ объектов, необходимо обратить внимание на вариативность направлений движения в обобщении и развитии данных классификаций.

Так, одна из траекторий совершенствования классификации конкурентных преимуществ объектов связана с формированием классов этих конкурентных преимуществ исходя из нескольких критериев одновременно. В данном случае предлагается построение многомерных классификационных матриц. Недостатком варианта матричной формализации всей совокупности конкурентообеспечивающих свойств объектов является невозможность оценки весомости участвующих в сравнении критериев.

Вторая траектория развития классификации конкурентных преимуществ объектов опирается на использование табличного метода. В подлежащем таблице выделяются границы изменения основного классификационного признака, которым сопоставляются другие признаки конкурентных преимуществ, приводимые в сказуемом таблицы. Проблема состоит в выборе детерминирующего признака и его обоснованном разложении на классы. В результате конкретный перечень сравниваемых характеристик конкурентных преимуществ объектов нуждается в логическом обосновании.

Третий возможный вариант улучшения классификации конкурентных преимуществ объектов вытекает из необходимости привлечения специ-

ального математического аппарата для проведения исследований с целью выявления аналогий и нюансов между данными объектами.

В данной статье в качестве основного рабочего инструмента систематизации и развития существующих группировок конкурентных преимуществ объектов выбран первый вариант.

На основе многочисленных работ зарубежных и отечественных экономистов, исследующих

обозначенную проблему, определены основные классификационные признаки конкурентных преимуществ. Критический анализ изложенных подходов позволил типологизировать конкурентные преимущества по укрупненным признакам (классам), отражающим форму и характер проявления, а также источники формирования (табл. 1).

Таблица 1

**Классификация конкурентных преимуществ объекта**

Признаки классификации и их группы			Виды конкурентных преимуществ
1. По форме и характеру их проявления	1.1. По времени проявления	1.1.1. По динамике реализации	Тактические 1.1.1.2. Стратегические
		1.1.2. По реализации на стадиях жизненного цикла (в том числе реализуемые на одной стадии или на ряде стадий)	1.1.2.1. На стадии зарождения 1.1.2.2. На стадии роста 1.1.2.3. На стадии зрелости 1.1.2.4. На стадии разрушения
	1.2. По способу проявления	1.2.1. По уровню стабильности проявления	1.2.1.1. Конкурентные преимущества с низкой степенью устойчивости 1.2.1.2. Конкурентные преимущества со средней степенью устойчивости 1.2.1.3. Конкурентные преимущества с высокой степенью устойчивости
		1.2.2. По возможности имитации	1.2.2.1. Уникальные 1.2.2.2. Имитируемые
		1.2.3. По возможности использования	1.2.3.1. Потенциальные 1.2.3.2. Реальные
		1.2.4. В зависимости от масштаба реализации (по сфере конкуренции)	1.2.4.1. Локальные 1.2.4.2. Национальные 1.2.4.3. Глобальные
		1.2.5. По способу существования	1.2.5.1. Материальные 1.2.5.2. Виртуальные
		1.2.6. По сущности ценности	1.2.6.1. Базисные 1.2.6.2. Второстепенные
		1.2.7. По происхождению	1.2.7.1. Естественные 1.2.7.2. Искусственные
	1.3. По форме появления и результату проявления	1.3.1. По методу или средству получения	1.3.1.1. Наследственные 1.3.1.2. Приобретенные
		1.3.2. По виду получаемого конечного результата	1.3.2.1. Преимущества, приводящие к научно-техническому результату 1.3.2.2. Преимущества, приводящие к экономическому результату 1.3.2.3. Преимущества, приводящие к социальному результату 1.3.2.4. Преимущества, приводящие к экологическому результату
	1.4. По месту и сфере проявления	1.4.1. По носителю конкурентных преимуществ	1.4.1.1. Товарные (качество продукта, цена потребления, упаковка, уровень обслуживания, ассортимент) 1.4.1.2. Нетоварные (бренд, уровень развития производства, система организации управления объектом, система организации видов деятельности)
		1.4.2. По сфере проявления	1.4.2.1. В производстве 1.4.2.2. В торговле 1.4.2.3. В маркетинге 1.4.2.4. В оказании услуг 1.4.2.5. В эксплуатации и т. д.
		1.4.3. По отношению к системе	1.4.3.1. Внутри системы 1.4.3.2. Вне системы
2. По фактору формирования	2.1. Внешние факторы		2.1.1. Демографические и социально-экономические 2.1.2. Природно-климатические и географические 2.1.3. Политические и административно-правовые
	2.2. Внутренние факторы		2.2.1. Неосязаемые 2.2.2. Осязаемые



В рамках блока, включающего признаки конкурентных преимуществ по форме и характеру проявления, в качестве первого рассматривается признак, воспроизводящий динамику их реализации (срок действия). Данная группировка защищает точку зрения Р. А. Фатхутдинова и Б. Карлоффа [2, 7], которые подразделяют превосходство одного продукта над другим на тактическое и стратегическое уровнях, понимая под данной иерархией решение оперативных задач и формирование планов на перспективу, необходимых для реализации заданных целей соответственно.

Тактическое конкурентное преимущество объекта представляет собой конкретное свойство, по которому данный объект превосходит или будет превосходить конкурентов в ближайший период времени, а стратегическое конкурентное преимущество – конкретное свойство объекта, приобретаемое последним после соблюдения в перспективе конкретных условий, определяющих превосходство анализируемого компонента над альтернативными источниками отличительного свойства. Стратегическое конкурентное преимущество предполагает длительный период эксплуатации.

В связи с постоянным изменением рыночной конъюнктуры, перерождением факторов, формирующих конкурентное поле, совокупность свойств результатов деятельности субъектов рынка, как и любые другие явления, не может быть неизменной, каждое из них демонстрирует некоторое динамическое поведение, т. е. имеет свой жизненный цикл. Вследствие того, что трансформации не могут происходить одновременно, жизненные циклы конкурентных преимуществ разных объектов и в разные моменты времени вариативны, что обуславливает отличия данных конкурентных преимуществ по стадиям жизненного цикла, образуя второй признак классификации.

В работе А. П. Градова [8] предлагается концепция жизненного цикла конкурентного преимущества, которая включает стадии зарождения, ускорения роста, замедления роста, зрелости и спада (упадка). Согласно его концепции на этапе зарождения ценности объекта начинается формирование стратегического потенциала рыночного субъекта.

Этап ускорения роста конкурентных преимуществ характеризуется существенным усилением стратегического потенциала производителя объекта за счет интенсификации его инвестиционной деятельности как следствие приращения параметров спроса на данный объект. Отдельные элементы того или иного участника рыночных отношений складываются в систему, между ними возникают устойчивые связи, позволяющие получить эффект целостности, существенно усиливающий уровень конкурентного превосходства.

Замедление роста ценностных параметров объекта, реализуемого некоторым субъектом хозяй-

ствования, может стать следствием начала проникновения на рынок несколько большего, чем ранее, числа конкурентов, появлением среди них претендентов на лидерские роли. В связи с этим отдельные элементы стратегического потенциала создателя объекта перестают гармонизировать с перерожденной ситуацией, но конкурентирование других участников рыночных отношений еще не настолько influent в экономике и на данном этапе жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта сохраняются лидирующие позиции его поставщика.

Стадия зрелости конкурентных преимуществ объекта идентифицируется в момент оказания экспрессивного давления на все каналы, участвующие в создании ценности данного объекта. Следствием этого является достижение наивысших значений уровня конкурентных превосходств и поддержка в течение определенного периода времени максимальной продуктивности потребления наличествующих ресурсов. Вместе с тем к концу этого периода становятся осязаемыми негативные тенденции, свидетельствующие о «начале конца» конкурентного преимущества – на рынке доминантные позиции начинают занимать более могущественные оппоненты.

Утрата конкурентных активов происходит главным образом в результате проведения соперниками на рынке агрессивной политики, а также вследствие усиливающегося снижения стратегического потенциала создателя объекта. Это положение распространяется на все виды потребляемых средств, включая информационные и организационные ресурсы поставщика объекта. Субъект хозяйственного управления не способен своевременно принять адекватные меры по ремаркетингу или поддерживающему маркетингу конкурентных преимуществ носителя конкурентно-обеспечивающих свойств.

В научных публикациях встречаются и несколько иные градации жизненного цикла конкурентных ценностей объекта, обусловленные различными, в том числе и форс-мажорными, обстоятельствами, складывающимися в национальной экономике, различных ее секторах или декомпозированных субъектах.

Так, А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд-III жизненный цикл конкурентного преимущества предлагают условно разделить на три фазы [6]: период формирования конкурентного преимущества, период успеха и период утраты конкурентного преимущества (рис. 1).

Показатели вертикальной оси обусловлены в значительной степени спецификой отрасли, которая выражается в степени доступности копирования объектов и конкурентной среды. В качестве основной идеи, заложенной в представленное дробление жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта, выступает корреляционная зависимость между продолжительностью ка-

ждой фазы и выбором конкурентных стратегий как источников создания отличительных свойств. Так, по мнению названных ученых, превосходство объекта проявляется в результате реализации конструктивной наступательной стратегии, не поддающейся воспроизведению конкурентами. Обо-

ронительные стратегии рекомендованы ими для защиты и сохранения ценностных свойств объектом.

Авторская интерпретация характеристик фаз жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта представлена в табл. 2.



**Рис. 1.** Формирование и утрата конкурентного преимущества продукта

Таблица 2

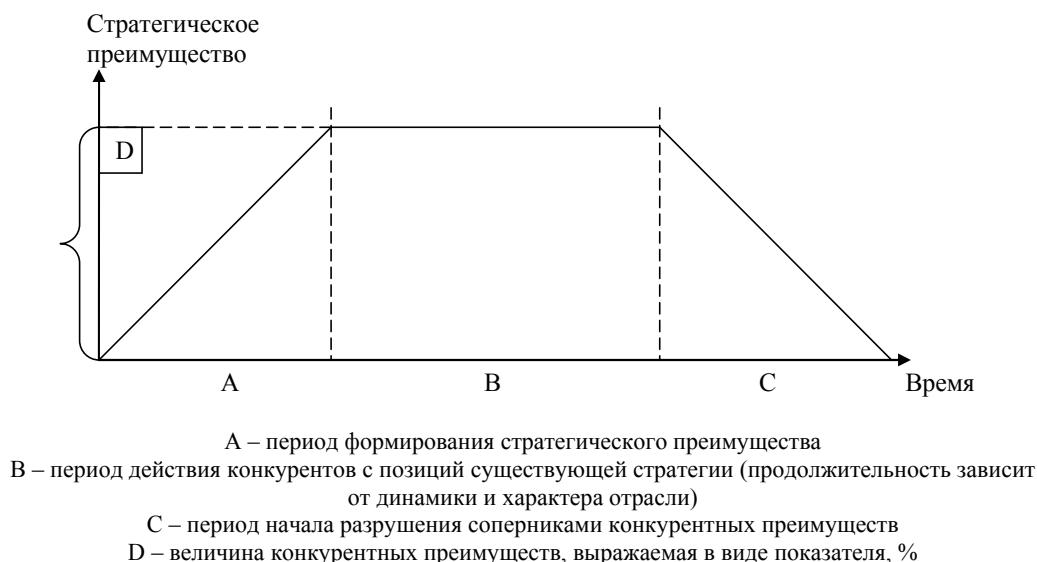
**Характеристика фаз жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта  
(по А. А. Томпсону-мл. и А. Дж. Стрикленду-III)**

Наименование фазы жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта	Характеристика фазы жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта	Продолжительность фазы жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта	Примечания
Период формирования конкурентного преимущества объекта	Создатель объекта предпринимает стратегические инициативы агрессивного характера для достижения значительного опережения конкурентов	Различна для каждого объекта; сокращение фазы обеспечивает наличие необходимых ресурсов и возможностей либо существование немедленной ответной реакции потребителей на инициативы создателя объекта; удлинение фазы зависит от объективной необходимости значительного временного ресурса на завоевание потребительских симпатий либо освоение новых технологий и мощностей	Чем дольше создается конкурентное преимущество, тем выше вероятность раскрытия конкурентами стратегических намерений поставщика объекта и принятия ими ответных мер
Период успеха объекта	Максимизация объема полученного конкурентного преимущества	Зависит от времени, необходимого конкурентам для осуществления ответных действий и сокращения возникшего разрыва	Продолжительная фаза позволяет длительный период времени получать доход выше среднего по отрасли и окупить намного раньше нормативного срока инвестиции, вложенные в создание преимущества
Период утраты конкурентного преимущества объекта	Объект теряет свою ценность для потребителей	Зависит от наличия опыта и достаточности имеющихся ресурсов у конкурента, его нежелания уходить с рынка без сопротивления	Создатель объекта должен предпринять новые стратегические наступательные или оборонительные действия для обеспечения опережения конкурентов, укрепления рыночной позиции и поддержки приверженности потребителей

Аналогичный жизненный цикл можно наблюдать и у Б. Карлоффа [2], но каждая его фаза связывается здесь со стратегией конкурентов, иллюстрируя сущность дефиниции «конкурентные преимущества» (рис. 2).

Рассмотренные концепции жизненных циклов конкурентных преимуществ, предложенные

А. П. Градовым, А. А. Томпсоном-мл., А. Дж. Стриклендом-III и Б. Карлоффом, расцениваются как целесообразные, так как каждая из них может найти применение в практике управления, согласуясь с соответствующим вектором анализа.



**Рис. 2.** Жизненный цикл конкурентных преимуществ объекта

Проблема исследования жизненного цикла конкурентных преимуществ объекта наряду с обзором представлений в области формирования данных преимуществ предполагает решение вопросов их сохранения. Степень устойчивости потребительских предпочтений определяет длительность обеспечения лидирующих позиций их обладателю в том или ином рыночном сегменте. В связи с этим возникает еще один классификационный признак конкурентных преимуществ – уровень стабильности проявления, в соответствии с которым преимущества подразделяются на преимущества с низкой, средней и высокой степенью устойчивости.

По мнению М. Портера [5], устойчивость преимущества достигается в случае способности последнего противостоять истощению вследствие конкурентного поведения других субъектов рыночного сегмента, что акцентирует внимание на организационных способностях и других конкурентозначимых ресурсах, обеспечивающих ценностные и контрдублирующие свойства объекта.

Д. Дж. Коллис и С. А. Монтгомери [3] выделяют следующие критерии, которым должен удовлетворять ресурс, участвующий в создании конкурентного преимущества, имеющего продолжительный жизненный цикл:

- сложность воспроизведения конкурентами, заключающаяся в значительной временной протяженности и высокой капиталоемкости данного процесса, а также уникальности самого ресурса;

- длительность эксплуатации;
- превосходство ресурса;
- устойчивость к нейтрализации.

Резюмируя вышеизложенное, необходимо подчеркнуть обязательность формирования некоторым устойчивым конкурентным преимуществом так называемых входных барьеров (в том или ином виде), препятствующих появлению других претендентов на получение экономических рент от реализации объекта-аналога в привлекательном рыночном сегменте. Известно, что входные барьеры могут принимать различные формы, но общим для них является высокая капиталоемкость и затратоемкость на поддержание при ограниченном жизненном цикле. На другом конце понятия конкурентного преимущества рассматриваются проблемы выходных барьеров, которые не позволяют действующим создателям аналогичного объекта покидать занимаемые ими низкоприбыльные, вырождающиеся, то есть непривлекательные, рыночные ниши.

Устойчивое конкурентное преимущество традиционно считается преимуществом высокого порядка (уникальность продукта, технологии или специалистов, хорошая репутация производителя продукта и т. п.). Появление сохраняющегося длительный период времени превосходства объекта в современной высококонкурентной среде весьма затруднительно, так как для его создания требуется исследовать все факторы формирова-

ния конкурентных преимуществ с учётом постоянно меняющейся экономической среды.

Неустойчивые предпочтения потребителей принято называть преимуществами низкого порядка (возможность использования дешевых ресурсов), что связано с их быстрой утратой вследствие роста цен и заработной платы, свободного доступа к ним рыночных конкурентов. Иначе преимущества низкого порядка представляются как преимущества с низкой степенью устойчивости, не способные обеспечить превосходство над конкурентами в перспективе.

По возможности имитации потребительскую ценность объекта представляют в двух видах: как уникальную и как имитируемую. Под уникальными принято понимать преимущества, имитация и воспроизводство которых практически исключены, а к имитируемым относят свойства объекта, возможные для тиражирования другими производителями.

Возможность использования конкурентных преимуществ предполагает деление последних на потенциальные и реальные. Реальное превосходство объекта над аналогами определяет его текущее позиционирование на рынке, а потенциальное – ориентировано на желаемую конкурентную позицию в будущем.

В зависимости от масштаба реализации преимущества группируются в локальные, национальные и глобальные свойства объектов. Локальное конкурентное превосходство достигается в пределах среды базирования создателя объекта. Национальные конкурентные ценности обуславливаются преимуществами страны, в которой размещается поставщик объекта. Глобальные конкурентные преимущества связаны с предпринимательской деятельностью производителей объекта конкуренции, являющихся представителями конкретной страны на мировом рынке. Р. А. Фатхутдинов группу локальных конкурентных преимуществ дезагрегирует следующим образом: рабочее место, производитель продукта, регион, отрасль [7]. На наш взгляд, данную детализацию конкурентных преимуществ объекта правомерно может дополнить товарный уровень, уровень вида деятельности создателя объекта, уровень сравнения с другими объектами-аналогами в рыночном сегменте.

Следующим признаком классификации конкурентных преимуществ является способ существования. Превосходные материальные свойства объекта носят вещественный характер и выражаются при создании его стоимости в виде сырья и конечного продукта. Нематериальные конкурентные преимущества участвуют в виртуальной цепочке создания стоимости, иначе это процесс добавления информации, позволяющий преобразовать информацию в новые объекты на виртуальном рынке.

Сущностное наполнение конкурентных преимуществ делит их на базисные (основные) и второстепенные (вспомогательные).

По происхождению выделяют естественные и искусственные ценностные свойства объекта. Естественные конкурентные преимущества создают фундамент под специализацию субъекта рыночного сегмента. Нацеленность на участие во внешних цепочках создания стоимости объекта, контролируемых в большинстве случаев конкурентами, часто лимитируется производством, первичной переработкой и реализацией ресурсов, одновременно выводя рычаги управления в зону, находящуюся вне собственников капитала. В результате стержневая добавленная стоимость создается за пределами субъекта, что сильно ограничивает уровень конкурентоспособности объекта.

Естественные конкурентные преимущества должны быть положены в основу искусственных конкурентных преимуществ в целях создания предпосылок для самостоятельной генерации производителем цепочки создания стоимости объекта, не только охватывающей наряду со средствами производства и кадрами транспорт и логистику, систему и рынок сбыта, финансовое обслуживание, систему управления, но и открывающей перспективы участия в формировании различных территориальных кластеров.

Конкурентные преимущества объекта группируются и по методу их получения с делением на наследственные и приобретенные [1]. К наследственным относятся те свойства объекта, которые заложены изначально при создании его производителя, являются переходящими и способствуют тем самым удержанию высоких конкурентных позиций на протяжении длительного периода времени. Под приобретенными понимаются преимущества, полученные в процессе функционирования создателя объекта.

Необходимо выделить и такой классификационный признак отличительных свойств объекта конкуренции, как вид получаемого конечного результата, который обосновывается направленностью действия конкурентных преимуществ на достижение каких-либо результатов, наиболее значимыми среди которых являются увеличение рыночной доли и укрепление конкурентных позиций создателя объекта. Стоит согласиться в этом вопросе с точкой зрения Р. А. Фатхутдинова, который выделил следующие возможные виды результатов – научно-технический, экономический, социальный и экологический [7]. Научно-технический результат он связывает с освоением новых технологий и увеличением удельного веса прогрессивных технологических процессов в общем объеме реализуемых технологических процессов, что в конечном итоге приводит к росту доли новых объектов. Экономический результат ассоциируется с приростом объемов продаж и прибыли, повышением производительности

сти труда, ускорением оборачиваемости оборотных средств, ростом конкурентоспособности объектов. Социальный эффект от производства и реализации конкурентоспособных объектов соотносится с повышением безопасности труда, улучшением условий труда и отдыха, повышением уровня образованности работников, участвующих в создании объекта и доведении его до конечного потребителя. Экологический результат предполагает улучшение экологичности создаваемых объектов, уменьшение отходов производства, сокращение выбросов в атмосферу, почву и воду вредных компонентов.

По носителю выделяют товарные и нетоварные конкурентные преимущества объекта. Первая группа ценностных свойств характеризует результат производственно-хозяйственной деятельности – сам объект и имеет непосредственное отношение к характеристикам, составляющим его конкурентоспособность (качество объекта, цена потребления, упаковка, уровень обслуживания, ассортимент).

В свою очередь, конкурентные преимущества нетоварного характера определяются потенциальной возможностью производителя (бренд, уровень развития производства, система организации управления и видов деятельности). Следовательно, в отличие от конкурентных превосходств товарного признака данный вид преимуществ обуславливается непосредственными характеристиками самих процессов производства и реализации объекта. Следует отметить, что конкурентные преимущества нетоварного и товарного признака являются взаимосвязанными и взаимозависимыми, позволяя в итоге получать разноуровневый синергетический эффект.

Так как многие субъекты рыночного сегмента формируют портфель видов деятельности, потребительские предпочтения в отношении предлагаемого набора классифицируются по сфере проявления (в производстве, в торговле, в маркетинге, в оказании услуг, в эксплуатации и т. д.). По мнению А. А. Томпсона-мл. и А. Дж. Стрикленда-III, конкурентные преимущества могут проявляться в технологиях, в производстве, в сбыте, в маркетинге, в профессиональной подготовке, в качественном менеджменте [6], то есть сфера проявления конкурентных преимуществ у каждого рыночного субъекта в отдельности будет зависеть от осуществляемого им вида деятельности.

По отношению к системе конкурентные преимущества могут формироваться как внутри системы, так и вне ее. Ж.-Ж. Ламбен [4] называет в рамках того же признака классификации конкурентные преимущества внешними и внутренними. Конкурентное превосходство объекта формируется вне субъекта рыночного сегмента как системы, в случае если оно опирается на отличительные свойства предложения, образующие ценность для потребителя либо за счет сокращения

издержек потребления, либо за счет увеличения получаемого блага при тех же издержках. Подобное конкурентное преимущество увеличивает предельную ценность объекта в том смысле, что она может заставить рынок принять цену продаж выше, чем у приоритетного (наиболее опасного) конкурента, не обеспечивающего соответствующего отличительного качества.

Формируемое внутри системы конкурентное преимущество базируется на превосходстве производителя объекта в отношении издержек производства и управления, создавая при этом «ценность для изготовителя», позволяющую добиваться стоимости объекта меньшей, чем у конкурента. Внутреннее конкурентное преимущество – это следствие более высокой производительности, обеспечивающей большую рентабельность и большую устойчивость к снижению цены продаж, которое может быть навязано рынком или конкуренцией. Данные разновидности конкурентных преимуществ, имеющие разное происхождение и разную природу, нередко оказываются несовместимыми, поскольку требуют существенно различающихся навыков и культуры (рис. 3).

График отражает изменения в предельной ценности объекта для потребителя при определенном уровне издержек производства. Обе величины нормируются в процентах по сравнению с аналогичными значениями для наиболее значимого конкурента. Биссектриса разграничивает благоприятные и неблагоприятные зоны.

Главной задачей исследования конкурентных преимуществ объекта является поиск возможностей его позиционирования в границах представленных осей в целях извлечения из этого информации для принятия адекватных управленческих решений. При выборе положения по оси «предельная ценность объекта» следует использовать данные, полученные при исследованиях имиджа объекта и позволяющие измерить ценность, воспринимаемую рынком, а также оценить эластичность по цене. При анализе «стоимости объекта» следует исходить из кривой опыта или учитывать данные наблюдений за конкурентами.

Рассмотренные выше признаки классификации конкурентных превосходств объектов являются обобщающими, так как отражают состояние, динамику и результат.

Индивидуальным признаком конкурентных преимуществ, по нашему мнению, является классификация по факторам формирования, которая отражает факторную природу свойств объекта, определяющих предельную полезность последнего. Исследованию данного аспекта уделено достаточно много внимания в тематических публикациях, и необходимо заметить, что к факторам формирования конкурентных преимуществ объекта относятся факторы как внешней, так и внутренней экономической среды.

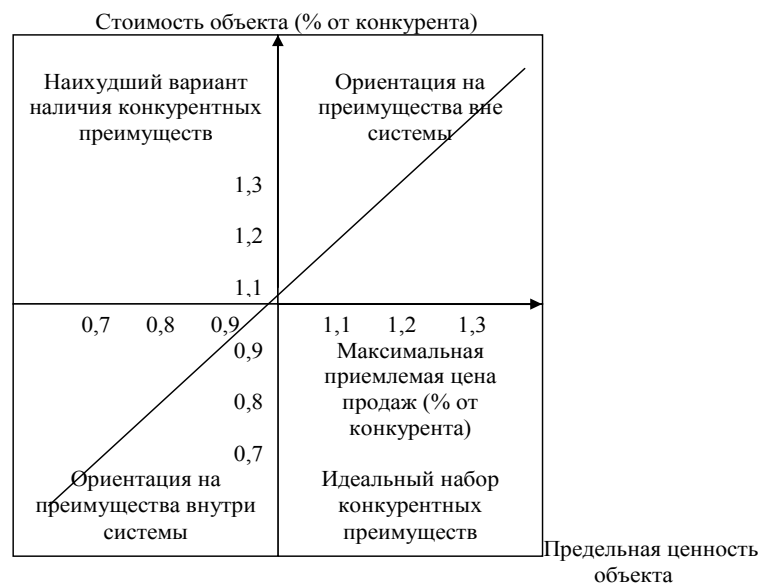


Рис. 3. Понятие классификации конкурентного преимущества по отношению к системе

Критический анализ различных точек зрения ученых-экономистов, занимающихся исследованием проблемы идентификации факторов формирования конкурентных преимуществ, позволил определить следующее: в процессе становления современной теории конкурентных преимуществ сложилось два подхода (рис. 4).

Рыночный подход получил свое развитие в школах планирования И. Ансоффа и позиционирования М. Портера, а ресурсный подход пропагандируется школой ресурсов, способностей и компетенций.

Представители первого направления в поиске источников конкурентных преимуществ смещали акцент в структуре сред в сторону ролевого доминирования внешних факторов, следовательно, по их мнению, для формирования и развития конкурентных преимуществ объекта его производители должны оптимально адаптироваться к

специфической внешней среде. В числе основных внешних факторов на базе изученных мнений нами выделены следующие: демографические и социально-экономические, природно-климатические и географические, политические и нормативно-правовые.

Представители второго направления актуализируют внутренние параметры создателя объекта, исследование которых позволило среди их совокупности выделить осязаемые (материальные) и неосязаемые (нематериальные) факторы конкурентных преимуществ. Развитие данных преимуществ, по мнению сторонников ресурсного подхода, способствует предвосхищению реакции создателя объекта на изменения внешней среды, завоеванию им значительных рыночных позиций, что обеспечивает оптимизацию его экономических рент.

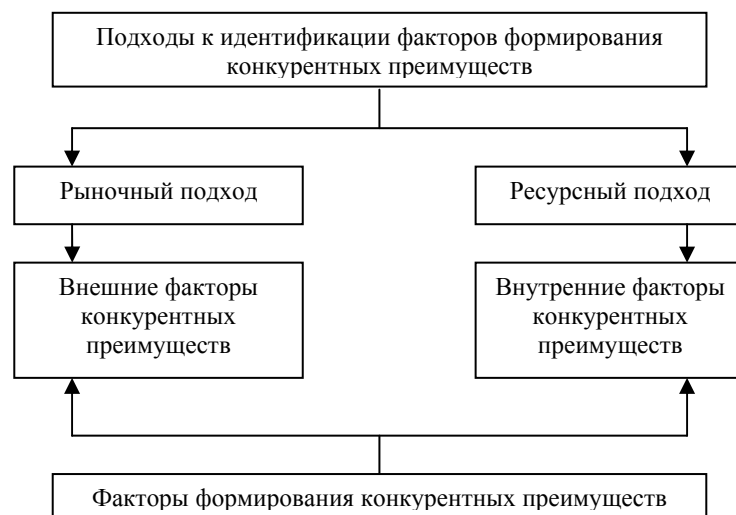


Рис. 4. Подходы к идентификации факторов формирования конкурентных преимуществ

В заключение хотелось бы отметить, что типологизация конкурентных преимуществ объекта по укрупненным классификационным признакам является теоретической базой не только для

эффективного управления конкурентными преимуществами объекта, но и для рассмотрения специфики управления данными преимуществами в сфере услуг в том числе.

#### Библиографический список

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Карлофф Б. Деловая стратегия : пер. с англ. / науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписнова. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
3. Коллис Д. Дж. Конкуренция на основе ресурсов: стратегия в 1990-е гг. : пер. с англ. / Д. Дж. Коллис, С. А. Монтгомери // Вестник СПбГУ. Сер. «Менеджмент». – 2003. – Вып. 4. – С. 186-208.
4. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с франц. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
5. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. О. Л. Пелявского, Е. Л. Усенко, И. А. Шишкиной. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2010. – 592 с.
6. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа : пер. с англ. / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд-III. – 12-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
7. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник для вузов. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
8. Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособие / под ред. А. П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб. : Изд-во «Специальная литература», 2000. – 589 с.

**T. I. Marchenko\***

*\*Marchenko Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
kaf\_eio@tolgas.ru

**A. M. Mayeva\***

*\*Mayeva Alena, Graduate student of Volga Region State University of Service, Togliatti*  
kaf\_eio@tolgas.ru

#### APPROACHES TO CLASSIFICATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF OBJECTS

*Key words: competitive advantage; classification features of competitive advantages, critical analysis of approaches to classification of competitive advantages.*

*Typology of competitive advantages, divided in classes is the theoretical basis for the effective management of these properties, and for analyzing peculiarities of such management, including that of the service sector. The absolute systematization of advantages of the objects based on one criterion is impossible because of their individuality. Consequently, the possible variants of competitive advantages classification, identified in the review of corresponding publications, require constant upgrading and expansion.*

© Марченко Т. И., Маева А. М., 2012

УДК 338.46

**В. С. Марченко\***

*\*Марченко Виктория Станиславовна, кандидат педагогических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
borismarch@yandex.ru*

**Т. А. Раченко\***

*\*Раченко Татьяна Александровна, кандидат экономических наук, старший преподаватель  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
rta-11t@yandex.ru*

## **ПРИМЕНЕНИЕ АППАРАТА ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ**

*Ключевые слова: прогнозирование, планирование, имитационное моделирование.*

*Рассматривается имитационное моделирование, представляющее собой серию численных экспериментов, призванных получить прогнозные значения объемов продаж операторов связи.*

Современный рынок телекоммуникационных услуг в РФ в последние годы активно развивается и характеризуется оживлением инвестиционного климата и, как следствие, увеличением спроса на развитие инфраструктуры операторов, зрелости новых технологий доступа и необходимости вывода востребованных пользовательских сервисов. Одной из тенденций развития телекоммуникационных компаний на современном этапе является принципиальное изменение характера и структуры предоставляемых услуг, что можно объяснить стремительным ростом количества новых Интернет-приложений. Также меняются пропорции между уже существующими и вновь создаваемыми сетевыми услугами, конвергенция телекоммуникационных систем с сетью Интернет. Для операторов связи это прежде всего гибкость и адаптируемость продуктов и решений, поддерживаемых складом оборудования, оперативной логистикой поставок и работой на опережение, когда логистико-производственный процесс комплектации начинается еще до подписания контракта. Достижение данных результатов возможно при корректном и грамотном прогнозировании и планировании ресурсов и потребностей в комплектующих (с горизонтом более полугода) с использованием новых информационных технологий.

Эффективное управление финансовыми потоками телекоммуникационных компаний допустимо лишь при планировании всех финансовых ресурсов, их источников отношений хозяйствующего субъекта. Основой для финансового планирования является финансовое прогнозирование. Прогнозирование – это определение будущего состояния организации и ее окружения на основе сложившихся тенденций. Его суть состоит в оценке будущего состояния организации и внешней среды, в том числе условий сбыта продукции, поведения конкурентов, потенциальной структуры активов и источников их финан-

сирования и т. п. Без этих оценок расчеты эффективности вложений средств едва ли будут удовлетворять минимальным требованиям достоверности.

Оценка последствий решений и действий для организации с учетом сложившихся тенденций изменения внешней среды и состояния организации или прогнозирование отличается от планирования этих действий и решений только тем, что при планировании руководствуются прежде всего целью, которую надлежит реализовать, то есть исходя из цели планируют последовательность действий и потребные ресурсы для их осуществления. При прогнозировании же результат или возможная степень достижения целей есть вероятные последствия принятых или планируемых решений. Поэтому прогнозирование является необходимым элементом планирования и управления. И успех планирования и, следовательно, управления деятельностью организации будет полностью определяться качеством прогнозных оценок последствий принимаемых решений [2].

Одним из важных моментов решения задач прогнозирования является применение имитационного моделирования. Определение структуры и описания взаимодействия элементов дискретно-событийной имитационной модели позволит исследовать зависимость объемов продаж операторов связи от различных сочетаний значений показателей, определяющих спрос и предложение телекоммуникационных услуг. Имитационное моделирование является единственным методом, который обеспечивает как точный анализ, так и визуальное представление альтернативных вариантов. На данный момент системы имитационного моделирования являются наиболее эффективным средством исследования сложных систем. Блок имитационного моделирования входит в типовые архитектуры САПР (САЕ-модуль) и АСНИ (Автоматизированная система научных исследований). В отличие от традиционного ана-



литического моделирования принцип имитационного моделирования основывается на том, что математическая модель воспроизводит процесс функционирования во времени, причем имитируются элементарные события, протекающие в системе с сохранением логики их взаимодействия.

Процесс моделирования – это методика, позволяющая представлять в рамках динамической компьютерной модели действия людей и применение технологий, используемых в изучаемых процессах прогнозирования. Проведение моделирования предполагает осуществление четырех основных этапов: построение модели, запуск модели, анализ полученных показателей эффективности, оценка альтернативных сценариев.

Работающая модель копирует текущую деятельность компании. Это достигается путем прохождения через возможные события в режиме сжатого времени с одновременным отображением «живой» картины производственного процесса при помощи анимации. Так как программное обеспечение имитационного моделирования отслеживает статистические параметры элементов модели, оценка эффективности процесса может быть получена на основе анализа соответствующих выходных данных.

Как правило, при прогнозировании объемов продаж ставится задача достижения одного или всех следующих конечных результатов:

- 1) повышение уровня обслуживания;
- 2) сокращение общей длительности цикла процесса;
- 3) повышение производительности;
- 4) сокращение времени ожидания;
- 5) снижение затрат на осуществление данной деятельности;
- 6) снижение затрат на хранение товарно-материальных запасов.

Задача прогнозирования объемов продаж в дискретно-событийной модели формулируется следующим образом: основная деятельность телекоммуникационной компании состоит в продаже телекоммуникационных услуг абонентам. Качество услуг, предоставляемых абонентам, зависит от информационно-технологической (ИТ) инфраструктуры компании. Чем больше клиентов, тем больше нагрузка на ИТ инфраструктуру, а значит, тем больше отказов в обслуживании и отток абонентов. Поддержание инфраструктуры и ее развитие требуют значительных расходов и оцениваются десятками миллионов долларов, и любая их экономия – это прибыль.

Зависимость между маркетинговыми действиями компании по привлечению новых клиентов, ИТ инфраструктуры и планов ее развития требует построить модель, которая позволит:

- a) планировать маркетинговые акции;
- b) оценивать их влияние на ИТ инфраструктуру компании;

с) планировать развитие ИТ инфраструктуры в зависимости от количества новых абонентов и услуг.

Модель ИТ инфраструктуры. ИТ инфраструктура альтернативного оператора связи состоит из тысяч серверов и сотен коммуникационных узлов и обрабатывает миллионы транзакций в секунду. Очевидно, что дискретно-событийная модель не в состоянии «потянуть» такое количество транзакций. Моделирование системы проведем на высоком уровне абстракции, используя системную динамику (поскольку системная динамика оперирует количеством и не моделирует каждую транзакцию отдельно, модель будет работать быстро), а потенциально узкие места, определяемые системно-динамической моделью, моделировать на детальном уровне с помощью дискретно-событийного подхода.

Модель рынка. В модели рынка нас интересует каждый абонент в отдельности, его возраст, уровень образования, работы, доход, семья, место проживания, так как от этого зависят его предпочтения по выбору тарифа и телекоммуникационной компании. Поэтому в качестве подхода было выбрано агентное моделирование. В модели есть три типа объектов – абоненты, операторы и глобальный рынок. Как ведет себя глобальный рынок, известно (по условиям задачи), и его проще моделировать, используя системную динамику, а абонентов и операторов – с помощью агентов, т. к. известны их «локальные» правила поведения, в то время как глобальные зависимости неизвестны.

Системно-динамическая и агентные части модели работают в «цикле» друг с другом: системно-динамическая часть передает данные в агентную (уровень инфляции, средний уровень заработной платы и т. д.) и наоборот. С учетом приведенных особенностей система прогнозирования в телекоммуникационной отрасли должна позволять в динамике моделировать как изменения совокупного спроса и предложения, так и определяющие их особенности индивидуального поведения конечного потребителя. Для этой цели идеально подходит имитационное агентное моделирование. Оно позволяет смоделировать динамику рынка как совокупность индивидуальных действий потребителей и операторов связи, произвести необходимое число компьютерных симуляций и в результате получить результат на уровне агрегированных характеристик. Основным барьером создания агентных моделей является недостаток данных на уровне индивидуальных характеристик субъектов рынка. В этом отношении рынок телекоммуникационных услуг выгодно отличается от многих других: сегодня у всех крупных операторов фиксированной связи имеются CRM-системы и другие хранилища данных, содержащие подробную статистику по абонентам [1]. Это позволяет верифицировать

имитационную агентную модель с необходимым уровнем детализации. Барьером для создания имитационных агентных моделей до недавнего времени выступали ограничения вычислительных возможностей компьютеров и отсутствие удобных инструментов, поддерживающих агентный подход. Развитие аппаратной мощности персонального компьютера привело к тому, что на машине средней по сегодняшним меркам конфигурации возможно провести симуляции с миллионами агентов. Также в последние годы про-

изошло стремительное развитие инструментов агентного моделирования и рост их функциональности: в большинстве из них присутствуют встроенные средства для связи с базами данных, для проведения верификации модели и различного типа экспериментов, для создания наглядной анимации в процессе симуляций [4].

Построение агентной модели состоит из нескольких последовательных этапов, отраженных на рис. 1.



Рис. 1. Этапы разработки агентной модели

Основными типами агентов при моделировании телекоммуникационного рынка являются абонент и оператор связи. Их описание составляет основную задачу исследователя, оно может быть выполнено с разным уровнем детализации и сильно зависит от конкретной цели моделирования. Для описания поведения агентов, как правило, используют диаграмму состояний. По сути, она представляет собой конечный автомат, который определяет возможные состояния агента, пере-

ходы между ними, события, вызывающие эти переходы, временные задержки и действия, совершаемые агентом на протяжении своей «жизни». Агент может иметь несколько параллельно активных и взаимодействующих диаграмм состояний, каждая из которых отвечает за какой-либо аспект его «жизни», например подписание договора на оказание услуг связи и его географическое положение. Основная диаграмма состояния агента в модели автора изображена на рис. 2.



Рис. 2. Основная диаграмма состояний агента

Данная схема описывает процесс пользования конечным потребителем телекоммуникационными услугами с возможной сменой тарифа либо типа услуги. Создание тысяч экземпляров, каждый из которых действует в соответствии с пред-

ставленной диаграммой, позволит спрогнозировать спрос на рынке связи, а в дальнейшем и спрогнозировать объем продаж телекоммуникационной компании.

Имитационная модель позволяет исследовать следующие характеристики телекоммуникационных компаний: объем продаж по направлениям деятельности оператора, динамику загруженности ИТ инфраструктуры; зависимость объемов продаж от внешних воздействий (изменений уровня доходов населения, рыночной доли компании и т. д.).

В последнее время был разработан ряд новых программных инструментов, предназначенных для моделирования бизнес-процессов. В их большинстве бизнес-процессы описываются с применением графических символов или объектов. Большинство из этих программных инструментов позволяют проводить некоторый анализ, глубина которого зависит от степени сложности методологии, лежащей в основе программы. Программные инструменты имитационного моделирования прогнозирования можно разбить на три категории:

Инструментарий имитационного моделирования, основанного на потоковых диаграммах. Подобный инструментарий построения потоковых диаграмм помогает описывать выполняемые функции и определять их последовательность. Модели, основанные на потоковых диаграммах, не зависят от методологии и наиболее просты в изучении. К сожалению, следствием легкости использования является ограниченность возможностей моделирования и анализа. Примерами инструментария имитационного моделирования подобного рода служат Process Charter и Optima.

$$NP = \sum_{t=0}^T \left[ \sum_{n=0}^T (C_0 * V(D)n_0 + C_1 * V(D)n_1 + C_2 * V(D)n_2 + C_T * V(D)n_T) - \sum_{n=0}^T (C_{n0} * V_{n0} + C_{n1} * V_{n1} + C_{n2} * V_{n2} + C_{nT} * V_{nT}) \right] \longrightarrow \max, \quad (1)$$

где NP – налогооблагаемая прибыль; N – количество услуг связи;  $V_n (0,2,T)$  – количество подключений оператором связи по каждой из предоставляемых услуг;  $C (0,2,T)$  – цена услуги оператора связи.

Представленную систему показателей при необходимости можно дополнить такими ограничениями, как затраты компании; удельные затраты на единицу стоимости услуги и т. д.

Исходя из полученных результатов прогноза объемов продаж оператор связи будет иметь воз-

можность максимально эффективно использовать прогнозные значения для планирования объема запасов необходимого оборудования, производства, маркетинговых стратегий, численности персонала, уровня накладных издержек, потока денежных средств. Таким образом и с какой целью в различных функциях управления используются прогнозные значения объемов продаж, отражено в табл. 1.

Инструментарий дискретно-событийного имитационного моделирования. Наиболее развитым и мощным инструментарием имитационного моделирования бизнес-процессов являются программные продукты дискретно-событийного моделирования. Эти инструменты поддерживают моделирование потока объектов (продуктов) и предоставляют возможности анимации, что позволяет пользователю производить наблюдение за движением в системе потоковых объектов. Некоторые из подобных технологий обеспечивают даже возможности объектно-ориентированного моделирования, упрощающего разработку больших моделей бизнес-процессов. Примеры: ServiceModel и SIMPROCESS.

Заключительным этапом прогнозирования объемов продаж с учетом сезонных колебаний является оценка экономической эффективности, для оценки которой предлагаем использовать комплекс показателей, учитывающих последствия принятия управленческих решений:

Таблица 1

#### Использование прогнозных значений объемов продаж

Функции управления	Цели использования
Производство	Определение объема производства услуг Производственные расписания, графики, режимы Контроль уровня запасов
Закупки	Определение объема закупок Расписание закупок для оптимизации затрат
Маркетинг	Разработка маркетинговой стратегии для продуктов и услуг Формирование системы квотирования продаж Планы проведения маркетинговых мероприятий
Персонал	Определение оптимального количества сотрудников
Финансы	Разработка операционных и кассового бюджетов Принятие решений по инвестициям/затратам
Высшее руководство	Общее планирование и контроль

Таким образом, процесс краткосрочного прогнозирования объемов продаж при применении предлагаемых в работе имитационных агентных моделей будет напоминать процедуру непрерывной корректировки первоначальных прогнозов с учетом происходящих изменений во внешней и внутренней среде функционирования альтернативного оператора связи под действием сезонных

колебаний. Несмотря на ряд ограничений, применение разработанных моделей прогнозирования объемов продаж на практике, на наш взгляд, позволит достаточно точно предвидеть и управлять изменениями в развитии и функционировании оператора связи по направлениям деятельности, с учетом сезонных колебаний.

*Библиографический список*

1. Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – М. : Статистика, 1980. – 263 с.
2. Бублик Н. Д., Попенов С. В., Секерин А. Б. Управление финансовыми и банковскими рисками. – Уфа : Альтернатива РИЦ, 1998. – 254 с. : ил.
3. Хованов Н. В. Математические модели риска и неопределенности. – СПб., 1998. – 204 с.
4. Концепция и метод вложенных математических моделей для регуляризации задач нейросетевого моделирования экономических объектов с сильным зашумлением данных // Экономика и управление. – СПб., 2009. – № 10.

---

***V. S. Marchenko\****

*\*Marchenko Victoria, PhD in Pedagogical sciences, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti  
borismarch@yandex.ru*

***T. A. Rachenko\****

*\*Rachenko Tatyana, PhD in Economics, Senior Lecturer of Volga Region State University of Service, Togliatti  
rta-tlt@yandex.ru*

**USE OF SIMULATION MODELING DEVICE  
FOR SOLVING THE PROBLEMS OF SALES FORECASTING**

*Key words: forecasting, planning, simulation modeling.*

*The article considers simulation modeling as a series of numerical experiments aimed at sales forecasting for mobile operators.*

---

© Марченко В. С., Раченко Т. А., 2012

УДК 65; .001.18

**Р. Г. Ерохин\****\*Ерохин Роман Геннадьевич, кандидат экономических наук**Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти**kaf\_eio@tolgas.ru*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Ключевые слова: финансовые результаты, прибыль, антикризисное управление, прогнозирование, моделирование, экономико-математическое моделирование.*

*Прогнозирование результатов деятельности торгового предприятия в условиях антикризисного управления является необходимым, так как современные рыночные условия характеризуются высокой степенью неопределенности, а данный процесс позволяет снизить степень неопределенности внешней среды и более точно определить пути достижения намеченной цели.*

В условиях рыночной экономики эффективность деятельности торгового предприятия выражается в финансовых результатах. Конечным результатом работы предприятия является, как правило, прибыль. Данному показателю хозяйственной деятельности принадлежит главенствующая роль в системе внутренних источников формирования финансовых ресурсов торгового предприятия. Чем больше прибыли остается в распоряжении предприятия, тем меньше его потребность в привлечении средств из заемных источников, тем выше уровень его самофинансирования и финансовой устойчивости.

Однако важно отметить, что достижение главной цели коммерческого предприятия неразрывно связано с таким важным процессом, как прогнозирование результатов деятельности, которое заключается в определении возможного будущего состояния данного экономического показателя и определения тенденций его увеличения. Так как на прибыль оказывают влияние различные факторы как внешней среды, так и факторы самого торгового предприятия, то процесс прогнозирования позволяет предвидеть их влияние в будущем на размер прибыли. Наличие точного и достоверного прогноза прибыли позволяет повысить эффективность управления торговым предприятием, а также повысить эффективность деятельности самого предприятия.

Антикризисное управление – это совокупность методов, приемов, позволяющих распознавать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать их негативные последствия, сглаживать течение кризиса.

Антикризисное управление включает совокупность знаний и результаты анализа практического опыта, которые направлены на оптимизацию механизмов регуляции систем, выявления скрытых ресурсов, потенциала развития на сложном этапе развития. Специфика антикризисного управления связана с необходимостью принятия слож-

ных управленческих решений в условиях ограниченных финансовых средств, большой степени неопределенности и риска.

Прогнозирование является одним из инструментов диагностирования кризисного состояния организации, поэтому изучение и совершенствование данного процесса на предприятии необходимо для достижения основной цели коммерческой деятельности.

Прогнозирование результатов деятельности – целенаправленный процесс разработки прогноза развития дохода, выраженного в денежной форме, с целью определения его будущего состояния под влиянием ряда экономических показателей, составляющих с ним (доходом) единую систему.

Опираясь на данное определение, становится возможным рассмотрение специфики прогнозирования результатов деятельности предприятия посредством изучения методов и принципов, с помощью и на основе которых осуществляется данный процесс. Сущность принципов прогнозирования результатов деятельности торгового предприятия и их характеристика представлены в табл. 1.

Анализ данных выше изложенной табл. 1 позволяет сделать вывод о том, что прогнозирование результатов деятельности предприятия основано на ряде принципов: системности, адекватности, альтернативности, целенаправленности, непрерывности, гибкости, обоснованности и др. Это означает, что прибыль должна рассматриваться как система во взаимосвязи с экономическими показателями, приближена к современным тенденциям развития, прогнозная модель должна учитывать различные варианты увеличения, а также должны устанавливаться цели прогнозирования, которых необходимо достичь. Данные принципы прогнозирования не существуют в отдельности друг от друга и применяются во взаимосвязи. Следует также отметить, что специфика прогнозирования результатов деятельности пред-

приятия помимо принципов раскрывается через методы, посредством которых осуществляется данный процесс. Методы, посредством которых

осуществляется процесс прогнозирования результатов деятельности, представлены в табл. 2.

Таблица 1

**Содержание принципов прогнозирования результатов деятельности торгового предприятия**

Принцип прогнозирования	Характеристика принципа
Принцип системности	Означает, что прогнозирование результатов деятельности должно осуществляться во взаимосвязи с другими экономическими показателями и составлять с ними единую целостную систему
Принцип адекватности	Означает, что прогнозирование результатов деятельности предприятия должно быть максимально приближено к внешним условиям и соответствовать существующим тенденциям развития, учитывать стохастический характер явлений внешней экономической среды и тенденции развития
Принцип альтернативности	Данный принцип прогнозирования результатов деятельности означает, что возможны различные варианты увеличения прогнозируемого объекта, т. е. прибыли
Принцип целенаправленности	Данный принцип означает, что в процессе прогнозирования разрабатывается и устанавливается ряд целей, которые необходимо достичь в результате данного процесса.
Принцип непрерывности	Прогнозирование результатов деятельности должно регулярно повторяться через установленные периоды времени
Принцип гибкости	Предусматривает необходимость наличия в каждом прогнозе резервов, способных снизить возможные риски в связи с появлением непредвиденных обстоятельств
Принцип обоснованности	При прогнозировании прибыли и убытков необходима ориентация на расчеты потребностей рынка, тенденции его развития, учет внутренних возможностей и ресурсов
Принцип научности	Построение прогнозирования результатов деятельности предприятия на научной основе
Принцип оптимальности	Из множества вариантов прогнозов прибыли и убытков необходимо выбрать самый оптимальный, т. е. наилучший вариант прогноза
Принцип согласованности	Предполагает согласование нормативных и поисковых прогнозов
Принцип эффективности	Предполагает превышение экономического результата, полученного от реализации прогноза прибыли, над затратами на его разработку

Таблица 2

**Методы прогнозирования результатов деятельности торгового предприятия**

Методы прогнозирования	Характеристика метода
<b>Фактографические</b>	
Экстраполяция трендов	Обработка имеющихся данных о прибыли и убытках за прошлое время и распространение обнаруженной в прошлом тенденции на будущее
Моделирование	Описание доходов посредством математических формул, уравнений и неравенств
Экспоненциальное сглаживание	Выравнивание временного ряда (данные по прибыли за ряд лет), при котором более поздним наблюдениям придается больший вес, что позволяет учитывать их большую информационную значимость
Корреляционный и регрессионный анализ	Определяется степень тесноты связи между прибылью и влияющего на нее фактора
Прогнозирование по аналогии	Результат деятельности рассматривается как модель другого объекта-аналога, цели и задачи прогнозирования прибыли должны соответствовать целям и задачам объекта аналога
<b>Экспертные</b>	
Интервью	Предполагает беседу организатора прогнозной деятельности с прогнозистом-экспертом, которая включает вопросы о будущем состоянии прибыли
Морфологический анализ	Базируется на построении матрицы характеристик прибыли и их возможных значений с последующим перебором и оценкой вариантов сочетания этих значений
Экспертные комиссии	Состоит в совместной работе объединенных в комиссию экспертов, разрабатывающих документ, отражающий перспективы развития прибыли
Индивидуальная экспертная оценка	Основан на использовании в качестве главного источника получения информации субъективного мнения одного эксперта в тех случаях, когда задача не имеет строгих решений либо другие методы менее точны и более трудоемки
Метод «мозгового штурма»	Представляет собой коллективную генерацию идей и творческое решение проблем прогнозирования финансовых результатов. Мозговая атака представляет собой свободный, неструктурированный процесс генерирования любых идей (включая самые невероятные) по указанным проблемам, которые спонтанно высказываются участниками встречи
Метод «Дельфи»	Суть метода – проведение анкетных опросов специалистов в области прогнозирования прибыли
Метод прогнозного графа	Основой метода являются экспертные и формально-математические процедуры построения и анализа опорного графа, отражающего обобщенное суждение широкого круга специалистов о потребностях, возможных путях и ресурсах, необходимых для достижения поставленной цели
Комбинированные	При разработке и анализе комплексных систем прогнозирования к основным операциям относят определение состава и процедур сингулярных (простых) методов прогнозирования прибыли, входящих в систему, а также логические правила их объединения в систему. Простые процедуры используются для прогнозирования подсистем и блоков, входящих в структуру прибыли [13, с. 168]
Система ПАТТЕРН	Метод ПАТТЕРН включает ряд взаимосвязанных блоков. Материалы обрабатываются ЭВМ

Представленная табл. 2 позволяет сделать вывод о том, что методы прогнозирования прибыли как результата деятельности торгового предприятия весьма разнообразны, их можно разделить на три группы: фактографические, экспертные, комбинированные. Группа фактографических методов базируется на фактически имеющейся информации об объекте прогнозирования и его прошлом. Экспертные методы используют мнения специалистов-экспертов и применяются тогда, когда невозможно формализовать изучаемые процессы. Комплексные (комбинированные) методы объединяют различные методы прогнозирования. Важно также отметить, что применение того или иного метода зависит от условий, в которых осуществляется прогнозирование прибыли. Так, например, фактографические методы применяются, когда имеется точная информация об объекте прогнозирования; экспертные, когда существует неопределенность развития прогнозируемого объекта; комбинированные методы особенно актуальны для сложных социально-экономических систем, когда при разработке прогноза показателей каждого элемента системы могут быть использованы различные сочетания методов прогнозирования, они также применяются на высших уровнях управления крупных экономических систем.

Экономическое содержание прогнозирования результатов деятельности торгового предприятия позволяет раскрыть многообразие принципов и методов прогнозирования данного объекта. Однако, как и любой процесс, осуществляемый в условиях изменчивой внешней среды, прогнозирование результатов деятельности торгового предприятия сталкивается с рядом проблем, которые связаны как с внешней средой, так и с предприятием.

В прогнозировании финансовых результатов деятельности торгового предприятия в условиях антикризисного управления большое значение имеет выбранный метод. Метод прогнозирования – это способ исследования объекта прогнозирования, направленный на разработку прогноза. Совокупность специальных правил, приемов и методов составляет методику прогнозирования.

Основой методики прогнозирования являются проведение аналитического исследования, подготовка базы данных, изучение и соединение информации в единое целое. Будущее во многом становится предсказуемым, если правильно и полно учитываются сложившаяся ситуация, факторы и тенденции, способствующие ее изменению в перспективе.

Одним из самых сложных, но эффективных методов прогнозирования является моделирование, представляющее собой исследование объектов познания на их моделях; построение и изучение моделей реально существующих предметов,

процессов или явлений с целью получения объяснений этих явлений, а также для предсказания явлений, интересующих исследователя.

В широком смысле модель – это заместитель объекта исследования, находящегося с ним в сходстве, которое позволяет получить новое знание об объекте.

Главными функциями модели являются: упрощение получения информации о свойствах объекта, передача информации и знаний, управление и оптимизация объектов и процессов, прогнозирование, диагностика.

Моделирование является достаточно трудоемким и сложным процессом, который включает три элемента:

субъект (исследователь);

объект исследования;

модель, определяющую (отражающую) отношения познающего субъекта и познаваемого объекта.

Также необходимо отметить, что процесс моделирования состоит из четырех этапов:

На первом этапе необходимо наличие точного представления об объекте-оригинале. Однако необходимо помнить, что модель замещает оригинал ограниченно, так как данный объект-оригинал обладает достаточно сложными и многогранными характеристиками, раскрывающими различные его стороны. Исходя из вышесказанного следует, что для конкретного объекта может быть построено несколько отдельных моделей, которые будут раскрывать отдельные его стороны.

На втором этапе модель выступает как самостоятельный объект исследования. Одной из форм такого исследования является проведение «модельных» экспериментов, при которых сознательно изменяются условия функционирования модели и систематизируются данные о ее «поведении». Конечным результатом этого этапа является множество (совокупность) знаний о модели.

На третьем этапе осуществляется перенос знаний с модели на оригинал – формирование множества знаний. Одновременно происходит переход с языка модели на язык оригинала. Процесс переноса знаний проводится по определенным правилам. Знания о модели должны быть скорректированы с учетом тех свойств объекта-оригинала, которые не нашли отражения или были изменены при построении модели.

Четвертый этап – практическая проверка получаемых с помощью моделей знаний и их использования или управления им.

Необходимо отметить, что в практике моделирования используется несколько видов моделей. Данные виды, а также их характеристика приведены в табл. 3.

На основе представленных в табл. 3 видов моделей можно выделить те, которые наиболее активно используются в экономике: прогностич-

ческие, производственные и плановые модели. Также в прогнозировании выделяют оптимизационные, статические (с учетом фактора време-

ни) и динамические, факторные, структурные, комбинированные и другие виды моделей.

Таблица 3

*Характеристика видов моделей*

Вид модели	Характеристика
Математическая	В данном виде модели используются числа, формулы, уравнения, алгоритмы или графические представления
Прогностическая	Данные модели позволяют оптимизировать разрабатываемые экономические показатели для достижения выбранных целей деятельности. Эти модели обеспечивают количественную оценку различных вариантов экономического показателя в соответствии с заложенным в модель критерием оптимальности
Плановая	
Производственная	Данные модели предназначены для управления производством фирмы или отрасли, в том числе экономическими средствами

Одним из методов моделирования является экономико-математическое моделирование, представляющее собой описание экономических процессов и объектов в виде экономико-математических моделей. В свою очередь, экономико-математическая модель – это математическое описание экономического процесса или объекта, произведенное в целях их исследования и управления ими.

Экономико-математическое моделирование используется в среднесрочном и долгосрочном прогнозировании. Однако необходимо отметить, что далеко не во всех случаях данные, полученные из экономико-математического моделирования, могут использоваться непосредственно как готовые управленческие решения. Гораздо чаще они используются в качестве «консультующих» средств: принятие же самих управленческих решений остается за человеком. Это объясняется чрезвычайной сложностью экономических и – шире – социально-экономических процессов. Экономико-математическое моделирование, таким образом, является лишь компонентом, хотя и очень важным, в человеко-машинных системах прогнозирования и управления экономическими единицами разного уровня.

В целом экономико-математические модели можно разделить на две большие группы:

1. Модели, отражающие преимущественно производственный аспект экономики. В данной группе можно выделить следующие виды моделей:

- модели долгосрочного прогноза сводных показателей экономического развития;
- межотраслевые модели;
- отраслевые модели оптимального планирования и размещения производства;

– модели оптимизации структуры производства в отраслях.

2. Модели, отражающие преимущественно социальные аспекты экономики. К данной группе моделей относят:

- модели, связанные с прогнозированием и планированием доходов и потребления населения;
- модели, связанные с прогнозированием и планированием демографических процессов.

Так как процесс моделирования является сложным, что неоднократно упоминалось, то необходимо соблюдать ряд принципов при построении модели:

Разработку и установление целей моделирования.

Определение взаимозависимых показателей.

Построение модели, отвечающей целям моделирования.

Также важно отметить, что основой процесса моделирования является принцип аналогии – изучение объекта через рассмотрение другого, подобного ему и более доступного объекта, его модели. Среди недостатков, присущих моделированию, можно выделить следующие:

Трудоемкость процесса.

Часто используются в качестве «консультующих» средств.

Высокие затраты на организацию прогнозирования.

Подвержены влиянию изменения условий внешней среды, то есть изменение экономики снижает ценность модели.

Однако, несмотря на выделенные недостатки, моделирование находит свое широкое применение. Посредством данного процесса проводят анализ объекта, выявляют зависимость от тех или иных показателей, а также на основе анализа вырабатывают и принимают управленческие решения.

*Библиографический список*

1. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 405 с.
2. Бланк И. А. Управление прибылью : учебник. – 2-е изд., расш. и доп. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2010. – 752 с. – (Серия «Библиотека финансового менеджера». Вып. 2).
3. Владимирова Л. П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2009. – 400 с.



- 
4. Пикулькин А. В. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие для вузов / А. В. Пикулькин, Т. Г. Морозова, В. Ф. Тихонов ; под ред. А. В. Пикулькина, Т. Г. Морозовой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 400 с.
5. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ : учеб. пособие / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 479 с.
6. Фединский Ю. Р. Справочник официальных определений и терминов по экономике и финансам. – М. : Экзамен, 2010. – 640 с.
7. Костромина Д. В. Управление затратами и прибылью предприятия на основе организации центров финансовой ответственности // Финансовый менеджмент. – 2007. – № 4. – С. 14-20.
- 

**R. G. Erokhin\***

*\*Erokhin Roman, PhD in Economics,  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_eio@tolgas.ru*

#### **THEORETICAL BASIS OF FORECASTING COMPANIES' PERFORMANCE BY USING CRISIS MANAGEMENT**

*Key words: financial results, profits, crisis management, forecasting, modeling, economic and mathematical modeling.*

*Forecasting the performance of commercial enterprise using crisis management becomes necessary because the current market environment is characterized by high degree of uncertainty, while this process reduces the uncertainty of the environment and helps to define more precisely the ways to reach the company's goals.*

---

© Ерохин Р. Г., 2012

УДК 004.422.636.7

**Г. В. Егорова\***

*\*Егорова Галина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
egorova--gv@yandex.ru*

**Н. М. Дегтярева\***

*\*Дегтярева Наталья Михайловна, кандидат экономических наук, доцент  
Тольяттинский государственный университет, г. о. Тольятти  
egorova--gv@yandex.ru*

## ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУКТИВНОГО ПОДХОДА К ПРИНЯТИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

*Ключевые слова: слабоструктуризованные задачи управления, схема принятия решений, структуризация, субъект решения задачи, блок эффективности, параметры эффективности.*

*Рассмотрен конструктивный подход выбора и принятия управленческого решения, основанный на отношениях предпочтения. Определены его принципы, логика, специфические условия. Основное внимание уделено алгоритму оценки эффективности решения.*

В современных условиях развития экономики возрастают роль и значение высокопрофессионального управленческого решения. Одновременно в геометрической прогрессии возрастает мера социально-экономической и других видов ответственности за результаты принятого и реализованного в экономической практике решения. Это связано с процессами глобализации и интеграции в экономике, сетизации, расширения и уплотнения информационного пространства и др. Все это ведет к возникновению в практической деятельности руководителей и специалистов преимущественно слабоструктуризованных задач управления, которые более сложны в процессе своей подготовки, принятия и соответственно в реализации.

При анализе и решении слабоструктуризованных задач управления используется подход, который появился вследствие критического переосмысления существующих методов и может рассматриваться как некоторое дальнейшее их развитие. Этот подход базируется на следующих принципах:

- системный характер рассмотрения всего процесса принятия решения;
- учет специфичности проблемной ситуации;
- конструктивность подхода к структуризации проблемной ситуации и процесса формирования решения;
- рассмотрение процесса формирования решения прежде всего как процесса, требующего особой формы его организации;
- выделение в качестве основной цели построения приемлемых решений.

В отличие от классической схемы принятия решений, когда множество альтернатив предполагается заранее фиксированным и основной акцент делается на акте выбора на основе некоторого «конструкта» (как правило, отношения пред-

почтения), в данном случае доминирующую роль играет понятие процесса построения решения. В этом процессе переплетаются, взаимопроникают, интегрируются и генерирование альтернатив, и «выявление предпочтений», и выбор. При этом не выбирается «лучшая» альтернатива из фиксированного множества альтернатив, а конструируется приемлемая альтернатива, постепенно уточняя ее структуру при одновременном оценивании ее достоинств и недостатков в условиях динамического влияния внешней среды и своей, вообще говоря, меняющейся системы ценностей.

Таким образом, особое внимание должно быть уделено понятию процесса выработки решения. Этот очень сложный процесс должен быть организован с учетом специфики проблемной ситуации, а именно: типа решаемой проблемы, конкретных требований к решению, ограничений на ресурсы (время, средства и т. п.), личностных черт и интересов специалиста, решающего задачу, и др. Отсюда вытекают такие требования к общему подходу, как его итеративность, наличие многочисленных прямых и обратных связей, возможность его адаптации к многообразию практических ситуаций. Главным звеном процесса должна стать структуризация проблемной ситуации, акцент при этом делается на необходимости разработки конструктивного аппарата структуризации. Вместе с тем, с одной стороны, разрабатываемый подход должен содержать достаточно богатый язык описания элементов задачи, позволяющий адекватно описывать ситуацию на всех стадиях ее решения и построения различных по сложности моделей. Такой язык должен включать достаточный набор терминов и переходов от одних терминов к другим, различные формы их представлений в виде таблиц, графиков и т. д., то есть все то, что позволяет в наглядной и обозримой форме представлять модели задач как на

вербальном, так и на более структуризованном уровне. Причем вид решения задачи может носить сложный расплывчатый характер и для его представления также требуется богатый (расширенный) язык описания.

Поэтому при разработке стратегии и тактики менеджмента необходимо отказаться от «насиленного» выражения критериев эффективности в «сильных» числовых шкалах. Соответственно следует разрабатывать «мягкие», эвристические, «неоптимальные» алгоритмы, неизбежные и даже желательные в силу их адекватности «нестандартизированной», «расплывчатой» постановки задачи. Необходимо также предусматривать несколько вариантов рекомендаций при выработке предложений по анализу возникшей проблемной ситуации. Вместе с тем подход должен обеспечивать минимальную сложность модели, т. е. уровень структуризации выбирается таким, чтобы при минимально необходимом «обогащении» структуры на каждой итерации обеспечивалась бы гарантия получения приемлемого, с точки зрения специалиста (или заказчика, клиента), решения задачи.

Для получения достаточно «богатого» и «экономичного» языка подход должен включать элементы и строиться на основе реального поведения человека в процессе решения сложных слабоструктурированных задач, т. е. должен быть преимущественно дескриптивным. Различные необоснованные постулаты и предписания на всех этапах и стадиях решения задачи должны быть сведены к минимуму. Особенно это относится к формулировке целей и критериев эффективности, способам выявления информации и предпочтений человека. Модель должна строиться не в соответствии с нормативными требованиями, а на основе рационализации процесса принятия решений человеком. В этом случае дескриптивный анализ следует рассматривать как метод выявления положительного опыта и основных принципов рационального поведения решателя в процессе выработки решений.

Необходимо подчеркнуть системный характер предлагаемого общего подхода, прежде всего с позиций целостного рассмотрения универсальных и специфических элементов процесса принятия решения, целенаправленности процесса на построение приемлемого решения достаточными и экономичными средствами. Для получения информации о том, как человек решает слабоструктурированную задачу управления, недостаточно использовать какой-либо один метод. Лишь применяя совокупность различных методов – анкетирование, интервьюирование, «мышление вслух», групповую работу, психофизиологический анализ и др., – можно получить достаточно полное и адекватное представление о поведении субъекта в рассматриваемой ситуации. Субъект решения

задачи осуществляет процесс принятия решения в виде многоэтапной процедуры.

При этом специалист на каждом этапе:

- воспринимает информацию об объектах на различных уровнях ее обобщения;
- оценивает объекты с помощью как количественных, так и качественных показателей;
- упорядочивает свою систему критериев, выбирает из нее наиболее важное множество критериев и выделяет на основании их наиболее существенную, с его точки зрения, информацию об объектах;
- производит при упорядочении оценок объектов деление множества оценок на три подмножества: «явно лучшие», «явно худшие», «средние».

Можно выделить основные свойства поведения опытного, высококвалифицированного специалиста:

- Субъект решения задачи осуществляет последовательную (поэтапную) декомпозицию задачи, т.е. с каждым этапом разбивает исходную сложную задачу на множество простых задач, слабо зависимых друг от друга;
- на каждом этапе Субъект решения задачи выделяет существенную информацию об объектах, требуемую для выработки решения;
- на основе выделенной информации Субъект решения задачи определяет для каждой простой задачи или единственно приемлемое решение, или область допустимых решений, осуществляя при необходимости «отсеивание» неприемлемых решений и коррекцию.

Исследование научной литературы позволило выявить следующие часто встречающиеся погрешности субъекта в процессе принятия решения слабоструктурированной задачи управления:

- многие используемые Субъектом решения задачи термины не имеют однозначной трактовки, в результате наблюдаются многозначное толкование одних и тех же «ключевых» для задачи понятий, терминологическая и смысловая путаница при принятии решения;
- в процессе принятия решения субъект ведет себя непоследовательно, осуществляет «хаотические движения», т. е. наблюдаются неоправданные «обрывы», «повторы», «возвраты» и т. д.;
- периодически на отдельных этапах принятия решения наблюдается «усталость», безразличие Субъекта решения задачи к своим действиям, в результате возникают ошибки в исходной и промежуточной информации, а также в суждениях субъекта; решения некорректны;
- часть запрашиваемой Субъектом решения задачи информации никак в последующем не используется;
- разнообразие используемых критериев эффективности невелико. Часто превалируют критерии одного или нескольких профилей, например технологического, экономического и др.;

- значимость (важность) некоторых критериев может необоснованно завышаться или занижаться;

- в процессе принятия решения со стороны Субъекта решения задачи допускаются противоречивые суждения о выбранных критериях, критерийных шкалах, оценках объектов, решающих правилах и т. д.;

- нередко Субъект решения задачи стремится существенно упростить задачу. Так, он очень часто учитывает лишь часть критериев, а остальные отбрасывает. Иногда просто подсчитывается количество критериев, по которым один из объектов превосходит другой без учета знаний оценок по этим критериям;

- формы представления информации, используемой в процессе принятия решения, недостаточно удобны и наглядны, в результате возникают затруднения при ее восприятии, анализе или переработке у решателя, пользователя, заказчика;

- поскольку процесс принятия решения в большинстве случаев не протоколируется, а промежуточные записи и решения не сохраняются, то воспроизводимость «протокола» низкая, а доступность использования процедур в последующем чрезвычайно затруднительна. Возникают также трудности при обсуждении полученных результатов.

Вследствие влияния этих факторов эффективность процесса принятия решения не всегда высокая, в частности снижается качество вырабатываемых решений, возрастает продолжительность процесса принятия решения. Вместе с тем даже относительно небольшой опыт построения дескриптивных моделей процесса принятия решения самых разных задач позволяет утверждать, что в реальности процесс принятия решения продуктивен. В результате решатель формирует множество компонент задачи, включая и новые цели, базирующиеся на механизме их ситуативной конкретизации, а не просто на использовании готовых (либо по определенным правилам строящихся) схем в качестве критериев выбора.

Рассмотрим более подробно содержание одной из компонент схемы процесса принятия управленческого решения – блока эффективности, что является первым шагом по предварительной структуризации важной составляющей схемы процесса принятия решения слабоструктуризированной задачи управления. Изначально выделяются основные компоненты организации: предъявляемые потребности, цели, ресурсы, продукты, средства достижения целей (средства преобразования ресурсов в продукты), факторы-условия. Организация будет определяться как субъект, который создается и функционирует прежде всего для удовлетворения некоторых общественных потребностей. Окружающая среда накладывает на функционирование организаций оп-

ределенные требования, которые проявляются в следующем.

Во-первых, создается организация для удовлетворения ряда потребностей, что определяет необходимость установления соответствия между предъявляемыми потребностями и целями организации. Цели должны обладать свойством «рефлексивности» по отношению к потребностям, т. е. цели в каждый момент времени рассматриваются в качестве временных, подвижных, производных от предъявляемых как со стороны общества, так и самой организации потребностей. Таким образом, способность организации адекватно формулировать цели в соответствии с предъявляемыми потребностями вводится как важнейшая компонента эффективности (для организации данная способность вводится как функция целеполагания).

Во-вторых, для организации эффективно, ценно использование не любых, а определенных средств достижения целей. Средства должны быть социально одобренными в данной общественной системе, быть адекватными сформулированным целям (функция целеобеспечения).

В-третьих, существует общее требование соответствия между целями организации и достигаемыми результатами. Это требование возникает вследствие того, что всякая организация – это целенаправленная система. И одна из существенных характеристик ее деятельности – степень соответствия стоящих перед организацией целей и полученных результатов (функция достижения цели).

В-четвертых, актуально общее требование экономичности деятельности организации. Оно предполагает установление определенного соответствия между полученными результатами и затратами на их достижение (функция экономичности).

В-пятых, важное методологическое требование – рассмотрение деятельности организации в неразрывной связи с условиями ее функционирования. Организация действует при определенных внешних и внутренних факторах-условиях (факторная обусловленность). Под факторами-условиями понимаются те свойства организации и среды, которые влияют на деятельность организации, оставаясь от нее независимыми (или почти независимыми). Они могут существенно влиять на все процессы, в которых участвует организация. Организация должна учитывать факторы-условия своего функционирования путем своевременного и адекватного реагирования на их наличие и изменение. Таким образом, способность организации использовать благоприятные и преодолевать неблагоприятные внешние и внутренние факторы-условия рассматривается как компонента эффективности.

С этой точки зрения эффективность деятельности организации – это ее свойство, связанное

со способностью организации в рамках нормативной системы общественных ценностей формулировать и достигать цели в соответствии с предъявляемыми потребностями в виде результатов, соотносенных с затратами, путем использования соответствующих средств и с учетом факторов условий ее функционирования. В приведенном определении существенными считаются такие процессы (функции), как целеполагание, целеобеспечение, соотношение результатов с затратами, а также учет и использование условий функционирования организаций. Основные категории – это «цели» и «средства их достижения», «предъявляемые потребности», «затраты», «результаты»; «факторы-условия» и «нормативная система общественных ценностей». Параметры эффективности – все множество учитываемых данным определением свойств организации и среды. Показатели эффективности – логические связи между параметрами, которые в рамках данной концепции наиболее существенны.

Базовые показатели – способность организации в соответствии с нормативной системой общественных ценностей:

- формулировать свои цели адекватно предъявляемым потребностям;
- получать результаты, адекватные сформулированным целям;
- соотносить результаты своей деятельности с затратами на их достижение;
- поддерживать соответствие между целями и средствами их достижения;
- учитывать факторы-условия своего функционирования (использовать благоприятные и преодолевать неблагоприятные внешние и внутренние условия).

Сформулированная система базовых показателей, отображающая многообразие предъявляемых к организации требований, в совокупности представляет собой глобальный критерий эффективности. Таким образом, глобальную цель организации можно сформулировать как достижение (поддержание) наибольшей эффективности ее деятельности в смысле этого глобального критерия (системы критериев). В рамках каждого из базовых показателей могут быть разработаны операциональные показатели эффективности.

В процессе решения любой задачи с использованием оценки эффективности организации можно выделить следующие основные подзадачи или этапы.

Первый этап – формирование типа решаемой задачи по оценке эффективности организации. Исследователь или Субъект решения задачи производит отбор определенного «видения» (структурирования) объекта оценки и предопределяет отбор соответствующих параметров оценки организации, формирование соответствующих процедур (последовательности) решения задачи и т. д. На выбор типа задачи существенно влияют ус-

ловия ее решения и ограничения, которые Субъекту решения задачи необходимо учитывать в ходе решения задачи. К таким задачам относятся:

- оценка экономической деятельности организации на основе соотношения затрат и результатов ее деятельности;
- оценка эффективности организации в зависимости от достижения ею целей, т.е. оценка степени близости полученных результатов по отношению к официальным целям организации;
- оценка эффективности использования организацией возможностей внешней среды (при такой постановке задачи наибольшее внимание уделяется прежде всего анализу внешних факторов-условий);
- оценка эффективности организации в удовлетворении запросов различных групп потребителей и др.;
- оценка «абсолютной» эффективности деятельности организации. Решение такой задачи требует целостного анализа функционирования организации и использования большого количества параметров и показателей эффективности;
- сравнительный анализ эффективности деятельности нескольких организаций, при котором возникает необходимость оценки отдельных сторон деятельности организаций, имеющих существенные различия;
- прогнозная оценка эффективности деятельности организации, что требует применения прогнозных методов и процедур. Выделяются параметры и показатели эффективности, которые со временем претерпевают существенные изменения;
- ретроспективная оценка изменения эффективности в организации по отношению к определенному моменту времени и т. д.;
- выработка эффективных управленческих воздействий (решений). Для решения этой задачи требуется выявление и оценка управляющих факторов, использование которых окажет необходимое воздействие на определенные параметры и показатели эффективности, то есть в данном случае требуется определить управляющие и управляемые параметры эффективности, степень их значимости и т. п.;
- обоснование необходимости (целесообразности) или порядка решения тех или иных проблем в организации (в процессе нововведения или при ранжировании проблем по степени их актуальности) – требуется определить узкий круг параметров эффективности, на которые может оказывать существенное влияние решение данной проблемы;
- определение наиболее эффективной организационной структуры осуществления исследований и разработок в рамках данной организации.

Второй этап – описание оцениваемой организации в целях последующего определения параметров и показателей ее эффективности.

Состояние любой реальной организации и ее сфер деятельности в принципе может быть описано на основе использования бесконечного числа параметров. Исследователь, используя принятую им методологию, вынужден выбирать наиболее важные параметры (или показатели), понимая условность такого выбора, изменяющегося в соответствии с типом решаемой задачи и особенностями реального объекта. В развитие ранее сконструированных показателей эффективности можно выделить в качестве примеров более детальные показатели:

- способность организации «осознавать» внешние и внутренние потребности в ее функционировании; способность организации при формировании целей оценивать важность предъявляемых к ней потребностей путем их соотнесений с нормативной системой общественных ценностей; степень близости оперативных целей организации ее декларированным целям и т. п.;

- степень достижения оперативных целей организации; уровень ценности полученных результатов (в том числе отклонившихся от целей) с точки зрения нормативной системы общественных ценностей и т. д.;

- величина экономического эффекта от внедрения результатов; темпы снижения себестоимости продукции;

- степень сбалансированности состава функций и целей организации; степень соответствия численности и состава персонала объему и сложности работ (целям и задачам организации); степень внутренней сбалансированности распределения прав и ответственности среди персонала; степень сбалансированности функций стратегического, координационного и оперативного управления; качество процессов коммуникаций, источников информации и документооборота между участниками;

- способность организации заинтересовать в сотрудничестве внешние организации-партнеры, обладающие возможностями финансирования, а также оказания любых видов поддержки; получать и использовать своевременную информацию; учитывать неопределенность и риск.

Подобный перечень показателей при проведении эмпирических исследований должен быть адаптирован к особенностям конкретной организации. При этом степень операционализации показателей может быть существенно повышена, а их число ограничено в соответствии с характером решаемой задачи.

Третий этап – определение принципов построения процедуры решения задачи оценки эффективности. Процесс оценки эффективности как процесс решения научно-исследовательской задачи требует учета целого ряда методологических принципов или положений, на основании которых производятся выбор и разработка всех остальных методических и процедурных правил

и приемов оценки. К ним можно отнести следующие:

- принцип относительности оценки эффективности, состоящий в том, что из-за значительного разнообразия показателей эффективности и их неполноты эффективность конкретной организации в данный момент времени может быть оценена лишь приблизительно;

- принцип динамичности объекта оценки, который заключается в том, что в задачах управления современными организационными системами объект оценки динамично меняется во времени, меняются значения его параметров, характер задач, требования к тем или иным элементам системы и т. д. Вследствие непрерывной изменчивости системы общественных ценностей, а также свойств (параметров) организации и среды со временем может происходить изменение как системы операциональных показателей эффективности, так и значений различных показателей. Одна из важных функций организации состоит в непрерывном определении изменений в системе операциональных показателей. Система и процедура оценки должны быть достаточно гибкими для соответствующей перестройки в случае изменения объекта оценки;

- принцип социальной ответственности исследователя. В настоящее время при управлении сложными социальными системами трудно или даже невозможно получить оценочную информацию, пытаясь, с одной стороны, оптимизировать ее в смысле полноты, достоверности, оперативности и т. д., а с другой – не затрагивать сам объект управления. Но, совершив «возмущающее воздействие», исследователь вынужден или даже обязан объяснить необходимость данного воздействия либо путем использования полученной оценочной информации для принятия соответствующих решений, либо путем предоставления ее в той или иной форме для ознакомления. В противном случае любые методы получения оценочной информации перестанут работать или будут давать заведомо ошибочную информацию, встретив негативную реакцию объекта управления, его сопротивление. Этот принцип также требует контроля методик и процедур оценки в целях исключения возможных отрицательных последствий для объекта;

- принцип учета профиля и специфики оцениваемой организации подчеркивает невозможность создания единой универсальной процедуры оценки для организаций. Разработка адекватных методов оценки требует конкретизации параметров и показателей оценки, определения конкретных соотношений между показателями с учетом специфики деятельности данной организации. Принципиальное значение приобретает вопрос об учете многообразных специфических условий конкретных производств, предприятий, организаций;

- принцип конструктивности требует ориентации оценки прежде всего на разработку управляющих воздействий. Этот принцип вытекает из определения оценки как функции управления;

- принцип ориентации на культуру и цели потребителя подчеркивает важность определенной ориентации поведения решателя, характера выбираемых им средств оценки и способов представления результатов в форме, которая не противоречит культуре и цели потребителя.

Ориентация на сформулированные принципы оценки существенно помогает как при решении методических задач, связанных с выбором методов оценки, разработкой показателей и конкретных методик, так и при практической реализации этих методик и процедур в процессе решения задачи оценки.

Четвертый этап – разработка собственно методик и процедур получения оценок эффективности.

Пятый этап – использование полученной оценки эффективности решений задач, поставленных совместно с потребителем. Этот этап следует рассматривать в неразрывной связи с предыдущими этапами решения задачи. К процессу оценки эффективности надлежит относиться как к специальному научному исследованию, предназначенному для систематизации оцениваемых характеристик объекта, оценки представительности выборки, обеспечения воспроизводимости результата оценки, формализации процедур, описания задачи в единой знаковой системе, в рамках определенной парадигмы научного знания и т. д. В результате процесс оценки становится более точным и объективным.

Вследствие сложного представления категории эффективности в большинстве случаев невозможно в полном объеме оценить эффективность деятельности конкретной организации. С другой стороны, перед руководством организации, лицами, принимающими решения, исследователями возникает постоянная проблема оценивания в необходимом и достаточном объеме совокупности параметров (или показателей), адекватно (в пределах возможного) определяющих ее эффективность. Успешное решение этой проблемы – предпосылка последующего совершенствования и развития функционирующей организации.

Рассмотренный подход к оценке эффективности деятельности организаций не дает однозначного рецепта определения этого многогранного понятия в реальных ситуациях. По-видимому, эта проблема до настоящего времени не решена полностью и будет развиваться по мере накопления и развития знания и экономики. Она требует для своего решения как непрерывного развития методик по формированию и расчету основных показателей эффективности, так и всестороннего творческого анализа и оценки деятельности организаций в конкретных ситуациях. Именно рас-

смотрение всей совокупности потребностей, целей, средств, затрат, результатов и факторов-условий, которыми характеризуется любая организация, в рамках нормативной системы общественных ценностей и типа решаемой задачи дает возможность приблизиться к более адекватному представлению ее эффективности.

Представляется важной разработка такой совокупности параметров, которая позволяла бы судить об эффективности той или иной процедуры, выбирать наиболее эффективную из них. В настоящее время происходит формирование критериев эффективности процедур или методов решения различных типов задач управления в организациях.

Предлагается возможный перечень параметров эффективности (на концептуальном и операциональном уровнях), сформированный на основе модельного представления эффективности деятельности организаций, и примеры их шкал применительно к оценке процессов (или процедур) решения задач управления.

#### 1. Затраты

1.1. Информационные затраты – объем запрошенной информации (количественная шкала: единиц информации); доступность получения информации (порядковая шкала: легко-, средне-, тяжело-доступна).

1.2. Временные затраты – время решения задачи (количественная шкала: часов или порядковая шкала: приемлемо, неприемлемо).

1.3. Технические затраты – стоимость используемых технических средств (количественная шкала: тыс. рублей или шкала наименований: «перечисляются» технические средства).

1.4. Трудовые ресурсы – количество участвующих в решении задачи специалистов (количественная шкала: число специалистов или шкала-вектор: квалификация – число специалистов).

1.5. Прочие затраты – затраты, связанные с организационной перестройкой системы вследствие изменения процедуры решения задачи (порядковая шкала: несущественны, существенны).

#### 2. Результаты

##### 2.1. Качество решения

2.1.1. Обеспеченность – число значимых (активно используемых) критериев (количественная шкала: число критериев); степень разнообразия (комплексность) критериев, т.е. степень учета социальных, экономических, политических, экологических, научно-технических и других факторов (порядковая шкала: учитываются самые разнообразные критерии, отдельные группы критериев, лишь одна группа критериев, например экономического характера); степень соответствия критериев требованиям заказчика и внешней среды (порядковая шкала: полностью соответствуют, частично соответствуют).

2.1.2. Устойчивость – степень повторяемости решения в аналогичных ситуациях (например, для

тех же объектов при их повторном предъявлении; порядковая шкала: нет существенной разницы при повторном решении задачи, имеются небольшие различия в решении, решение существенно отличается).

2.1.3. Точность – степень «размытости» решения (порядковая шкала: решение имеет однозначный вид, формулируется в виде диапазона возможных значений, формулируется приближенно).

2.1.4. Внутренняя непротиворечивость (согласованность) – степень непротиворечивости исходной информации (оценок; порядковая шкала: нет противоречий в исходной информации, имеются противоречия в исходной информации); степень непротиворечивости промежуточных суждений СРЗ (порядковая шкала: нет противоречий в суждениях, имеются противоречия в суждениях); степень непротиворечивости окончательных решений (порядковая шкала: нет противоречий в окончательных решениях, имеются противоречия в окончательных решениях).

2.1.5. Возможность развития Субъекта решения задачи – прирост знаний Субъекта решения задачи о решаемой задаче (порядковая шкала: Субъект решения задачи существенно углубил и расширил свои знания о решаемой задаче, несколько углубил и расширил свои знания о решаемой задаче, практически не увеличил своих знаний о решаемой задаче); прирост знаний Субъекта решения задачи о принципах и методах принятия решений (порядковая шкала: Субъект решения задачи освоил новые принципы и существенно расширил свои представления о методах принятия решения, несколько расширил свои представления о принципах и методах принятия решения, практически не увеличил своих знаний о принципах и методах принятия решения).

2.1.6. Степень усовершенствования процедуры принятия решения – степень повышения формализованной процедуры (порядковая шкала: процедура полностью формализована, частично формализована, осталась на том же уровне формализации); степень повышения разрешающей способности (разнообразия) процедуры (порядковая шкала: стало возможным учитывать большее число элементов задачи и путей ее решения, разрешающая способность процедуры не увеличилась).

### 3. Потребность и цели

3.1. Ориентированность решения на пользователя – степень использования в процедуре элементов реального процесса решения субъектом задач (порядковая шкала: процедура построена на базе дескриптивного подхода (с использованием элементов реального поведения Субъекта решения задачи), в процедуре используются некоторые элементы поведения Субъекта решения задачи, в процедуре не используются элементы реального поведения Субъекта решения задачи);

наглядность решения для пользователя (порядковая шкала: полученное решение представлено в наглядной для пользователя форме, в трудной для восприятия пользователем форме); доступность решения для последующего использования в решении других задач (порядковая шкала: полученное решение удобно и доступно для последующего использования при решении других задач, при последующем использовании требует существенной переработки).

3.2. Возможность многократного повторного использования в последующем процедуры принятия решения – степень воспроизводимости «протокола» процесса решения задачи (порядковая шкала: «протокол» процесса принятия решения в последующем может быть полностью воспроизведен и многократно использован, частично воспроизведен).

### 4. Средства достижения целей

4.1. Возможность использования в процессе принятия решения вспомогательных средств – уровень использования средств вычислительной техники и стандартных программ (порядковая шкала: в процессе принятия решения могут быть широко использованы ЭВМ и стандартные программы, в незначительной степени использованы ЭВМ и стандартные программы).

4.2. Включенность субъекта в процесс принятия решения – степень и характер участия субъекта в процессе принятия решения (порядковая шкала: субъект активно включен в процесс принятия решения, эпизодически включен в процесс решения задачи).

### 5. Факторы-условия

5.1. Учет требований-ограничений по отношению к информационным затратам; временным затратам; включенности субъекта в процесс принятия решения (порядковая шкала: в процессе принятия решения учитывается требование-ограничение по отношению к ..., не выполняется требование-ограничение по отношению к...).

Приведенный перечень параметров эффективности может претерпевать изменения в различных ситуациях оценки процессов решения задач управления. Вместе с тем он достаточно широк и отражает требования к формированию процедур решения задач.

Построенная на базе комплексного подхода система параметров эффективности позволяет всесторонне оценивать различные процедуры решения сравнительно сложных управленческих задач, в том числе и широкого класса слабоструктуризованных задач управления, которые решаются при разработке стратегии и тактики менеджмента.

Значительная часть информации, используемой при оценке эффективности в рамках предлагаемой методологии, основана на суждениях группы лиц (экспертов). Получение такой информации (назначение приоритетов, выбор показате-



лей, оценка их на соответствующих шкалах и т. д.) производится с помощью различных процедур и методов. Задачи, в которых использование экспертных методов носит достаточно регулярный характер и которые нашли соответствующее отражение в литературе, связаны в основном с такими областями деятельности, как исследование операций, научно-техническое прогнозирование,

процессы подготовки и принятия решений, оценка качества продукции, квалиметрические задачи. При анализе и решении слабоструктурированной задачи управления экспертные процедуры могут использоваться в выборе и оценке параметров и показателей эффективности, установлении предпочтений на их оценках, получении промежуточных и окончательных решений.

#### *Библиографический список*

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник. – М. : Экономика, 2005. – 504 с.
2. Беллман Р., Задэ Л. Принятие решений в расплывчатых условиях. – М. : Мир, 1976. – 46 с.
3. Экономическая стратегия фирмы / под ред. А. П. Градова. – СПб. : Специальная литература, 2000. – 959 с.
4. Клейнер Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М. : Экономика, 1997. – 288 с.

**G. V. Egorova\***

*\*Egorova Galina, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
egorova--gv@yandex.ru*

**N. M. Degtyareva\***

*\*Degtyareva Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of  
Togliatti State University, Togliatti  
egorova--gv@yandex.ru*

#### **FEATURES OF CONSTRUCTIVE APPROACH TO MAKING AND IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT DECISIONS**

*Key words: weakly structured management tasks, decision-making tree, structuring, the subject of problem solving, efficiency block, performance parameters.*

*The article considers constructive approach to making management decisions, based on preference. The author has defined its principles, logic and specific conditions. Emphasis is placed on algorithm of evaluating the effectiveness of the decision.*

© Егорова Г. В., Дегтярева Н. М., 2012

УДК 338.2

**Т. В. Голощапова\***

*\*Голощапова Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент*

*Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

*kaf\_eiu@tolgas.ru*

**Г. В. Ветошко\***

*\*Ветошко Галина Владимировна, старший преподаватель*

*Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти*

*kaf\_eiu@tolgas.ru*

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Ключевые слова: экономический потенциал предприятия, инструменты повышения эффективности использования экономического потенциала, факторы, влияющие на эффективность использования экономического потенциала предприятия.*

*Рассмотрены основные подходы к повышению эффективности использования экономического потенциала предприятия, определены проблемы, возникающие в процессе развития и использования экономического потенциала предприятия.*

Выбор направления, механизмов и инструментов повышения эффективности использования экономического потенциала предприятия зависит от ряда внутренних и внешних факторов, его формирующих, а также от общей стратегии развития предприятия и прогнозного состояния отдельных условий осуществления производственно-хозяйственной деятельности.

Для того чтобы разработать методику повышения эффективности экономического потенциала, следует обратиться ко всем составляющим его элементам. Детально провести анализ хозяйственной деятельности, определить «слабые места». Обязательно требуется детальный анализ рынка, спрос на продукцию крайне важен. Спрос – это сложное социально-экономическое явление. К его основным слагаемым, или детерминантам, относятся: потребительские требования, мотивы покупки, платежеспособность потребителей, объем спроса, динамика цен.

Спрос может формироваться на основе множества факторов, к примеру:

Экономические факторы. Формирование цен происходит при изучении потребительского интереса к той или иной продукции.

Социальные факторы, в том числе мода. Необходимо учитывать, для какой возрастной категории производится товар (услуга).

Природно-климатические факторы. Для определенных групп товаров имеет большое значение (одежда, обувь). Так как их изменение влечет за собой и изменение спроса на товар (услугу), и прочие.

К способам повышения эффективности использования экономического потенциала, можно отнести:

Маркетинговые исследования. Зарубежные маркетологи убеждены, что покупательские ин-

тересы и требования исходят из их материального состояния. Опыт показывает, что наиболее преуспевающие фирмы строят свою стратегию на основе исследований конъюнктуры рынка. Состояние рынка товаров определяется его конъюнктурой. Конъюнктура – это сложившаяся на рынке экономическая ситуация, которая играет существенную роль в коммерческом деле. Предметами конъюнктуры являются участники рынка, структура и объем движения товаров на рынке, спрос и потребление товаров, динамика цен, политика конкурентов, коммерческие условия реализации продукции. На целевых рынках эти элементы действуют с неодинаковой интенсивностью и длительностью. Причем один и тот же элемент может влиять по-разному в различное время.

К способам повышения эффективности также можно отнести инвестиции. Так, можно привлекать инвесторов в производство и самим инвестировать в другие отрасли производства (оказания услуг). Структура инвестиций по различным направлениям имеет важное научное и практическое значение. Инвестирование представляет собой один из наиболее важных аспектов деятельности любой динамично развивающейся коммерческой организации. Для планирования и осуществления инвестиционной деятельности особую важность имеет предварительный анализ, который проводится на стадии разработки инвестиционных проектов и способствует принятию разумных и обоснованных управленческих решений.

Совершенствование системы управления персоналом. Как уже было сказано, трудовой потенциал является активной частью производственного фонда, поэтому заслуживает особого внимания. На сегодняшний день существуют различные системы улучшения и повышения эффективности персонала предприятия. Сюда можно отне-

сти: улучшение состояние рабочего места, повышение заработной платы, улучшение психологического климата на производстве и прочее. В результате мероприятий произойдет повышение эффективности работы персонала и, как следствие, повышение эффективности коммерческой деятельности организации.

Еще один способ повышения эффективности потенциала предприятия – это снижение затрат с помощью замены устаревшего оборудования на более новое и экологичное. На сегодняшний день большинство развивающихся организаций все чаще переходят на более экологичное оборудование, это снижает уровень затрат на утилизацию отходов и понижает степень риска производства.

Ускорение научно-технического прогресса, повышение технического уровня производства, модернизация и замена оборудования. Внедрение более нового автоматизированного оборудования позволит снизить трудоемкость и затраты производственного персонала. Производственные операции будут быстрее выполняться, и объем производства повысится. Если использовать автоматизированное оборудование на производстве, то снизится потребность в большой численности рабочих.

Перестройка структуры предприятия в связи с изменяющимися условиями рынка (перестройка экономики, кризис и т. п.), необходимо ориентироваться на производство товаров (услуг) народного потребления, улучшение структуры воспроизводства капитальных вложений.

Реорганизация и реструктуризация предприятий давно стала одним из главных способов снизить затраты производства. Как показывает зарубежный опыт, диверсификация предприятий положительно влияет на процесс его функционирования. Разделение производственных объектов на обособленные подразделения хорошо сказывается на себестоимости продукции. За счет того, что все производственные элементы разделены в отдельные подразделения, каждое из них несет ответственность само за себя, но фактически находится в составе общего предприятия.

Основу поиска путей повышения эффективности использования потенциала составляют его возможности, потребительский контингент и направление деятельности. В зависимости от этих показателей для каждого предприятия строится своя система и разрабатываются мероприятия.

На наш взгляд, для каждой отрасли производства продукции (услуг) пути повышения эффективности экономического потенциала будут различны, они могут быть общенациональные, отраслевые, территориальные и общепроизводственные. Опираясь на зарубежный опыт развития экономики, можно выделить два вида: внутрипроизводственные и внешние, или по-другому контролируемые (на которое предприятие может оказывать влияние) и неконтролируемые факто-

ры (под которые предприятие может только адаптироваться). Второй вид показателей – это определенные рыночные условия, цены на сырье, материалы, валюту, топливо и т.п.

Более обширен комплекс внутрипроизводственных факторов в отношении фирмы, предприятия, объединений. Количество данных факторов специфично и конкретно для каждого предприятия, они не могут быть унифицированы и подходить всем предприятиям.

Количественная оценка показателей выражается в планировании мероприятий по совершенствованию технического и организационного производства: прирост производительности труда и уменьшение трудоемкости, снижение материалоёмкости и рационализация использования ресурсов, экономия от снижения затрат на производстве, увеличение прибыли и рост рентабельности, увеличение объема выпуска продукции и повышение производственных мощностей, экономический эффект от мероприятий, затраты на них, срок окупаемости.

Чтобы грамотно управлять изменением рентабельности и эффективности хозяйственной деятельности в рыночных условиях, требуется своевременно следить за переменами во внешней и внутренней среде, разрабатывать своевременно планы, прогнозы с дальнейшим анализом и поддержания контроля над ним. Одним из важнейших факторов является время, время внедрения продукта на рынок, его развития и освоения новых идей, разработок, освоений новых методов производства и модернизация системы.

Когда экономика переживала переход от административно-командной системы к рыночной, то в комплекс функционирования хозяйствующих субъектов были внесены коррективы оценки эффективности производства, отбора и реализации.

Во-первых, заметно усилилась ответственность за принимаемые управленческие решения по сравнению с прошлым, когда деятельность предприятий находилась под полным контролем государства и не несла материальной ответственности также за оценку фактических технико-экономических показателей, соответствие планов и фактов.

На сегодняшний день положение предприятий в рыночной системе сильно отличается, собственник предприятия несет полную ответственность по финансовым результатам. Теперь проектирование мероприятий не носит формальный характер, предприниматель напрямую заинтересован в извлечении прибыли из своей хозяйственной деятельности.

Во-вторых, усиление ответственности за принятие решений связано с увеличением степени инвестиционного риска и развития производства, ведь в ситуации, когда главным регулирующим фактором является рынок, требуется появление

таких организации, как страховые и независимые экспертные учреждения.

В-третьих, во внимание берется и фактор времени, в условиях постоянно изменяющихся динамичных условий и производства просто необходимо рассчитывать данный показатель и руководствоваться им.

В-четвертых, одним из основных отличий командно-административной системы от рыночной является многообразие форм собственности взамен единых, централизованных экономических норм эффективности, теперь на предприятиях присутствуют индивидуальные стандарты и нормы эффективности, формирующиеся под влиянием рынка. Новые динамичные нормы способны гибко адаптироваться и изменяться под поведение рынка. Данные показатели (нормы прибыли, нормы амортизации, нормы расходов сырья и материалов) играют свою значимую роль при обосновании экономических мероприятий.

Основополагающим фактором развития производства является научно-технический прогресс. До момента перехода экономики к рыночной от административной процесс развития научно-технического прогресса протекал эволюционно и предпочтение отдавалось совершенствованию уже существующих технологий. Такой подход давал определенную, но малую отдачу, стимулы для разработки более эффективного метода были недостаточны. Важнейшей целью того времени было новое революционное направление развития научно-технического потенциала. Основными направлениями считались: автоматизирование производства, широкое освоение новых технологий, а также создание и использование новых видов материалов.

Еще одной из задач являлась мотивация к труду работников, входящих в состав научно-технического потенциала. Требовалась грамотная организация труда и деятельности. Изменение стандартного взгляда на труд и трудовой коллектив, а именно выработка современной организационной культуры, направленной на активное участие работников в деятельности предприятия.

Рассмотренные выше трудовые и экономические компоненты включают комплексную характеристику важнейших социально-экономических, финансово-инвестиционных, научно-технических и многих других факторов или индикаторов, которые позволяют оценивать совокупный потенциал предприятия. Уровень развития конкретного потенциала можно охарактеризовать, используя соотношения различных показателей в соответствии со стандартами. В качестве базовых стандар-

тов могут быть взяты показатели региональных, национальных или зарубежных показателей. Преобразование данных стандартов в систему может служить основой для разработки стратегии управления потенциалом предприятия.

За рубежом существует целая система индикаторов для проведения сравнительного анализа состояния экономического потенциала различных фирм, предприятий и национальной экономики. К примеру, можно привести состав одной из западных характеристик динамики национальной экономики или экономического потенциала:

производственные возможности предприятия;  
динамика внутреннего рынка;  
финансовое состояние предприятия;  
трудовой потенциал организации;  
престиж фирмы, отрасли или страны;  
обеспеченность производственными ресурсами;  
ориентация деятельности на внешний рынок;  
инновационный (творческий) потенциал;  
общественная стабильность.

Одним из основных показателей гармоничного развития потенциала считается развитие и рациональное использование человеческого капитала. Первые три места в мире занимают Япония, Канада и США. Их совокупный экономический потенциал соответствует высшим мировым местам.

Следовательно, мировое лидерство является основной целью развития экономического потенциала государства или предприятия. За ним следует следующий уровень развития потенциала – это соответствие средним мировым стандартам, потом идет национальное лидерство, соответствие национальным стандартам, потом отраслевое лидерство и соответствие отраслевым стандартам. Также требуется установить порог развития экономического потенциала, за которым он становится неконкурентоспособным на внутреннем рынке. Планирование и управление экономическим потенциалом предприятия способствует его постоянному росту за счет более грамотного использования ресурсов и человеческого капитала.

Систематическое, своевременное и экономически обоснованное выявление направлений повышения эффективности использования экономического потенциала на основе применения эффективных средств и методов управления позволяет получить максимальный эффект от производственно-хозяйственной деятельности предприятия и обеспечить его устойчивое функционирование в перспективе.

#### *Библиографический список*

1. Борзенкова К. С. Оценка экономического потенциала предприятия и повышение эффективности его использования : автореф. дис. ... к.э.н. – Белгород, 2011. – 24 с.
2. Гаврилова М. А. Формирование стратегии развития и использования конкурентного потенциала промышленного предприятия : автореф. дис. ... к.э.н. – СПб. : СПбГУЭиФ, 2009. – 178 с.

3. Огорокова Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий. – СПб. : СПбГТУ, 2009. – 293 с.  
4. Свободин В. А. Вопросы определения и эффективности производственного потенциала // АПК: экономика, управление. – 2007. – № 3. – С. 27-30.
- 

***T. V. Goloshchapova\****

*\*Goloshchapova Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_eiu@tolgas.ru*

***G. V. Vetoshko\****

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

#### **PROBLEMS OF RAISING EFFICIENCY OF COMPANY'S ECONOMIC POTENTIAL**

*Key words: economic potential of the company, tools for raising efficiency of economic potential, factors affecting efficiency of company's economic potential.*

*The article features general approaches to improving efficiency of company's economic potential. The author has identified the problems that arise during the development and use of company's economic potential.*

---

© Голощапова Т. В., Ветовшко Г. В., 2012

УДК 65

**А. О. Блинов\***

*\*Блинов Андрей Олегович, доктор экономических наук, профессор*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва*

*aoblinov@mail.ru*

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ**

*Ключевые слова: реструктуризация, управленческая культура, синергетический эффект, организационная культура, лояльность сотрудников, система управления лояльностью, авиационная промышленность, конкурентоспособность, экономическая эффективность.*

*Реструктуризация обеспечит повышение экономической эффективности и конкурентоспособности, позволит создавать новые организационные структуры, управленческую культуру, формировать новое сознание руководителей и специалистов. Описанный процесс эффективного внедрения изменений в деятельность предприятий возможен за счет формирования лояльности сотрудников. На основе анализа авиационной промышленности предложены рекомендации для устранения недостатков организационной культуры, определены элементы системы управления лояльностью сотрудников, позволяющие своевременно вносить изменения в кадровую политику, минимизировать угрозы корпоративной безопасности, конфликты в коллективе, повышать лояльность персонала и эффективность деятельности предприятий в целом.*

В современных условиях процесс реструктуризации предприятий становится объективной необходимостью, обеспечивающей не только конкурентоспособность предприятия, но и его выживание. За последние десятилетия практически ни одна ведущая корпорация в мире не смогла избежать рискованной и болезненной процедуры радикального реструктурирования. Промедление и попытка обойтись без серьезных изменений привели к исчезновению каждой четвертой компании из списка 500 ведущих корпораций мира.

Реструктуризация предприятия – это широкий круг мер, направленных на повышение экономической эффективности и рыночной конкурентоспособности. Это не только создание новых организационных структур, но и новая управленческая культура, новое сознание руководителей и специалистов, т. е. именно то, что способно обеспечить реализацию новых подходов и идей. Спектр средств, используемых в рамках реорганизационных программ, весьма широк. Проблемы реструктуризации для российских компаний еще более злободневны. Они вызваны необходимостью адаптации не только к быстро меняющейся внешней среде, но и к рыночной экономике в целом. Сегодня речь должна идти о необходимости полной трансформации организационно-экономической системы предприятий, об их адаптации к условиям структурного кризиса и динамично меняющегося рынка. Растет понимание того, что не удастся обойтись лишь традиционными мерами улучшения и совершенствования системы управления, а потребуются глубокие преобразования, базирующиеся на переосмыслении роли, места и миссии предприятия. Многообразие методов реструктуризации может

быть сведено к двум большим группам: организационным и финансовым.

Организационная реструктуризация – это комплекс мер, направленных на приближение размеров предприятия и его подразделений к требованиям конкурентной рыночной среды. Организационная реструктуризация приводит к распределению собственности крупных государственных предприятий по нескольким компаниям, формально независимым, но вращающимся в орбите головной компании. Сложность и разветвленность производственно-технических связей приводит к большому разнообразию форм взаимного переплетения. Сеть взаимосвязей, построенная на перекрестном и комбинированном владении капиталами, в отличие от административно создаваемых жестких структур гибка, подвижна, способна к перераспределению и развитию. Корпоративная культура в данном случае играет роль интеграционного инструмента, а также средства проведения внутренней адаптации.

В сфере производства реальные результаты трансформации первоначально не вполне отвечали поставленным целям. Предприятия многих отраслей, особенно крупные, плохо адаптировались к условиям рынка, в большинстве оставались экономически неэффективными, сохраняли избыточную занятость, дорогую социальную инфраструктуру. Индустриальные гиганты остаются монополистами на соответствующих сегментах рынка. Тяжелое финансово-экономическое положение большинства крупных предприятий способствует увеличению взаимной задолженности и приводит к невозврату кредитов, невозможности платить налоги и взносы в социальные фонды. Главной причиной продолжающегося транс-

формационного кризиса предприятий является слабость структурных реформ.

Эксперты выделяют «жесткие» и «мягкие» инструменты реструктуризации. Под «жесткими» понимают все инструменты реструктуризации, которые работают независимо от человека. Они отражают предметно-ориентированные составляющие, ставящие на первый план создание оптимальных структур для решения стратегических задач предприятия.

Основная особенность «мягких» инструментов состоит в том, что они ориентированы на учет специфики персонала предприятия, под них подпадают все мероприятия, могущие повлиять на интеллектуальные способности и психологическое состояние отдельного работника.

Анализ показывает, что процесс реструктуризации многих предприятий не достигает желаемых результатов из-за недостаточного внимания к «мягким» инструментам реструктуризации, то есть к человеку, к системе отношений в коллективе, к социально-психологическому климату. Вместе это объединено в рамках корпоративной культурой. Только комплексный подход создает уверенное и стабильное развитие предприятия и обеспечивает синергетический эффект в процессе развития корпоративной культуры.

Формирование корпоративной культуры – это попытка конструктивного влияния на социально-психологическую атмосферу, поведение сотрудников. Таким образом, анализ и развитие положительных тенденций в динамике корпоративной культуры позволяют повысить управляемость любого предприятия, особенно в условиях неопределенности и нестабильности, которые складываются при реструктуризации предприятия.

Большая роль в преодолении сопротивления изменениям отводится учету поведенческих факторов при планировании преобразований. Для успешной реструктуризации важно знать преимущественную установку работников на изменение, что дает возможность прогнозировать поддержку или отвержение планируемой инновации. Формирование положительных установок во многом зависит от усилий инициаторов и организаторов новшеств и происходит в рамках формирования корпоративной культуры. Это дает возможность преодолеть сопротивление части сотрудников проводимым изменениям. Для исключения сопротивления создается атмосфера поддержки, применяется разъяснение изменений в целях достижения правильного понимания и адекватного восприятия изменения, а также нейтрализации основных источников потенциального сопротивления путем уступок и материальных стимулов.

Сегодня развитая корпоративная культура является не только предметом привлекательности предприятия, но и средством создания в рамках предприятия такого социально-экономического

пространства, которое обеспечивает успешность намеченных изменений, наивысшую производительность и лояльность сотрудников. В этой связи важно целенаправленно формировать лояльность сотрудников, обеспечивающую возможность эффективного внедрения изменений в деятельность предприятий.

Ключевыми показателями в деле управления лояльностью могут стать шесть факторов лояльности: 1) «постоянство» – стабильность кадров (текучесть); 2) «удовлетворенность работой» – справедливость мотивации, удовлетворение ожиданий; 3) «психологический климат» – уважение, поддержка руководства; 4) «цели» – достижение, рабочая атмосфера; 5) «рост» – развитие, возможность роста; 6) «верность» – вера в компанию, идентификация себя с компанией. Их необходимо измерять с помощью анкет раз в полгода, внимательно анализируя изменения в состоянии компании и отдельных подразделений.

Эти критерии очевидным образом характеризуют меру соответствия предприятия своему видению, внешнему соответствию своему предназначению, его целостность. Они также представляются мерой «внутреннего согласия предприятия с собой».

Управление бизнесом – это всегда управление фокусом внимания сотрудников и потребителей. Показатели лояльности позволяют руководителям начать те преобразования, которые делают предприятие согласованным и сфокусированным. Именно эти его характеристики «зажигают» глаза и повышают инициативность работающих на нем людей. Ведь высокая лояльность – это не что иное, как высокий уровень соответствия предприятия своей миссии, заявленным ценностям, корпоративной культуре в целом. В результате проведенного теоретического исследования предложена методика повышения уровня лояльности персонала, соответствующего изменениям корпоративной культуры предприятия.

В качестве объекта рассмотрим предприятия ОАО «ОАК» и ОАО «РСК «МиГ» авиационной промышленности. Преобразования в области управления авиапромом осуществлялись в различных организационно-правовых формах еще с конца 80-х годов прошлого века: конверсии оборонного производства; реформирования системы управления производственными оборонными предприятиями (приватизации, акционирования); реструктуризации отечественного ОПК. Большое количество предприятий ОПК при распаде СССР подверглись интенсивному разгосударствлению. Объем государственного заказа на производство вооружения и военной техники сократился в 1992 году почти в 8 раз. В 1997 году около 50 процентов собственности предприятий российского ОПК было акционировано; из 1700 предприятий ОПК (не считая тех, которые числились на балансе Министерства Российской Федерации

по атомной энергии) только 40% полностью принадлежали государству, 31% предприятий представляли акционерные общества с участием государства, 29% предприятий стали полностью частными акционерными обществами. Однако некоторое время акционирование предприятий ОПК шло хаотично, создавались и распадались различные концерны и холдинговые компании.

Стратегическая линия в развитии ОПК – объединение предприятий ОПК в холдинги по общим отраслевым оборонным направлениям. Реструктуризация является одним из рычагов реформирования ОПК, и сегодня определены ее основные направления. Во-первых, это оптимизация управления путем сокращения общего числа подведомственных предприятий и организаций за счет регулируемых антикризисных процессов, объединения однопрофильных предприятий, регулируемое акционирование. Во-вторых, это создание крупных многопрофильных интегрированных структур (государственных холдингов, государственных акционерных компаний, финансово-промышленных групп) по функциональному и территориальному признаку. В-третьих, концентрация государственного заказа на ограниченное число профильных предприятий. Кризисное состояние авиационной промышленности было вызвано не только причинами общеэкономического характера, но и специфическими, обусловленными ее особенностями:

снижение спроса на авиационную продукцию на внутреннем рынке;

сокращение объемов бюджетного финансирования, нехватка собственных средств предприятий и других инвестиционных средств;

ускоренная приватизация предприятий авиационной промышленности, приведшая к разрыву технических связей и потере мощностей;

отсутствие перспективных программ вооружения и военной техники;

недостаточно развитая нормативная база, регламентирующая условия функционирования;

потеря вертикальной схемы управления авиационными предприятиями в рыночных условиях;

отток высококвалифицированных специалистов;

трудности кооперации участников технологического процесса предприятий из-за различий их форм собственности.

Нами был проведен опрос менеджмента компании ОАО «РСК» «МиГ» на предмет влияния реструктуризации на лояльность и корпоративные ценности на предприятии. В ходе опроса 80% респондентов заявили, что реструктуризация на предприятии оказала значительное влияние на работников и атмосферу в компании. При этом среди последствий назывались следующие факторы:

напряженная психологическая атмосфера (70%);

заметное снижение преданности и лояльности работников по отношению к компании (45%);

уменьшение инновационной активности сотрудников (40%);

рост количества конфликтных ситуаций между работниками и руководством (35%);

изменение требований сотрудников к уровню вознаграждения (35%);

увольнение некоторых ценных специалистов (30%);

снижение производительности труда (25%);

учащение конфликтов между работниками (20%).

Лояльность – ключевая ценность предприятия, фундамент для достижения целей и залог успешной командной работы. Лояльность требует получения результатов, обещанных другим людям, лояльность требует порядочности в отношениях с людьми, лояльность требует проявления заботы о благополучии других людей.

В рамках изучения доминирующих характеристик корпоративной культуры авиационных предприятий нами выбран вектор ее изменения от сочетания «авторитарная-технократическая-инновационная» к «демократической-гуманистической-инновационной». Лояльность к таким характеристикам представлена через следующие факторы-ценности (табл. 1).

Таблица 1

**Характеристики преимущественного типа корпоративной культуры  
на исследуемом предприятии**

<b>Демократический тип</b>
Корпоративная структура неформальна. Принято широкое обсуждение проблем в коллективе. Решения принимаются с учетом мнения специалистов, работников. Приветствуются инициатива и творчество. Поощряется коллективная работа
<b>Гуманистический тип</b>
Очень дружественное место работы, где у людей масса общего. Предприятие похоже на большую семью. Высока обязательность предприятия. Большое значение придается высокой степени сплоченности коллектива и моральному климату. Главное – забота о людях (сотрудниках, потребителях). Предприятие поощряет коллективную работу, участие сотрудников в решении общих проблем
<b>Инновационный тип</b>
Предприятие, ориентированное на достижение высоких результатов. Люди целеустремленны. Организацию связывает воедино стремление побеждать. Репутация и успех являются общей заботой. Отличительные черты – динамичность, предприимчивость и творчество. Связующей сущностью организации является преданность экспериментированию и новаторству. Предприятие поощряет личную инициативу и свободу



Практическая сторона вопроса была обусловлена необходимостью разработки эффективных программ развития авиационных предприятий, реализация которых не встретит сопротивления, т. е. персонал проявит лояльность к обновленным базовым ценностям и установкам корпоративной культуры.

Анализ частных коэффициентов и фокус-группа с ключевыми топ-менеджерами авиационных предприятий выявил следующие основные недостатки в работе по формированию корпоративной культуры и повышению лояльности:

отсутствие утвержденного корпоративного кодекса;

«устаревшая» система адаптации работников;

отсутствие сопровождения адаптации человеческого ресурса и обучения новых работников с позиции лояльности корпорации;

непрозрачная система стимулирования работников, непонятное для них распределение привилегий, бонусов и дополнительных выплат;

отсутствие комплексной системы нематериальной мотивации работников;

недостаточность мер по профилактике конфликтов;

отсутствие комплексной системы по формированию и развитию кадрового резерва организации;

неполное выполнение программ подбора и найма человеческого ресурса, пропуск некоторых процедур (например, проверка рекомендаций или сведений о кандидате в службе безопасности);

отсутствие мониторинга текущего уровня лояльности сотрудников;

недостаточность затрачиваемых ресурсов на адаптацию, обучение и переподготовку кадров.

Исследуемое предприятие условно в зависимости от уровня лояльности и разделяемых ценностей можно разделить на две группы:

1) сотрудники производственных подразделений со значением общего показателя лояльности  $L \leq 3,00$ ;

2) работники административно-управленческого блока со значением коэффициента  $L > 3,00$ .

Основные рекомендации направлены не только на формирование или корректировку корпоративной культуры, но и на конкретные действия по улучшению значений частных показателей коэффициента  $L$  (табл. 2).

Таблица 2

**Рекомендации зависимости корпоративной культуры авиационных предприятий от значения сводного показателя лояльности**

Значение сводного показателя $L$	Предложенные рекомендации
$L \leq 3,00$	Создание прозрачной системы оплаты труда и распределения привилегий
	Утверждение графика подбора персонала на предстоящий период
	Создание комплексной процедуры подбора, найма и адаптации персонала
	Регламентирование процедуры увольнения работников
	Формирование кадрового резерва
	Планирование обучения персонала
	Улучшение условий труда
	Мониторинг лояльности персонала не реже 1 раза в полугодие
$L > 3,00$	Проведение командообразующих тренингов и выездных мероприятий
	Организация корпоративного обучения
	Регулярная корректировка положений – о подборе, найме, адаптации персонала, материальной и нематериальной мотивации, обучении, кадровом резерве организации
	Создание анонимной почты
	Мониторинг лояльности персонала не реже 1 раза в год

Для совершенствования корпоративной культуры и повышения лояльности работников авиационных предприятий необходимо:

сформировать кадровую политику на основе стратегии реорганизации корпорации в зависимости от желаемых ценностей корпоративной культуры и частных показателей лояльности. Для отдела кадров необходимо утвердить график подбора кадров на предстоящий период, на основании которого можно спланировать бюджет на привлечение кандидатов, обучение и переподготовку работников, а также загрузку специалистов по кадрам в предстоящем периоде;

создать комплексную процедуру подбора, найма и адаптации человеческого ресурса. Специалисты по кадрам обязательно должны проверять предоставленные кандидатами рекомендации. Это

позволит повысить эффективность затрачиваемых на отбор ресурсов, оптимизировать временные затраты всех специалистов, участвующих в подборе. Для нового работника рекомендуется составлять план работы на период испытательного срока и назначать для него наставника. С целью мотивации специалистов-наставников для участия в программах адаптации их можно премировать по результатам успешного окончания испытательного срока новичка;

обеспечить прозрачность системы оплаты труда и распределения бонусов. Очевидно, что понятная система оплаты труда, дополнительных выплат улучшит социально-психологический климат в коллективе, повысит уровень лояльности персонала, а также снизит вероятность возникновения угроз корпоративной культуре. Систему ма-

териального стимулирования рекомендуется дополнить программой нематериальной мотивации. В каждой организации в зависимости от структуры персонала возможны различные нематериальные поощрения – объявление благодарности, награждение ценным подарком, предоставление дополнительного выходного дня, добровольное медицинское страхование, оплата питания и т. д.;

разработать систему формирования кадрового резерва. Принятие справедливых решений о назначении на вышестоящие должности является дополнительной нематериальной мотивацией работников и повысит их лояльность по отношению к корпорации. Создание плана обучения персонала, в том числе в рамках развития кадрового резерва, позволит повысить эффективность работы специалистов и уровень удовлетворенности персонала трудом;

минимизировать вероятность возникновения угроз корпоративной культуре и конфликтов в коллективе в случае увольнения работника. Совместно с информационно-техническим отделом и службой безопасности рекомендуется разработать план передачи дел увольняющегося специалиста и обходной лист, в котором указаны все подразделения и должности, перед которыми работник должен отчитаться перед увольнением. Для отслеживания причин текучести кадров менеджер по персоналу может разработать анкету увольняющегося работника или проводить собеседование лично;

не реже одного раза в год пересматривать и при необходимости корректировать основные положения – о подборе, найме, адаптации человеческого ресурса, материальной и нематериальной мотивации, обучении, кадровом резерве организации. Эта мера позволит эффективно работать с персоналом в изменяющихся условиях внешней и внутренней среды;

проведение командообразующих тренингов и выездных мероприятий с целью улучшения социально-психологического климата в коллективе. Эти меры помогут снизить вероятность возникновения конфликтов в организации, сплотить коллектив и повысить эффективность адаптации новых работников;

создание анонимной почты, с помощью которой каждый работник сможет отправить свои замечание, рекомендации, пожелания руководителю корпорации.

Нами установлено, что отсутствие регулярного мониторинга уровня лояльности человеческих ресурсов на авиационных предприятиях создает предпосылки возникновения угроз корпоративной культуре и приводит к неэффективности принятых кадровых решений. Для всех подразделений рекомендуется проведение регулярного мониторинга персонала и анализ значений как общего показателя L, так и отдельных его составляющих. Необходимо проводить расчет коэффициента L не реже 1 раза в год.

Одним из методов системы управления лояльностью сотрудников авиационных предприятий и развития корпоративной культуры является INTERNET. Такой инструмент, как INTERNET, позволяет не только информировать сотрудников о происходящих в корпорации событиях, но и обсуждать с ними возникающие в работе проблемы, задействовать их при принятии решений.

С целью всестороннего влияния на формирование лояльности человеческого капитала для авиационных предприятий был разработан комплекс мероприятий по обучению руководителей высшего и среднего менеджмента. В рамках тренинговых занятий и фокус-групп необходимо проводить обучение менеджеров по формированию лояльности и корпоративной культуры. Его суть сводится к тому, чтобы научить руководителей разного уровня самостоятельно строить работу с подчиненными в рамках выбранной системы ценностей, основываясь на принципах:

- доверия и сотрудничества;
- делегирования полномочий;
- эффективной оценки деятельности;
- конструктивной критики и обратной связи.

Предлагаемые нами рекомендации позволят своевременно вносить изменения в кадровую политику авиационных предприятий, минимизировать вероятность возникновения угроз корпоративной безопасности, конфликтов в коллективе и, как следствие, повысят лояльность персонала и эффективность деятельности предприятий в целом.

**A. O. Blinov\***

*\*Blinov Andrey, Doctor of Economic sciences, Professor of Finance Academy of the Russian Federation Government, Moscow  
aoblinov@mail.ru*

## FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN CONDITIONS OF RESTRUCTURING

*Key words: restructuring, management culture, synergy, organizational culture, employee loyalty, loyalty management system, aviation industry, competitiveness, economic efficiency.*

*Restructuring will enhance economic efficiency and competitiveness, will provide creation of new organizational structures, management culture, and thus create new thinking of managers and professionals. The described process of effective implementation of changes in the activity of enterprises is possible due to formation of employee loyalty. Based on the analysis of aviation industry, the author has offered certain recommendations to address deficiencies in organizational culture. Components of loyalty management system have been defined, allowing employees to make timely changes in personnel policies, to minimize threats to corporate security and conflicts in the team. Using the system improves the staff loyalty and the company effectiveness as a whole.*

---

© Блинов А. О., 2012

УДК 338

**Ю. Р. Шнякина\***

*\*Шнякина Юлия Равильевна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_eio@tolgas.ru*

**Я. В. Салонина\***

*\*Салонина Яна Владимировна, магистрант  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
dissovet@tolgas.ru*

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Ключевые слова: эффективность, система сбалансированных показателей, прибыль, оценка эффективности, процессно-ориентированный анализ.*

*С переходом к постиндустриальной стадии развития экономики более актуальными становятся вопросы исследования эффективности деятельности предприятий и систематизации научно обоснованных подходов к экономическому содержанию данной категории.*

Становление и дальнейшее развитие рыночных отношений в Российской Федерации тесно связано с повышением эффективности деятельности субъектов экономики. Важнейшим условием устойчивого развития субъекта хозяйствования в современной экономике становится своевременная подготовка к переходу на новый уровень организации деятельности предприятия, к освоению новых видов товаров (работ, услуг), разработке последовательных мер по обеспечению конкурентоспособности деятельности предприятия и оценки эффективности хозяйственной деятельности.

Современная ступень эволюции хозяйства, характеризующегося динамизмом и глобализацией, потребовала новых подходов к оценке эффективности, в связи с чем особую важность приобретает построение такой системы оценки эффективности деятельности предприятия, которая бы учитывала влияние изменяющейся внешней среды и долгосрочные последствия принимаемых управленческих решений.

Применение широко распространенной традиционной системы оценки эффективности бизнеса, основанной на ресурсном подходе и показателях прибыльности и рентабельности деятельности, подвергается в настоящее время справедливой критике, поскольку она позволяет адекватно оценивать результативность бизнеса лишь в краткосрочном периоде, причем в условиях неизменных отношений между контрагентами и в отсутствие асимметрии информации.

Экономический аспект обычно выражается величиной повышения прибыли, повышением доходов на вложенный капитал или какими-либо другими показателями эффективности. Если количественный аспект цели не сформулирован, то экономический аспект может быть реализован путем сокращения масштабов производственно-хозяйственной деятельности. Поэтому количест-

венный аспект, выражающий долю предприятия на рынке или объем продаж, формулировать необходимо. Понятие качественного аспекта цели характеризует потребительские качества услуги, без этой составляющей невозможно поддерживать конкурентоспособность услуги и самого предприятия.

Согласно Большому экономическому словарю [1] экономическая эффективность [economic efficiency] – частный случай эффективности, может трактоваться двояко.

1. Способность системы (не только экономической системы, но и иной, например технической, социальной) в процессе ее функционирования производить экономический эффект (потенциальная эффективность) и действительное создание такого эффекта (фактическая эффективность).

2. Ситуация, когда невозможно изменить распределение ресурсов так, что один из субъектов экономики улучшит свое положение, а другой не ухудшит, – это называется эффективностью по Парето.

При функционировании экономических систем всегда наблюдается некоторый разрыв между их потенциальной и фактической эффективностью, что свидетельствует о действии тормозящих факторов (своего рода трения), если (вслед за венгерским экономистом Я. Корнаи) использовать здесь физическую терминологию. Такими факторами являются неоптимальное распределение ресурсов, несовершенство экономических стимулов, недостаточное качество выполнения принимаемых решений, завышенные лаги реализации капиталовложений и др. Учет «трения» надо считать существенным условием адекватности и практической ценности экономико-математических моделей.

3. Способность системы производить при ее изменении (и при изменении условий ее функцио-

нирования) больший экономический эффект, чем в других условиях, а также реализация этой способности. Иными словами, здесь речь идет об эффективности изменения системы. При рассмотрении в динамическом аспекте эффективность изменений обычно выявляется из сопоставления с некоторыми исходными, начальными условиями.

Следует подчеркнуть, что в отличие от экономического эффекта экономическая эффективность в этом значении не абсолютная (эффект за определенный период), а относительная величина: наиболее распространенный способ ее определения заключается в делении величины эффекта на величину затрат (эффект на единицу затрат). Отсюда при прочих равных условиях, чем больше экономический эффект (или результаты) и меньше примененные для этого ресурсы, тем выше эффективность системы. Уровень эффективности – важнейшая характеристика качества системы и качества решений (действий), изменяющих ее. Вариант функционирования экономической системы, обеспечивающий наибольшую ее эффективность в данных условиях (при заданных ограничениях), является оптимальным.

Понятие «эффективность» часто отождествляют с понятиями оптимальности и интенсивности. Однако эффективность является синонимом оптимальности лишь в том случае, если качество системы оценивается по критерию ее эффективности, а не по иным критериям (например, по скорости роста, по обеспечению социальной справедливости и т. п.). В этом случае, соответственно, критерий оптимальности – то же, что критерий эффективности.

Чтобы быть успешной в течение долгого времени, чтобы выжить и достичь своих целей, организация должна быть как эффективной, так и результативной. По словам популярного исследователя Питера Друкера, результативность является следствием того, что «делаются нужные, правильные вещи» (doing the right things). А эффективность является следствием того, что «правильно создаются эти самые вещи» (doing things right). И первое, и второе одинаково важно [2].

Важным условием устойчивого в финансово-экономическом ракурсе функционирования и развития хозяйствующих субъектов является обеспечение их не простого повторяющегося в течение ряда лет неизменного объема воспроизводства, а расширенного, создающего предпосылки упрочения экономической мощи и стабильности организаций. При этом важная роль в укреплении и развитии экономики предприятий принадлежит получаемой ими прибыли от своей хозяйственно-финансовой деятельности.

По Дж. Ст. Миллю, прибыль подсчитывается путем вычитания из доходов компании затрат на закупку необходимых товаров и услуг (сырье, транспорт), а также выплачиваемой персоналу заработной платы. Подобная трактовка прибыли

как составного дохода была оспорена Мак-Киллохом, а затем после некоторых колебаний и А. Маршаллом. По их мнению, вычитать из доходов компании следует, помимо выше названных затрат, также и вознаграждение используемых в данном производстве капиталов. Следует сразу же отметить, о каких капиталах идет речь – привлеченных, собственных или о капитале в целом, – не ясно. Далее, основываясь на идеях Х. фон Тюнена и Л. Вальраса, Нант и Уэстон ввели понятие чистой прибыли, своего рода остатка из остатка, из которого помимо уже названных элементов изъяты вознаграждения руководству компании и премии за риск.

К. Маркс, исследуя природу прибавочной стоимости, указывает, что «прибавочную стоимость или ту часть всей стоимости товара, в которой воплощен прибавочный – или неоплаченный – труд рабочего, я называю прибылью» [3]. Иными словами, нормальная и средняя прибыль, по Марксу, образуется в виде доли неоплаченного труда рабочих при продаже товаров по их действительной стоимости.

Прибыль следует представить как результативный и как количественный показатель: результативный – она отражает эффективность использования имеющихся ресурсов, результаты деятельности организации; количественный – это разница между ценой и стоимостью товаров, между объемом продаж и себестоимостью.

Американский экономист Самуэльсон отмечает, что прибыль – это безусловный доход от факторов производства, это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, технические нововведения и усовершенствования, за умение рисковать в условиях неопределенности, это монопольный доход и этическая категория [4].

Максимальная прибыль достигается во взаимодействии внутренних и внешних факторов деятельности хозяйства. Основное требование максимизации прибыли – прибыльность каждой единицы выпуска. Организация стремится максимизировать разность между общим доходом и общими издержками. Производство каждой дополнительной единицы продукции увеличивает объем на величину предельных издержек, но одновременно повышается и общий доход – на величину предельного дохода. Пока предельный доход больше предельных издержек, прибыль в целом увеличивается, ее предельная максимизация еще не достигнута, и хозяйство может увеличивать объем производства.

Система оценки эффективности деятельности предприятий и организаций на основе стоимостного анализа позволяет принимать во внимание влияние внешних факторов и с приемлемой точностью определять результат деятельности предприятий и организаций в долгосрочном периоде. В этом случае критерием эффективности деятельности является приращение стоимо-

сти капитала, выраженного в денежной форме, поэтому построение системы оценки эффективности на основе показателя стоимости компании представляется одним из наиболее актуальных направлений современной экономической науки. Проблемам обеспечения эффективности деятельности предприятия огромное внимание уделяла советская экономическая наука. В современных российских условиях вопросы эффективности приобрели особую остроту в связи с тем, что в рамках старых бизнес-моделей, основы которых были заложены еще в период приватизации, добиться повышения эффективности много сложнее, чем в экономически развитых странах. Хаотичный состав бизнес-портфелей крупных компаний и их избыточная диверсификация, неэффективная деятельность корпоративных центров скорее способствуют снижению, чем росту их эффективности [5].

В современной экономической науке разработаны следующие концепции, определяющие подходы к оценке эффективности деятельности: традиционная финансовая модель, стоимостная модель, система сбалансированных показателей, система процессно-ориентированного анализа рентабельности, концепция BPM, вбирающая в себя все накопленное в мировой экономической науке знание в этой области.

Использование традиционной финансовой модели при оценке эффективности деятельности основано на рыночном типе хозяйственного мышления, в соответствии с которым все параметры, влияющие на эффективность деятельности предприятия, находятся среди факторов его внутренней среды. Следовательно, эффективность деятельности достигается путем принятия оперативных решений исходя из текущих возможностей организации. Разработанные методики финансового анализа основываются на данных периодической отчетности предприятия за прошедший период. Свидетельством эффективности деятельности компании может выступать увеличение ее стоимости. Оценивать увеличение стоимости и, как следствие, эффективность деятельности компании предлагается на основе факторов стоимости компании. Том Коупленд, Тим Коллер, Джек Мурин определяют факторы стоимости как: «...любую переменную, влияющую на стоимость компании» [6]. Одной из самых распространенных концепций в рамках данного типа хозяйственного мышления является концепция добавленной стоимости (EVA), предложенная Д. Стерном и Б. Стюартом, которая рассматривает рост эффективности как превышение рентабельности используемого капитала над затратами на его привлечение. Практической реализацией данной концепции выступают модель EVA и модель дисконтированных денежных потоков (DCF). Применению показателя EVA в качестве основы для построения системы оценки

эффективности деятельности компании присущи такие недостатки, как использование данных прошедшего периода и большого числа поправок, сближающих балансовую и рыночную стоимость активов компании. Применение модели DCF позволяет избежать недостатков модели EVA, однако не решает проблему распространения показателей системы оценки на все уровни организации с выделением отдельных показателей для основных и вспомогательных подразделений организации.

Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), разработанная Институтом Нолана Нортон под руководством Дейвида Нортон, рассматривает эффективность деятельности компании по четырем взаимосвязанным составляющим: финансовой, клиентской, внутренних бизнес-процессов, обучения и развития. В рамках этих составляющих выделяются показатели, для которых можно определить целевое значение, достижение которого отвечает стратегическим задачам компании. Если индикатор не достигает своего целевого значения, то это свидетельствует о наличии фактора, сдерживающего или противодействующего достижению стратегических целей. Таким образом, данная система позволяет анализировать эффективность деятельности компании по основным составляющим и структурным подразделениям. Однако система сбалансированных показателей не дает четкого интегрированного показателя, который мог бы выступать в качестве итоговой оценки, что не позволяет собственникам получить представление об эффективности деятельности компании в целом.

Система процессно-ориентированного анализа рентабельности (ABPA), разработанная М. Мейром, делает акцент на эффективности отдельных бизнес-процессов компании. Данная система основана на достаточно простой предпосылке: если понятны бизнес-процессы компании, ее расходы, а также генерируемые этими процессами доходы, приносимые клиентами, то появляется мощный инструмент измерения и повышения эффективности деятельности компании. ABPA позволяет определить действительную рентабельность тех или иных продуктов и услуг. Однако предприятия сталкиваются с большими трудностями при внедрении системы ABPA в современных условиях, прежде всего из-за недостатка квалифицированного персонала, необходимого для внедрения данной системы, а также малоразработанного методологического обеспечения. С появлением концепции BPM и информационной системы фирмы Huregion эти трудности, на наш взгляд, могут быть преодолены в ближайшем будущем.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование традиционной финансовой модели при оценке эффективности деятельности основано на рыночном типе хозяйственного мышления, в соответствии с которым все параметры, влияю-

щие на эффективность деятельности предприятия, находятся среди факторов его внутренней среды. Следовательно, эффективность деятельности дос-

тигается путем принятия оперативных решений исходя из текущих возможностей организации.

#### *Библиографический список*

1. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 1998.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. – М. : Дело, 2003. – 702 с.
3. Жминько Л. Е. Анализ показателей прибыли // Экономический анализ. Теория и практика. – 2008. – № 7.
4. Самуэльсон П. Экономика. Т. 1. – М. : ИПО «Алгон», 1992. – 315 с.
5. Бондаренко А. В. Стоимостное мышление. Эволюция взглядов на результативность бизнеса // Маркетолог. – 2006. – № 8 (82).
6. Корпоративное управление. Владельцы, директора и наемные работники акционерного общества : пер. с англ. – М. : Джон Уайли энд Санз, 2010. – 240 с.

***Yu. R. Shnyakina\****

*\*Shnyakina Yulia, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_eio@tolgas.ru*

***Ya. V. Salonina\****

*\*Salonina Yana, graduate student of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
dissovet@tolgas.ru*

#### **PRACTICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF ENTERPRISE EFFECTIVENESS**

*Key words: effectiveness, system of balanced indicators, profit, performance assessment, process-oriented analysis.*

*Transition to post-industrial stage of economic development made the issue of studying the enterprise effectiveness more relevant. Systematization of evidence-based approaches to the economic content of this category becomes necessary nowadays.*

© Шнякина Ю. Р., Салонина Я. В., 2012

УДК 657

**И. А. Соколова\***

*\*Соколова Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_bu@tolgas.ru*

**Н. А. Прохорова\***

*\*Прохорова Наталья Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
kaf\_bu@tolgas.ru*

## **ВНУТРЕННЯЯ БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

*Ключевые слова: внутренняя бухгалтерская управленческая отчетность, управленческий анализ, управленческий учет, управление предприятием, бизнес-процессы.*

*Рассматриваются вопросы сущности и содержания внутренней бухгалтерской управленческой отчетности, принципы и основные условия ее формирования, виды внутренней бухгалтерской управленческой отчетности, требования к информационной базе управленческого анализа.*

В современных экономических условиях вопросы организации управленческого анализа актуальны для крупных и небольших по размеру предприятий, функционирующих в различных сферах бизнеса. Формирование информации в рамках управленческого анализа невозможно без использования системы внутренней бухгалтерской управленческой отчетности.

Управленческий анализ – это анализ, ориентированный на внутреннее использование, базирующийся на оперативной информации, которая имеет конфиденциальный характер и перспективную направленность; управленческий анализ проводится с учетом отраслевой специфики деятельности предприятия, результаты анализа используются персоналом для формирования текущих и перспективных эффективных управленческих решений. Управленческий анализ представляет собой не только вид экономического анализа, но и элемент управленческого учета. Управленческий учет применяется в первую очередь для отражения внутренних событий и операций, происходящих на предприятии.

Информация, сформированная в управленческом учете, систематизируется в бухгалтерской управленческой отчетности, и, следовательно, от качества внутренней отчетности зависит эффективность управления предприятием.

Управленческая отчетность – это внутренняя отчетность, то есть отчетность об условиях и результатах деятельности структурных подразделений предприятия, отдельных направлениях его деятельности, а также результатах деятельности по регионам [1].

Целью составления управленческой отчетности является удовлетворение информационных потребностей внутрифирменного управления путем предоставления стоимостных и натуральных показателей, позволяющих оценивать и контро-

лировать, прогнозировать и планировать деятельность организации, а также конкретных менеджеров [1].

Правильно составленная и своевременно предоставленная управленческая отчетность дает возможность решить такие задачи, как:

- обоснование стратегических и оперативно-тактических управленческих решений в области рационализации структуры выпуска и условий продаж продукции, реструктуризации производственных мощностей и бизнес-процессов, состава и структуры текущих и капитальных затрат предприятия;

- оперативный анализ причин неэффективного использования ресурсов;

- создание системы раннего предупреждения потенциальных проблем, возникающих при осуществлении предприятием финансово-хозяйственной деятельности;

- оперативная и всеобъемлющая оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Среди перечисленных задач особое место занимает система раннего предупреждения потенциальных проблем, благодаря которой управленцы получают возможность выявить потенциальные опасности со стороны внешней и внутренней среды предприятия и своевременно предпринять определенные действия. Система раннего предупреждения состоит из следующих этапов:

- определение областей наблюдения, которые могут стать причиной нежелательного варианта развития событий;

- составление перечня индикаторов раннего предупреждения, являющихся своеобразными сигналами о потенциальных опасностях;

- выявление целевых показателей и интервалов их изменения по перечисленным индикаторам, то есть выделение наиболее опасных областей деятельности;



- установление задач для структурных подразделений, обрабатывающих информацию;
- формирование адекватной информационной системы предприятия.

Реализовать перечисленные выше направления позволяет внутренняя управленческая отчетность, сформированная надлежащим образом. Принципы формирования управленческой отчетности определяются специфическими особенностями деятельности организации, которые в первую очередь включают: размер предприятия и отраслевую принадлежность, организационную структуру предприятия и выделенные центры ответственности, подконтрольные показатели центров ответственности и структурных подразделений, существующую систему документооборота, виды и количество выпускаемой продукции (работ, услуг), каналы сбыта продукции и пр. Вместе с тем, рассматривая принципы формирования управленческой отчетности, необходимо учитывать мнение В. Ф. Паля: «...внутренняя отчетность индивидуальна. Она отрицает шаблонный подход» [3].

В экономической литературе, по мнению А. А. Адаменко и М. С. Рыбачева [1], выделяют четыре основных принципа формирования управленческой отчетности:

- принцип многоступенчатой отчетности по уровням управления, или «иерархический принцип»;
- принцип конгруэнтности (взаимосвязки) стратегических и оперативных задач;
- принцип контролируемости затрат, то есть в отчетности структурных подразделений отражаются только те виды затрат, на которые может воздействовать менеджер (руководитель) данного подразделения;
- принцип дифференцированности подходов к формированию отчетности для различных уровней управления.

Управленческий анализ предоставляет управленческому персоналу информацию, необходимую для управления и контроля за деятельностью предприятия, но одновременно собирает и обрабатывает все виды учетной информации для внутреннего пользования с целью принятия управленческих решений. Управленческий анализ необходим на всех стадиях подготовки и принятия управленческого решения, особенно на этапах формирования цели, выработки решения, выбора альтернативного варианта и при обсуждении результатов реализации решения.

Управленческую отчетность подразделяют в соответствии с классификационными признаками на виды:

- по уровням выделяют отчетность основного и нормативного (регламентирующего) уровня (при этом следует помнить, что внутренняя управленческая отчетность не регламентируется госу-

дарством, речь идет о регламентах, устанавливаемых предприятием самостоятельно);

- по содержанию информации отчетность подразделяется на комплексные итоговые отчеты, тематические отчеты по ключевым показателям и аналитические отчеты;

- по периоду составления выделяют: краткосрочную (ежедневную, еженедельную), среднесрочную (недельную, месячную) и долгосрочную (месячную, полугодовую) отчетность;

- по форме представления отчетность может быть представлена одним из способов: текстовым, табличным или графическим, на традиционном или электронном носителе.

На предъявляемые к управленческой отчетности требования наиболее существенным образом влияют следующие факторы:

- уровень решаемых управленческих задач (оперативный, тактический, стратегический);
- временные рамки управления (задачи, рассчитанные на краткосрочный и долгосрочный периоды);
- цели собственников предприятия (повышение рентабельности бизнеса, расширение или сокращение бизнеса, повышение рыночной стоимости, продажа бизнеса или его ликвидация и т. п.);
- стадия развития бизнеса (этап становления и развития, стадия зрелости, период спада).

Основными пользователями внутренней управленческой отчетности являются различные уровни управленческого персонала, которые используют полученные данные для экономического обоснования разрабатываемых направлений улучшения финансово-хозяйственной деятельности и принимаемых управленческих решений.

При организации на предприятии системы внутренней управленческой отчетности необходимо соблюдать общие положения:

- объективность и достоверность;
- оперативность и своевременность;
- целесообразность и эффективность;
- конкретность и адресность;
- существенность и наглядность;
- аналитичность и сопоставимость;
- достаточность и понятность;
- релевантность.

Следует помнить об определенных условиях для обеспечения надежности внутренней управленческой отчетности, присущие любому виду отчетности предприятия: правдивость; нейтральность; преобладание сущности над юридической формой; осмотрительность или консервативность; сопоставимость; эффективность.

Информация, содержащаяся во внутренней управленческой отчетности, должна также соответствовать целям, для которых она составляется. Затраты, связанные со сбором и обработкой данных, должны быть сопоставимы с выгодой, получаемой в результате использования сформированной управленческой информации.

С одной стороны, управленческий анализ базируется на данных, сформированных в рамках управленческого учета, и является одной из функций управления. С другой стороны, в процессе проведения управленческого анализа используются методы и процедуры экономического анализа.

Решение задач управленческого анализа возможно при использовании экономико-математического моделирования, построения имитационных моделей и систем, позволяющих прогнозировать финансовые результаты в условиях неопределенности и риска. Развитие информационных технологий позволяет воспользоваться для целей проведения управленческого анализа результатами исследований в области построения имитационных моделей, способных решать слабоструктурируемые задачи. Данные методы, интегрируясь в единую систему, позволяют эффективно решать стоящие перед управленческим анализом задачи как ретроспективного, текущего, так и прогнозного характера.

Основная цель управленческого анализа сводится к предоставлению руководству предприятия релевантной информации для решения отдельных управленческих проблем, главным образом направленных на перспективу. На предприятиях исходя из потребностей управления должна быть создана система управленческой отчетности, способная предоставить необходимую информацию в достаточном, но не избыточном количестве для принятия обоснованных оперативных, тактических и стратегических управленческих решений и осуществления эффективного контроля. К подобной информации относятся данные о движении сырья и материалов, о количестве и качестве выпускаемой продукции, о размере затрат и расходах на сбыт, об объеме продаж и размере прибыли, о сроках погашения дебиторской задолженности. Кроме того, внутренняя отчетность должна включать информацию о мероприятиях по охране труда на предприятии, данные об использовании объектов социальной инфраструктуры, сведения о предоставлении социального пакета работникам предприятия и т. д. [5].

На наш взгляд, при принятии управленческих решений недостаточно для эффективного управления информации о каком-либо ограниченном отдельном объекте, информация должна быть взаимоувязана с другими экономическими показателями. Причем наиболее эффективным является одновременное использование как финансовых, так и нефинансовых показателей. Финансовые показатели являются практически одинаковыми для предприятий различных форм собственности и различных видов деятельности, что объясняется единым перечнем основных объектов бухгалтерского учета [5]. Перечень нефинансовых показателей индивидуален для организаций различных сфер деятельности. Нефинансо-

вые показатели характеризуют, как правило, внешнюю среду предприятия и могут включать такие показатели, как: средний возраст и плотность проживающего в регионе населения; «проходимость» покупателей и размер торговых площадей; так называемый индекс «лояльности» покупателей (потребителей); потребительские предпочтения; предпринимательская активность и репутация руководства, количество заключенных договоров и т. п.

При наличии на предприятии системы внутренней управленческой отчетности появляется возможность контролировать эффективность деятельности центров ответственности и объективно оценивать результативность работы их руководителей; существует возможность принимать своевременные и обоснованные управленческие решения.

В настоящее время основной целью внутренней управленческой отчетности как основы управленческого анализа является формирование полной и своевременной информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, необходимой управленческому персоналу для подготовки, обоснования и принятия управленческих решений. Формирование полной и своевременной информации достигается благодаря оперативности, которая определяется тем, что информация, необходимая для принятия решений и контроля, будет эффективна только в том случае, когда она своевременно передается пользователю.

Поскольку аналитик использует значительные информационные потоки, ручная обработка данных не позволяет обеспечить своевременность получения информации. Поэтому требование оперативности диктует необходимость автоматизации аналитических процедур и формирования внутренней управленческой отчетности.

Совершенствование информационного обеспечения управленческого анализа требует разработки автоматизированной системы внутренней управленческой отчетности на базе единой интегрированной информационной системы управления. Автоматизированная система управленческого учета важна как необходимый инструмент для подготовки эффективных управленческих решений. Она позволяет прогнозировать вероятные последствия принимаемых управленческих решений на основе детального анализа показателей деятельности организации за достаточно продолжительный период наблюдения. Методологический аспект создания автоматизированной системы управленческого учета охватывает методы управленческого учета, методику его проведения, систему показателей, решение аналитических задач.

Другим направлением совершенствования информационного обеспечения управленческого анализа являются стандартизация, типизация и унификация информационных потоков на всех уровнях.

Стандартизация терминов и определений должна создать основу для дальнейшей работы по унификации информации. Необычайно усилилось значение стандартизации и опирающихся на нее типизации и унификации не только для первичных документов входной информации, но и для производных и выходных документов в связи с интенсивным развитием. Унификация является одной из основных предпосылок стандартизации информационных потоков.

При работе с документацией всех видов необходимо соблюдать стандарты терминологии, то есть для каждого понятия должен быть установлен один стандартный термин. Направления работ по стандартизации в управленческом анализе связаны с отработкой четкой терминологии и понятий, используемых в методиках, стандартизацией системы факторов и показателей, разработкой единой системы символов и условных обозначений, стандартизацией методик проведения управленческого анализа.

Необходимо разработать стандарты на формы и методики анализа, периодичность его проведения, набор аналитических задач для стандартных управленческих решений, порядок поступления информации для анализа, процедуры обработки информации и сроки представления результатов анализа потребителям, унифицировать формы выходных аналитических документов.

Унификация основных, обязательных элементов анализа не исключает наличия множества оригинальных методик для решения индивидуальных проблем предприятия.

Все это позволит повысить уровень аналитической работы на предприятиях и в масштабах страны, будет способствовать увеличению количества типовых разработок по экономическому анализу и в целом позволит увеличить сопоставимость результатов анализа, расширить возможность сравнения и обобщения его результатов.

Таким образом, можно сделать вывод, что информационная база управленческого анализа состоит из входных данных, результатов их промежуточной обработки, выходных данных и конечных результатов, поступающих в систему управления, то есть представляет собой совокупность

взаимосвязанных данных, направленных на решение существующих проблем. Исследование информационной базы анализа позволяет оценить степень подготовленности, доброкачественности, аналитичности исходных данных, что обеспечит успешное решение аналитических задач. Зная информацию, которая имеется и может быть получена, можно правильно выбрать приемы анализа и определить целесообразность применения той или иной методики. От качества информации при принятии управленческих решений в значительной степени зависят финансовое положение, экономический потенциал и эффективность развития коммерческой организации. Исследование аналитичности информации позволяет получить ценный материал по совершенствованию документов, их содержанию и движению.

Источники информации для проведения управленческого анализа и составления внутренней управленческой отчетности характеризуются значительным многообразием. Все многообразие информации, используемой в управленческом анализе, классифицируется по ряду признаков в зависимости от связи с системой управления. Выбирая тот или иной прием, преобразования данных в информацию, аналитик трансформирует ее в методически обусловленную форму, позволяющую в дальнейшем определять требуемые показатели и параметры.

В настоящее время накоплен определенный опыт в области формирования состава внутренней управленческой отчетности и содержания различных форм в зависимости от отраслевой принадлежности предприятий. Основным недостатком существующих подходов к формированию содержания внутренней управленческой отчетности является искусственное ограничение состава показателей по основному объекту, данные о котором содержатся в форме внутренней отчетности [5].

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить особенности формирования внутренней бухгалтерской управленческой отчетности, что дает возможность организовать эффективную основу управленческого анализа для принятия рациональных управленческих решений.

#### *Библиографический список*

1. Адаменко А. А., Рыбьянцева М. С. Дифференциация взглядов на систему контроллинга и ее информационное наполнение // *Международный бухгалтерский учет*. – 2012. – № 11 (209). – С. 54-62.
2. Елиферов В. Г., Репин В. В. Бизнес-процессы: регламентация и управление. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 319 с.
3. Епифанов А. А. Организация управленческого учета на предприятиях по производству строительных материалов // *Бухгалтерский учет*. – 2009. – № 20. – С. 63-67.
4. Слободняк И. А. Необходимость составления форм внутренней бухгалтерской отчетности, представленных как система показателей // *Международный бухгалтерский учет*. – 2012. – № 11 (209). – С. 33-43.
5. Шиманская Е. В. Внутренняя отчетность как источник информации при проведении контроля за соблюдением положений коллективного договора // *Все для бухгалтера*. – 2011. – № 2 (209). – С. 23-32.

**I. A. Sokolova\***

*\*Sokolova Irina, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_bu@tolgas.ru*

**N. A. Prokhorova\***

*\*Prokhorova Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
kaf\_bu@tolgas.ru*

#### **INTERNAL ACCOUNTING AS INFORMATION BASIS OF MANAGEMENT ANALYSIS**

*Key words: internal management accounting, management analysis, management accounting, company management, business processes.*

*The article considers the nature and content of internal management accounting. The author describes the principles and conditions of its formation, types of internal management accounting and requirements for information basis of management analysis.*

---

© Соколова И. А., Прохорова Н. А., 2012

УДК 339.1

**М. В. Никитин\****\*Никитин Михаил Владимирович, доктор медицинских наук, кандидат экономических наук**Институт маркетинговых исследований**НОУ ВПО «Международный инновационный университет», г. Сочи*

nikitinsochi@rambler.ru

**Т. Н. Захарова\****\*Захарова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук**Институт маркетинговых исследований**НОУ ВПО «Международный инновационный университет», г. Сочи*

pp.dissov@mail.ru

## РЫНОЧНЫЕ ИННОВАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Ключевые слова: инновационность клиентоориентированного маркетинга.*

*Предлагаемая концепция клиентоориентированности предусматривает маркетинговый анализ рыночной успешности тех или иных видов отечественных товаров или услуг, которые были произведены (или закуплены) на основании авторских критериев маркетинговой разветвленности, т. е. рамификации рыночных притязаний экономического котериума. В это понятие нами включались и были реализованы задачи по маркетинговой идентификации условий рыночной среды (коэффициент инфляции, стоимость энергоносителей и т. д.) при прогнозировании потенциальной рентабельности и уровня продаж разрабатываемых (новых) видов товаров и услуг российских предприятий.*

Системный анализ открытых литературных и официальных источников (Кострыкина М. В., 2006; Сакаданов Д. В., 2007) по проблеме клиентоориентированности потребителя на различных сегментах российского рынка, а также статистическое динамическое наблюдение за маркетинговой деятельностью баз исследования – консалтинговых фирм и частных предприятий, занимающихся маркетинговыми услугами (n=281) в

2005–2010 годах, позволили на достоверном уровне ( $p < 0,05$ ) выделить магистральные составляющие маркетинговой среды (в контексте с их авторским критическим оцениванием) в рамках научного осмысления сложившихся позитивных и негативных тенденций в методологии реализации товаров и услуг на российском рынке, что представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Сравнительные характеристики концепции клиентоориентированности и критическая авторская оценка существующей методологии управления рыночными притязаниями экономического котериума (взаимозависимых групп потребителей)**

Характеристика	Сущностное содержание	Маркетинговое резюме
<b>1. Потребительские</b> в т. ч. сегменты: 1.1. демографический 1.2. географический 1.3. поведенческий 1.4. психографический	Инициация маркетинговых программ регулирования товаропотоков и объемов оказываемых услуг по сбытовым критериям, которыми выступают: территориальная общность проживания потенциальных потребителей, половозрастной состав, ценовая доступность товара или услуги	Существующие маркетинговые программы управления качеством и объемами реализации товаров и услуг слабо учитывают психографическую составляющую потребительского рынка (особенно изменившийся стиль жизни и уровень потребительских притязаний, диктующие степень готовности покупки того или иного класса товара или услуги, соответствующих общественному и имущественному статусу пользователя)
<b>2. Технические</b>	Диссеминация разноуровневых систем управления условиями маркетинговой среды, включая автоматизированное (таможенное) оформление перевозочных документов, информирование потребителей и поставщиков об изменениях в графиках и тарифах планируемых к поставке товаров	Недостатком существующих маркетинговых мероприятий является устаревшая технически система информации продавца и покупателя о синхронизации согласованного подвоза товаров к транспортным узлам, а также оперативного графика их прохождения на таможне
<b>3. Геополитические</b>	Трансформация условий маркетинговой среды (в связи с возникновением пограничного барьера со странами дальнего и ближнего зарубежья) ведет к удорожанию перемещаемых в таможенном пространстве грузов и пассажиропотоков, что снижает оперативность не только получения товаров, но и оказания услуг, например, в рамках международного туризма	Рыночная успешность маркетинговой функции российских субъектов рыночных отношений в сфере реализации товаров и услуг остается достаточно низкой ввиду медленной интеграции отечественных грузоперевозчиков в единую транспортную политику стран Евросоюза

Комментируя данные табл. 1, следует подчеркнуть, что в рамках осуществленного эксперимента были дифференцированы три основные характеристики внешней маркетинговой среды, оказывающие превалирующее экономическое влияние на процесс управления концепцией клиентоориентированности отечественных фирм по продаже товаров и услуг. Таковыми маркетинговыми характеристиками являлись: а) потребительские; б) технические; в) геополитические. При этом среди потребительских характеристик внешней маркетинговой среды выделялся демографический сегмент (например, зависимость объемов услуг для туристических групп от периодов школьных и студенческих каникул), а также поведенческий сегмент, что определялось сложившимся стилем жизни и уровнем потребительских притязаний экономического котериума (взаимозависимых групп потребителей, в т. ч. от имущественного ценза). Это проявлялось, например, востребованностью у тех же туристических групп (т. е. временного потребительского котериума) купе VIP-класса, оборудованных душем, телевизором и т. д. Вместе с этим технические характеристики внешней маркетинговой среды сегодня оказывают негативное воздействие на потребительский рынок, поскольку сдерживают эффективность маркетинговых мероприятий из-за устаревшей системы информации как продавца, так и покупателя, поскольку не обеспечивают ни первого, ни второго возможностью оперативного отслеживания маршрутов доставки товаров, подлежащих перемещению через границу. Рыночная успешность маркетинговой функции российских предприятий, занимающихся торговлей иностранными товарами, остается достаточно низкой, поскольку трансформация условий внешней маркетинговой среды в связи с геополитической неурегулированностью экономических составляющих пограничного и таможенного барьеров со странами ближнего и дальнего зарубежья ведет к удлинению сроков перемещения грузов, что крайне негативно сказывается не только на внешнеэкономической деятельности, но и ведет к удорожанию внешних пассажирских перевозок при индивидуальном или массовом международном туризме. Последнее настоятельно требует принятия конкретных шагов по совершенствованию маркетинговой политики отечественных фирм, занимающихся внешней экономической деятельностью на базе их скорейшей интеграции в единую транспортную систему стран Евросоюза. Последнее определяет сущностное содержание концепции клиентоориентированности при планировании будущих сбытовых мероприятий, что представлено

на схеме 1. Обсуждая данные схемы 1, необходимо указать на примененный в рамках исследования единый методологический подход к формированию концепции клиентоориентированного маркетинга, который представляет собой логическую цепь сбытовых мероприятий, направленных на органичное сочетание кратко-, средне- и долгосрочных рыночных притязаний экономического котериума. При этом в основе краткосрочного планирования концепции клиентоориентированного маркетинга лежала оптимизация ценовой привлекательности российских товаров и услуг. Последнее протекало на фоне реализации маркетинговых инноваций в схемах электронного транспорт-бизнеса, представленного в виде автоматизированных систем оформления товаров при их таможенном пересечении границ. В ряде случаев это достигалось при среднесрочном исполнении маркетинговых программ, которые за трехлетний период позволяли создать продуктивно работающие региональные центры управления потребительскими рынками как централизованной общероссийской системы маркетингового контроля. Одновременно долгосрочный компонент предложенной концепции клиентоориентированного маркетинга включал в себя два управленческих этапа: а) грядущую плановую демонополизацию российского сегмента рынка путем создания налоговых льгот и финансовых преференций для мелкого отечественного производителя; б) строительство новых бизнес-центров и коммуникаций к ним на основе государственно-частного партнерства.

В рамках представленного аналитического исследования проводилось изучение форм и методов задействования клиентоориентированного маркетинга как действенного управленческого инструментария стратегии черноморских производителей товаров и услуг для завоевания и расширения собственной доли рынка. Названное было органично связано с первостепенной задачей клиентоориентированного маркетинга, призванного ответить на следующие вопросы: а) какими бы желал видеть товар или услугу (по ассортиментным, качественным, стоимостным и иным характеристикам) сегодняшний и завтрашний их потребитель; б) кто этот потребитель, т. е. его социальный и экономический (имущественный) портрет; в) в какие сроки администрация или собственник предприятия (фирмы) должны успеть провести реконструкцию или замену технологического оборудования фирмы, чтобы массированно выбросить на территориальный сегмент рынка обновленную услугу или товар? Подобный алгоритм маркетинговых действий менеджеров представлен на схеме 2.

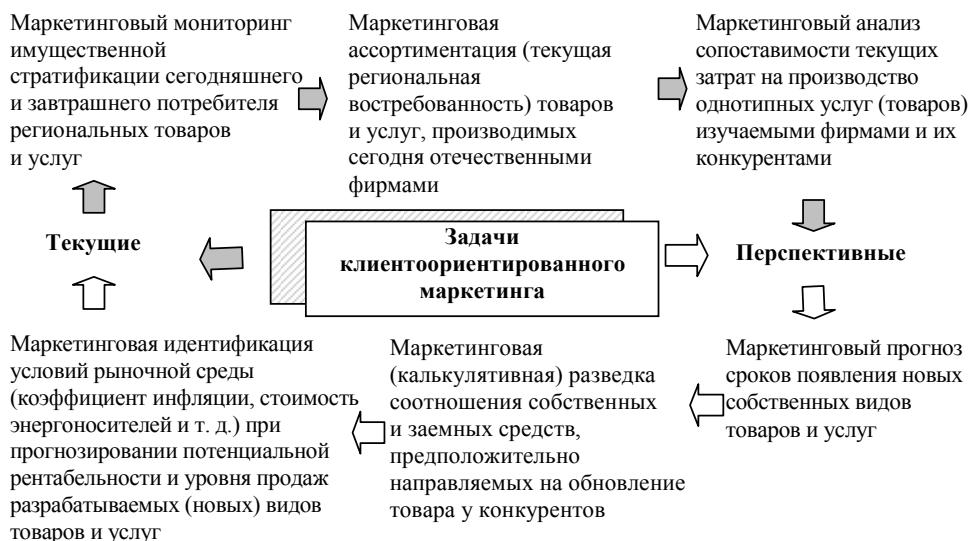
Схема 1

**Ингредиенты авторской концепции клиентоориентированности  
взаимозависимых групп потребителей (экономического котериума)  
и анализ маркетинговой разветвленности (раификации) их рыночных притязаний**



Схема 2

**Клиентоориентированность маркетинговых программ для идентификации задач  
рыночной разветвленности сбытовых притязаний экономического котериума  
(взаимозависимых групп потребителей)**



Комментируя данные схемы 2, следует отметить две группы основных задач рыночного поведения производителей отечественного продукта, решаемые в рамках настоящего исследования с помощью научных приемов клиентоориентированного маркетинга. В частности, первая группа

подобных проблем обозначена нами как текущие задачи, которые включают: 1) маркетинговый мониторинг имущественной стратификации потребителей (как реальных, так и потенциальных); 2) идентификацию, т. е. маркетинговую ассортиментную оценку уровня текущей востребованности в изу-

чаемом регионе различных видов товаров и услуг; 3) маркетинговый анализ сопоставимости затрат баз исследования с затратами конкурентов на производство однотипного продукта. Именно последний научный прием клиентоориентированного маркетинга позволил в рамках представленного исследования выделить вторую группу проблем, которые были условно обозначены как перспективные задачи. В эту группу задач были отнесены: а) маркетинговый прогноз сроков появления новых видов товаров и услуг у конку-

рентов; б) маркетинговая (калькулятивная) разведка соотношения собственных и заемных средств, предположительно направляемых на обновление товаров у конкурентов; в) маркетинговая идентификация условий рыночной среды (уровень инфляции, потенциальный рост стоимости энергоносителей и т. д.) при прогнозировании будущей рентабельности и уровня продаж разрабатываемых (как конкурентами, так и базами исследования) новых видов товаров и услуг.

#### *Библиографический список*

1. Кострыкина М. В. Реновационный маркетинг при совершенствовании алгоритма рыночных действий отечественных менеджеров // Сбытовой вестник. – 2006. – № 3. – С. 82-84.
  2. Сакаданов Д. В. Санационные программы экономических показателей грузоперевозок в России // Транспортное дело. – 2007. – № 1. – С. 35-38.
- 

**M. V. Nikitin\***

*\*Nikitin Mikhail, Doctor of Medicine, PhD in Economics of  
Institute for Market Research «International Innovative University», Sochi  
nikitinsochi@rambler.ru*

**T. N. Zakharova\***

*\*Zakharova Tatyana, PhD in Economics of  
Institute for Market Research «International Innovative University», Sochi  
pp.dissov@mail.ru*

#### **MARKET INNOVATIONS OF MODERN CLIENT-ORIENTED MARKETING PROGRAMS OF RUSSIAN COMPANIES**

*Key words: innovations of client-oriented marketing.*

*The proposed concept of customer-oriented approach implies marketing analysis of the market success of certain types of domestic goods or services that have been produced or bought. The analysis is based on the author's criteria of market branching, i.e. ramification of market claims of economic coterium. This concept incorporates the issues of marketing identification of market environment conditions (inflation coefficient, energy costs, etc.) in predicting the profitability potential and the sales level of developed (new) types of goods and services of the Russian companies.*

---

© Никитин М. В., Захарова Т. Н., 2012



## Дискуссии и обсуждения

УДК 330.101

**Л. А. Бугунов\****\*Бугунов Леонид Александрович, кандидат психологических наук, доцент**Северо-Казахстанский государственный университет им. М. Козыбаева, г. Петропавловск,**Республика Казахстан*

leonid.bogunov@mail.ru

### РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ СЕГОДНЯ. АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ

*Ключевые слова:* экономическое мышление, экономическое образование, экономический человек, формирование экономического мышления.

*Рассмотрены вопросы роли феномена «экономическое мышление» на современном этапе развития национальной экономики, дано собственное понимание экономического мышления, проанализированы необходимость и возможности формирования экономического мышления в современном экономическом образовании, представленные в конкретных положениях.*

В целях повышения социально-экономической конкурентоспособности России российскими экономистами ведется работа, масштабность которой проявляется в стремлении охватить по возможности все стороны государственной жизни, что особенно актуально в период экономического кризиса. Трудности, с которыми столкнулась мировая экономика, и в частности российская, объективно ставят такие задачи. Так, если с 1999-го по 2008 г. темпы экономического роста в России составляли около 7% в год, к 2007 году объемы производства в стране вышли на уровень 1990 года и ВВП Российской Федерации уже превосходил масштабы экономики советского периода, то мировой финансовый кризис 2008–2009 годов отбросил экономику России на уровень 1990 года [14].

Кризис последних лет показал, что необходима социально-экономическая переориентация государственной политики. Анализ слабых и сильных сторон национальной экономики (В. А. Мау, А. Моисеев, К. Рогов, М. Н. Узяков и др.), реализуемый в том числе в рамках созданных рабочих групп по работе над Стратегией-2020, показывает (и на этом сходятся большинство российских экономистов), что одним из основных приоритетов качественного повышения конкурентоспособности России являются ее модернизация и инновационное развитие.

В инновации должны быть направлены и финансовые, и интеллектуальные инвестиции. «При этом если в краткосрочном горизонте ключевым вопросом обеспечения роста будет проблема инвестиций, то в долгосрочном планировании ключевой проблемой все же является проблема спроса, т. е. поиска ниш долгосрочного устойчивого спроса, на удовлетворение которого могла бы быть экономика сориентирована» [12, с. 1].

Что же может обеспечивать такой спрос или как выйти на формирование устойчивого спроса в долгосрочной перспективе?! По нашему мнению, одним из аспектов решения этой проблемы может быть современное экономическое мышление. Формирование современного экономического мышления, реализуемое в самых разных направлениях, может быть одной из тех долгосрочных инвестиций в человеческий капитал современной России, способных служить повышению ее конкурентоспособности в условиях социально ориентированной рыночной экономики. Эта та основа, которая позволит воспринимать гражданину любое экономическое преобразование не как привнесенное и навязанное извне, но осознанно понимать его как эволюционное, объективно необходимое в контексте современных экономических преобразований.

Современное экономическое мышление как основа экономической компетентности сможет способствовать и демографической стабилизации ситуации. Ведь «современный экономический рост не знает прецедентов устойчивого и длительного его поддержания без роста населения» [10, с. 4].

А экономически неграмотное население в результате естественных процессов рыночной выбраковки вряд ли будет давать демографический прирост. К тому же сегодня мы имеем, как пишет В. Мау, «бегство из страны среднего класса и политической элиты. Налицо exit strategy у значительной части населения – причем населения образованного и богатого. Причины – в низком уровне безопасности личности и собственности, а также в неверии в возможность определять характер политической жизни в стране. Особенно это проявляется по отношению к детям, которых стремятся вывезти из страны уже для обучения в школе. Одновременно выводятся средства, необ-

ходимые для обустройства за рубежом. Вывозится и капитал... уехать оказывается более простым решением, чем бороться за улучшение условий внутри страны» [7, с. 2].

Поэтому одним из компонентов современного экономического мышления, по нашему мнению, должно быть формирование осознания своей роли, своего участия и силы в понимании экономических преобразований, осознание индивидом собственных экономических компетенций в плане повышения своего экономического благополучия, умение быть экономически и финансово адаптивным, не перекладывая ответственность материального благополучия на географию места жительства.

Современное экономическое мышление как основа экономической компетентности индивида способно обеспечить его оптимальную гибкость на рынке труда, так как человек сам будет понимать, что он есть и какова его роль в канве происходящих социально-экономических преобразований. Сегодня, по мнению А. Моисеева, «...необходимо сосредоточить усилия на проведении реформ, направленных на демонополизацию российской экономики, повышение гибкости рынка труда (внутренняя трудовая миграция, переквалификация и пр.), иначе говоря – обеспечение занятости в новых секторах экономики – секторах, производящих «неторгуемые» товары и услуги» [9, с. 5]. Адаптивное и гибкое экономическое мышление решают такую проблему.

Но что следует понимать под экономическим мышлением, почему так важно обратить внимание на современное экономическое мышление, а также как практически осуществить формирование современного экономического мышления? Далее мы попытаемся ответить на эти вопросы.

На основании работ Л. И. Абалкина, А. Ю. Архипова, Ф. С. Веселкова, С. Г. Ковалева, В. И. Мирошникова, К. Х. Нинчиева, Е. В. Путенихиной, А. Ф. Поповой, К. А. Улыбина и др., посвященных исследованию феномена экономического мышления, работ И. В. Андреевой, О. Н. Баевой, И. В. Вириной, В. Н. Якимова и др., исследующих особенности экономического образования, анализируя и дополняя теорию и практику вопроса экономического мышления, а также проблему его формирования, мы считаем, что под экономическим мышлением следует понимать процесс и результат отражения экономической действительности, знания, умения и навыки теоретического и практического оперирования категориальным экономическим аппаратом, реализуемые в решении прикладных экономических задач, где процесс формирования экономического мышления предполагает сочетание экономической теории и практики в деятельности индивида, группы.

При этом результат отражения экономической действительности показывает, почему один

экономический человек, понимаемый прежде всего как субъект, рационально строящий свои планы и действия с точки зрения максимизации выгоды [4, с. 753; 13, с. 74], оказывается экономически более конкурентоспособным, чем другой, в том числе и на рынке труда, а процесс отражения экономической действительности решает проблему образования и воспитания экономического человека с целью сделать его более эффективным, исходя из приоритетов максимизации выгод и минимизации затрат, с позиций формирования и развития его экономического мышления.

Таким образом, аспекты реализации экономического мышления должны быть основаны на следующих основных положениях.

Во-первых, экономическое мышление индивида, основой которого является его индивидуальный социокультурный опыт, в значительной степени детерминирует эффективность его жизнедеятельности, определяет ощущение им собственного благополучия. Социально-экономические установки, которые передаются из поколения в поколение, не всегда способны обеспечивать эффективность социально-экономической адаптации. Это обусловлено, с одной стороны, их несоответствием новым реалиям, а с другой – их неосознанностью, отсутствием понимания их неадекватности изменившимся условиям, а значит, и невозможностью их изменения. Это делает субъекта экономически негибким в плане приспособления к экономической реальности, делает невозможным конкурентоспособное вхождение в экономические преобразования, и, как следствие, неконкурентоспособный экономический человек оказывается сторонним наблюдателем за пределами системы, становится «экономически бесправным».

В то время как современное экономическое мышление, выражающееся в умении всесторонне воспринимать ситуацию, видеть различные стороны ситуации, осознавать наличие выбора и принимать на себя ответственность за осуществленный выбор, за принятое решение, умение взаимодействовать с ситуацией, а не зависеть от нее, реализуя и в теории и на практике соответствующее знание, делало бы возможным становление экономической конкурентоспособности индивида, группы. Таким образом, проблема заключается в отсутствии конкурентоспособного экономического мышления у современного экономического человека. А ее решение – в инновационных механизмах формирования современного экономического мышления у населения.

Во-вторых, анализируя феномен экономического мышления, по нашему мнению, следует исходить как из эволюционного социально-исторического становления экономического мышления, которое формируется в процессе и в результате взаимодействия экономического человека с соответствующей реальностью, которая детерми-

нирует его экономический категориальный аппарат, таким образом обуславливая соответствующие воззрения, управляя им как объектом; так и из способности человека быть субъектом собственной жизни, то есть быть тем, который управляет. И в этом дуализме заключено глобальное понимание феномена экономического мышления экономического человека с возможностью его реализации в экономическом образовании и воспитании.

Формирование современного экономического мышления должно осуществляться на всех ступенях образования, а также, если говорить о высшей школе, по нашему мнению, оно может быть реализовано и в изначально неэкономических дисциплинах, например таких как философия, психология и педагогика.

Формирование современного экономического мышления целесообразно осуществлять в условиях планомерно организованного учебно-воспитательного процесса в школе и вузе при условии наличия соответствующей подготовки педагога-экономиста, который сможет сформировать у студента не только экономический категориальный аппарат, не только репродуцировать прочитанное, а также собственный опыт работы на предприятии, но и объяснить роль эффективного экономического мышления индивида в интерпретации общемировых экономических преобразований, конкурентоспособности предприятия, а также индивидуальной экономической успешности и неуспешности. Объяснить и соответствующим образом организовать мышление обучающегося возможно в практической деятельности. Показать на примерах прошлого и настоящего, почему люди, имеющие одно и то же экономическое образование или даже не имея такого, демонстрируют разную экономическую эффективность – суть понимание движения денежных потоков, инвестирование, учет, налогообложение и т. п. Почему один становится владельцем крупного бизнеса, а другой, в прошлом хороший студент-экономист, – служащим этого бизнеса.

В-третьих, сегодня интересы государственных экономик, интересы бизнеса предъявляют все новые требования к профессиональной компетентности экономистов. На базе государственных учреждений и частных компаний разрабатываются тренинги, курсы повышения квалификации, сориентированные на практическую реализацию полученного знания. На данный товар есть спрос. Причем спрос, который определяет глобально конкурентоспособность национальной экономики, формирует государственный актив в лице высокоэффективных менеджеров. Поэтому важно полноценно реализовывать подобную подготовку на базе научно-образовательных учреждений, которые в современную информационную

эпоху становятся интеграционными и координационными центрами быстро меняющихся социально-экономических, политических, производственных процессов.

Соответственно, должны разрабатываться специализированные образовательные программы, воспитывающие быстро и эффективно думающего экономического человека, по возможности стирающие границы информационного неравенства, разделяющего общество на информационно богатых и информационно бедных. В контексте экономического мышления данная тенденция особенно красноречива.

В-четвертых, формировать современное экономическое мышление возможно как в процессе межличностного взаимодействия, предлагая-процедуруя соответствующие образцы экономического мышления и поведения, в том числе и при решении практических задач, так и целенаправленно, через организацию специализированного курса со своими воспитанниками – при условии первоначального прохождения данного курса самими преподавателями экономики. Это, по нашему мнению, будет способствовать более широкому охвату возможностей разрешения вышеуказанных проблем и быстрому приобретению субъектом необходимых знаний, умений и навыков.

Вышеназванные положения, определяющие основные аспекты реализации современного экономического мышления, могут способствовать разрешению следующих противоречий:

- во-первых, между неподготовленностью экономического мышления гибко реагировать на актуальные и многочисленные социально-экономические преобразования, и необходимостью выживания в современных условиях рынка;

- во-вторых, между необходимостью формирования знаний, умений и навыков по-новому оценивать ситуации, принимать решения и отсутствием специализированных учебных программ, готовых гибко адаптироваться под быстро меняющиеся условия и делающих акценты именно на современном экономическом мышлении экономического человека;

- в-третьих, между необходимостью формирования современного экономического мышления и ментальной неподготовленностью к соответствующей деятельности тех слоев населения, которые в этом больше всего нуждаются.

По нашему мнению, данные решения могут получить соответствующую реализацию в рамках современных инновационных стратегических социально-экономических преобразований в России.

Таким образом, новизна и практическая значимость представленных в статье положений заключается в конкретизации социально-экономических детерминант благополучия индивида, аспектов его социально-экономической эффектив-

ности и в этой связи в уточнении особенностей реализации современного экономического мышления. Именно в этом контексте расставлены приоритеты, сделаны акценты и уточнения, которые позволяют рассматривать экономическое мышление не только как формируемое в экономиче-

ских реалиях, но и как формирующее, что позволяет под новым углом зрения увидеть возможности экономического мышления в повышении социально-экономической конкурентоспособности экономического человека.

#### Библиографический список

1. Андреева И. В. Экономическое образование в России: динамика социальных функций. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1999. – 177 с.
2. Архипов А. Ю. Современное экономическое мышление: вопросы теории и практики развития : дис. ... д.э.н. – Ростов н/Д, 1999. – 341 с.
3. Баева О. Н. Непрерывное образование как условие формирования человеческого капитала : дис. ... к.э.н. – Иркутск, 1998. – 212 с.
4. Большая экономическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – 816 с.
5. Веселков Ф. С., Ковалев С. Г., Нинчиев К. Х. Современное экономическое мышление и методология научной деятельности / под науч. ред. А. И. Муравьева. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та экономики и финансов, 1996. – 33 с.
6. Вирина И. В., Якимов В. Н. Формирование и развитие конкурентоспособности молодых специалистов. – М. : Изд-во Моск. гуманитарного ун-та, 2008. – 143 с.
7. Мау В. А. Новая модель социально-экономического развития России: подходы к проблеме [Электронный ресурс] // <http://2020strategy.ru/g1/docs>.
8. Мирошников В. И. Новое экономическое мышление: вопросы методологии. – Харьков : Выща школа. Изд-во при ХГУ, 1989. – 183 с.
9. Моисеев А. Россия и мир [Электронный ресурс] // <http://2020strategy.ru/g1/docs>.
10. Повестка заседания группы № 1 «Новая модель экономического роста. Обеспечение макроэкономической и социальной стабильности» [Электронный ресурс] // <http://2020strategy.ru/g1/docs>. С.
11. Путенихина Е. В. Экономическое мышление как объект социологического исследования: содержание, типы, условия и факторы формирования : автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Уфа, 2005. – 21 с.
12. Рогов К. Новая модель экономического роста: альтернативы и ограничения [Электронный ресурс] // <http://2020strategy.ru/g1/docs>.
13. Современный экономический словарь. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРМА-М, 2004. – 480 с.
14. Узяков М. Н. О перспективах российской экономики [Электронный ресурс] // <http://2020strategy.ru/g1/docs>.
15. Улыбин К. А. Современное экономическое мышление: политико-экономические аспекты исследования и формирования : автореф. дис. ... д.э.н. – М., 1989. – 47 с.
16. Формирование навыков экономического мышления в сфере предпринимательского менеджмента : учеб. пособие / А. Ф. Попова и др. – Челябинск : УралГУФК, 2005. – 135 с.

**L. A. Bogunov\***

*\*Bogunov Leonid, PhD in Psychology, Associate Professor of*

*North Kazakhstan State University of M. Kozybayev, Petropavlovsk, the Republic of Kazakhstan*

*leonid.bogunov@mail.ru*

#### THE ROLE OF ECONOMIC THINKING NOWADAYS. ASPECTS OF IMPLEMENTATION

*Key words: economic thinking, economic education, economic person, formation of economic thinking.*

*The article considers the role of the «economic thinking» phenomenon at the present stage of national economic development. The author presents his own understanding of economic thinking, and analyzes the need and potential of forming economic thinking in the modern economic education, providing specific conditions.*

© Богунув Л. А., 2012

УДК 006; 336.71

**С. Д. Юшкова\****\*Юшкова Светлана Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент**Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва*

SvDm@yandex.ru

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

*Ключевые слова: стандартизация, управление бизнес-процессами, эффективность управления, оценка рисков, система внутреннего контроля, стандарты качества.*

*Приводится научно-теоретическое обоснование стандартизации для целей управления, доказыва-  
ется целесообразность применения стандартов качества деятельности для создания действенной сис-  
темы контроля и управления бизнес-процессами на примере банков.*

Ordnung uber alles!

Порядок во всем! (нем.)

Эволюция человеческого общества непрерывно связана с генезисом трудовой деятельности людей. Общеизвестным родоначальником научного направления и практической системы действий по обеспечению рациональной организации труда является Ф. Тейлор. Ему принадлежали в свое время новаторские, а сегодня уже ставшие классическими подходы, в частности, в области методологии разработки и применения комплекса инструкционных карт. Другой представитель научной школы Макс Вебер внес фундаментальный вклад в формирование направлений развития и применения инструментария современного менеджмента, предложив «идеальный тип» административной бюрократии, включающий в себя среди прочих такой элемент, как «формализация и стандартизация». Вышеуказанные концептуальные положения родоначальников научного направления и их последователей определили базу понятийного аппарата парадигмы менеджмента, неизменной составляющей которой является стандартизация (создание карт, эталонов, формализация и т. п.). Онтогенез развития стандартизации как самостоятельного научного направления находится на стадии обособления. В этой связи представляется целесообразным рассматривать стандартизацию в орбите науки управления, в т. ч. менеджмента, как современное «орудие» труда. Концептуально-содержательный подход к специализации менеджмента реализуется через понятия парадигмы, тезауруса, генезиса и концепции менеджмента как искусства постановки и достижения цели. Известно, что для обеспечения жизнеспособности парадигмы, ее применимости на практике, конструктивности ее положений, реальности ресурса адаптации, действенности результатов необходимо, чтобы ее сущность и содержание соответствовали социально-экономическому развитию и действительно поддерживались большинством про-

фессионалов. С нашей точки зрения, новые направления в области стандартизации могут стать той инновационной составляющей, которая будет содействовать совершенствованию методического значения современной парадигмы менеджмента. В свою очередь, как известно, последняя является универсальной базой, типовой моделью построения и применения общего профессионального языка (тезауруса) – ключевой составляющей парадигмы менеджмента [4]. С этой позиции представляют интерес уточнения и дополнения, которые обусловлены современным процессом стандартизации, вносимые в дефиниции категориально-понятийного аппарата профессионального языка. Например, появления группы стандартов, раскрывающих дефиниции качества деятельности (как процесса) организации, в т. ч. ее менеджмента. Естественно, что в этом комплексе используется ряд основополагающих научных понятий, общих для всей системы знаний [4].

В качестве доказательной базы значимости стандартизации в вопросах управления, ее связи с генезисом экономики в целом, в т. ч. менеджмента, целесообразно кратко рассмотреть историческую ретроспективу, вопросы научно-теоретического характера и направления развития институтов стандартизации.

Особого внимания, по мнению автора, заслуживают вопросы теоретико-методологической и практической базы современного направления в области стандартизации, разрабатываемого в банковском сообществе. Анализ используемых дефиниций, тезауруса и системный подход к оценке стандартов качества банковской деятельности как инструмента управления с позиции самоорганизации позволит в конечном итоге сделать вывод об их вкладе в достижение синергетического эффекта.

Историческая ретроспектива. Генезис орудий труда на протяжении истории развития челове-

чества отражает эволюционный процесс сначала создания различных предметов и освоении новых приемов, методов, а затем выделения из них наиболее удачных и содействия их скорейшему распространению в среде. Последнее можно определить как начало процесса стандартизации.

Материалы литературных источников содержат многочисленные исторические свидетельства, которые позволяют выделить временные вехи развития стандартизации. Наиболее часто в качестве отправной точки упоминаются египетские пирамиды, построенные за 5-6 тыс. лет до нашей эры и подтверждающие наличие уже в те времена стандартов на размеры и обработку строительных камней. История вопроса уделяет особое внимание периоду 18 – начала 19 века, когда стандартизация получила активное развитие в Англии, Германии и Франции. Датой выхода на международный уровень можно считать конец 1875 г., когда было учреждено Международное бюро мер и весов в Европе.

На протяжении веков большое внимание уделялось эталонам и контролю качества и в России. Первым упоминанием можно считать Устав Князя Владимира, датируемый 996 г., затем значительные шаги в этой области были сделаны в периоды правления Ивана Грозного и Петра I. Официальной датой начала государственной стандартизации в СССР является 15 сентября 1925 г. – вводится категория общесоюзных стандартов (ОСТ). В 1962–1968 гг. начинается период активного сотрудничества с зарубежными странами по этому направлению, и впервые в мировой практике в СССР утверждается комплекс государственных стандартов. С начала 1993 г. Россия переходит к стандартам, содержащим как обязательные, так и рекомендуемые требования, постепенно внедрялись международные стандарты ИСО серии 9000 и создавались отечественные системы качества. В период 2002–2003 гг. был принят Федеральный закон «О техническом регулировании», что положило начало качественно новому витку реорганизации системы стандартизации, направленной на гармонизацию с международной системой стандартов.

Анализ истории развития позволяет утверждать, что стандартизация накопила достаточный практический опыт на протяжении не одного столетия и продолжает динамично развиваться с учетом современных тенденций, далеко шагнув за рамки отдельно взятого государства, следуя мировому процессу глобализации.

Научно-теоретические основы стандартизации. Первоначально стандартизация как направление, изучаемое по дисциплине «Экономика», базировалась на фундаментальных постулатах философии, экономической науки, статистики, математики и др., что позволило ей выделиться в дальнейшем в самостоятельное научно-техническое направление. Следовательно, задачи в области

стандартизации решались исходя из накопленных практических знаний и с помощью методов прикладных и фундаментальных наук. Уместно привести высказывание академика А. И. Берга об опоре стандартизации на все достижения современной науки [3].

Сегодня, отмечают авторы в научных работах, особое значение для понимания единства не только естественнонаучного, но и социально-гуманитарного знания имеют новые интегративные методы исследования. Во главу угла ставится системный метод в концепции самоорганизации, базовый постулат синергетики, а также общей теории информации [3]. Тем не менее отечественные и зарубежные авторы обоснованно утверждают, что до настоящего времени осознанного и общепринятого понимания стандартизации как раздела науки не существует. Отсутствие единого, общепринятого подхода к содержанию ключевых дефиниций привело к тому, что за прошедший временной период ее обозначали и как стандартика, и как стандартведение, и наконец, не так давно она обрела современное звучание как стандартизация. Но это отнюдь не доказывает проявление системности взглядов и определение единого научно обоснованного понятийного аппарата. Мы не ставим целью обосновать понятие процесса стандартизации, и для положений данной работы предлагается исходить из определений Закона РФ «О техническом регулировании». Таким образом, стандартизация – это вид деятельности по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг [1].

Многогранность трактовок и отсутствие единой научно-методологической базы проявляется в несогласованности позиций авторов по вопросам определения предмета и объекта теории стандартизации, что не позволяет окончательно выделить ее в самостоятельную науку. Тем не менее это не мешает широкому применению как общенаучных, так и специфических методов научного познания. Известно, что любая наука базируется на определенных принципах, которые задают вектор ее развития и способствуют реализации целей и задач. Для стандартизации не выработано в настоящее время единого и оптимального количества принципов, а следовательно, и целей, на что обоснованно указывают ряд специалистов. Обратимся на данный счет к позиции отечественного законодателя, которую поддерживают большинство теоретиков и практиков. В Законе РФ среди основных указываются принципы: добровольного применения документов в области стандартизации; максимального учета при разработке стандартов законных интересов заинтересованных лиц; применения меж-

дународного стандарта как основы разработки национального стандарта и др. Более подробно направления конкретизируются и раскрываются в национальном стандарте «Основные положения и требования».

Базируясь на вышеприведенных принципах, закрепленных законодательно, формируются цели в области стандартов. Важно отметить, что одним из основных направлений декларируется государственная политика в вопросах «конкурентоспособности и качества продукции (работ, услуг) ...технической и информационной совместимости ...проведения анализа характеристик продукции (работ, услуг) ...добровольного подтверждения соответствия продукции (работ, услуг). В том числе обеспечение научно-технического прогресса, внедрение инноваций...» [1]. Тем самым на первый план выходит понимание категории качества, что определяет содержательные подход к построению бизнес-процесса и организации действенной системы контроля с применением инновационных методик для реализации указанной цели.

Анализ состояния проблем стандартизации, проведенный рядом авторов, позволил обосновать следующие выводы: в научных исследованиях авторы обосновывают свои варианты понимания процесса, показывают место и связь стандартизации с фундаментальными, общественными и экономическими науками и одновременно указывают на отставание теории и философии стандартизации от потребностей и задач сегодняшнего дня. Комплексное изучение развития стандартизации невозможно без решения вопроса о ее месте в ряду наук, только такое исследование предполагает анализ системы знаний о стандартизации во взаимосвязи с наукой и научно-техническим прогрессом, чаще всего стандартизация определяется как вид деятельности, что подтверждает прежде всего ее высокую практическую значимость [3].

Тенденции развития институтов стандартизации. В современном мире иерархия признания стандартов включает в себя четыре уровня: межгосударственный, национальный, общественных организаций, частных компаний. Межгосударственный уровень объединяет работу специалистов из разных стран определенного географического региона. Первой такой организацией стала Международная организация по стандартизации (ISO<sup>1</sup> (ИСО)), образованная в 1946 году. В последние годы ИСО особенно активно развивает направление в области стандартизации систем качества. На государственном уровне реализацией политики в области стандартизации занимаются специальные органы каждой страны (в России, например, это Госстандарт РФ).

Альтернативой правительственным органам являются национальные и международные организации по разработке стандартов (ОПС, английская аббревиатура SDO), которые доказали свою более высокую эффективность и гибкость в работе. Тем не менее в начале 21 века под воздействием процессов рыночной глобализации появилась новая, более мобильная по процедурам принятия форма регулирования стандартизации – консорциумы. Это добровольные объединения конкурирующих компаний, которые устанавливают единые требования, оптимальные для конкретной области деятельности. Их отличительными чертами являются быстрота принятия решений и инициация непосредственно от участников рынка.

В настоящий момент специалисты придерживаются мнения, что обе формы (ОПС и консорциумы) в целом содействуют более быстрой и эффективной разработке стандартов. Тем не менее существует тенденция, согласно которой в ближайшем будущем разработка всех перспективных стандартов постепенно перейдет к консорциумам, а за ОПС останутся только ответные стандарты и одобрение уже сложившихся дефакто стандартов.

Стандарты качества деятельности организации (на примере банковских бизнес-процессов). Краткий анализ генезиса стандартизации, выделение научно-теоретических проблем и характеристика текущего состояния доказали возможность утверждения, что стандарты являются составляющей современной парадигмы менеджмента. Дефиниция «стандарт качества деятельности организации» вправе заняла место в тезаурусе наравне с таким ключевыми понятиями, как цель, система, процесс, исследование, структура, процедура, порядок и др., т. к., во-первых, имеет понимание среди профессионалов, во-вторых, позволяет раскрыть суть вышеуказанных определений при описании конкретных бизнес-процессов организации.

Разнообразие подходов, вобравших в себя определение дефиниций «стандарт» и «качество», позволяет сделать вывод о том, что существенное влияние на формулировку, ее конкретизацию будет оказывать сфера деятельности, в которой применяются вышеуказанные понятия. В рамках данного исследования мы будем опираться на определение стандарта как документа, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики выполнения работ или оказания услуг [1].

Многогранность дефиниции качества обуславливает разнообразие авторских трактовок в отношении ее смысловой нагрузки. Так, например, качество рассматривают как «пригодность для определенной цели и использования» или как «согласованности с требованиями» либо считают, что «качество нацелено на требования по-

<sup>1</sup> ISO – это не аббревиатура, а специально придуманное слово, происходящее от греческого *isos*, равный. (ср. изометрия).

требителя, настоящее и будущее» [5]. Согласно словарю русского языка С. И. Ожегова, качество – это «совокупность существенных признаков, свойств, особенностей, отличающих предмет или явление от других и придающих ему определенность» [11]. Мы принимаем за основу определение в соответствии с международной практикой, закрепленное в национальном стандарте, согласно которому «качество (quality): степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям» [2].

Само понимание стандарта качества сегодня успешно применяется при оценке менеджмента на базе известных стандартов ИСО. Именно в них описано преимущество процессного подхода, состоящего «в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках их системы, а также при их комбинации и взаимодействии» [2]. Тем самым уточнены наиболее широко применяемые в тезаурусе менеджмента понятия процесса – последовательности изменений и системы – совокупности взаимосвязанных элементов. Направления оценки системы качества менеджмента строятся с учетом закономерности онтогенеза, раскрывающего жизненный цикл организации. В этой связи стандарт ИСО при планировании процессов жизненного цикла продукции требует установить в организации: цели в области качества и требования к продукции (услугам); потребность в разработке процессов и документов; необходимую деятельность по ...мониторингу, ...контролю. Результат этого планирования должен быть представлен в форме, соответствующей практике организации» [2]. Тем самым перечислен ряд требований, которые впоследствии вошли в методологию описания стандартов качества банковской деятельности.

Далее считаем целесообразным кратко рассмотреть историю возникновения вопроса и перейти к анализу положений концепции и элементов (составляющих) непосредственно стандарта качества банковской деятельности, описывающего процесс организации внутреннего контроля в банках.

Первопроходцем и инициатором разработки стандартов качества банковской деятельности является банковское сообщество (в лице Ассоциации российских банков) при активном участии Банка России (в т. ч. Национального банка Республики Башкортостан). В ходе работы были утверждены базовые документы: Концепция стандартизации качества банковской деятельности в РФ<sup>2</sup> (далее – Концепция) и Стандарт качества банковской деятельности «Основные положения и требования» (методика) [14]. Затем ряд

банковских процессов (в частности, процесс организации внутреннего контроля) был описан согласно методологии в виде «пилотного» стандарта. «Пилотные» банки, взяв за основу такого рода стандарт, провели самооценку своей деятельности, и полученные результаты позволили, в частности, выделить направления совершенствования систем менеджмента. Организационная форма консорциума позволяет достаточно быстро одобрить вновь созданные стандарты и гибко реагировать на внесение изменений в уже существующие.

Основным постулатом Концепции является процессный подход, включающий в себя систематическую идентификацию и управление взаимосвязанными процессами в организации [14]. Основное преимущество процессного подхода над традиционным (функциональным) состоит в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках их системы, а также при их комбинации и взаимодействии. Управление процессами позволяет быстро адаптировать бизнес-деятельность к изменениям внешней среды, т. е. постоянно улучшать качество работы. В свою очередь, реализуя комплексный подход, можно утверждать, что все процессы в организации подчинены законам и закономерностям менеджмента. А последний, в свою очередь, рассматривается как объединяющий процесс, раскрывающий взаимосвязи и взаимодействия и направленный на достижение цели. Реализованный подход дает основу для моделирования, расширения, наращивания и адаптирования концептуальных основ к реальным бизнес-процессам и администрированию, включая отлаживание системы внутреннего контроля.

При управлении, основанном на процессном подходе, наиболее эффективным образом реализуются концепции управления по целям (результатам), что позволяет рассматривать его как эффективное средство достижения стратегических задач, стоящих перед конкретной организацией и отрасли в целом. Это обусловлено тем, что постановка и достижение цели строится в логической последовательности: частная – локальная – оперативная – тактическая – стратегическая – глобальная. Организационно-методическую и структурную основу этого принципа задает закономерность композиции, а сущность раскрывают понимание и применение эффектов синергии, информатизации, комплексности, определяемые соответствующими законами и закономерностями менеджмента. Концепция позволяет выстроить модель развития менеджмент-процессов, вытекающих из принципа дерева цели в трех основных режимах:

- отражения завершившегося процесса;
- представления осуществляющегося развития;
- прогнозирования предстоящих организационных изменений, что последовательно, содержа-

<sup>2</sup> Стандартизация банковской деятельности проводится в соответствии с общей концепцией стандартизации в РФ, изложенной в Законе «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ.



тельно, причинно-следственно и всесторонне раскрывает состав и взаимосвязь происходящих в результате воздействия менеджера перемен [4].

Кроме того, в ней находит отражение идея «B2SD» (business-to-self-development, бизнес для саморазвития). Предполагается, что стандарты качества деятельности должны помочь собственникам и менеджерам сформировать внутренние аналогичные документы таким образом, чтобы в них могли быть учтены все «важные вызовы к деятельности банка с точки зрения его конкурентоспособности на российском рынке банковских услуг» [11]. Известно, что в рыночных условиях эффект саморегулирования бизнес-организации является наиболее конструктивным.

Заложенные в Концепции принципы раскрываются в Стандарте качества деятельности организации «Основные положения и требования» (далее – Стандарт), описывающем организационно-методологические и структурные основы описания бизнес-процесса. Данный Стандарт содержит описание институциональной (концептуальной) модели определенного вида деятельности организаций и совокупность требований к отдельным аспектам этой деятельности [14]. Известен постулат о том, что «качество менеджмента в первую очередь зависит от качеств его составляющих, а уровень их развития в конечном счете обуславливается уровнем специализации как составляющих, так и системы в целом» [4]. Это доказывает, что основой построения и осуществления деятельности управляющего является распределение и специализация функций. «Более того, уровнем такого развития во многом определяется и уровень достижения эффекта синергии всей организации в целом. Особое значение в этой связи приобретает администрирование – строгое распределение, закрепление и исполнение комплекса прав, обязанностей и ответственности аппарата управления на основе систем и процедур жесткого планирования, регламентации и контроля, т. к. оно представляет собой организационно-методическую основу формирования и функционирования всех систем и процессов менеджмента» [4].

Базируясь на вышеизложенном, в целях управления любой деятельностью организации на основе процессного подхода необходимо ответить на следующие вопросы:

- в чем цель деятельности: для кого производить (клиент), что производить (продукт (услуга)), когда и сколько производить (стратегия)?
- Как производить продукт (услугу) (способ производства, технология)?
- Кто отвечает за производство продукта (услуги), в какой организационной структуре будет реализовано производство (организация производства)?

- Как управлять производством продукта (целесолагание, организация, учет и отчетность, внутренний контроль)?

- Какая информация необходима для производства и его управления?

- Какими программно-техническими средствами необходимо обладать?

- Какую квалификацию должен иметь персонал для производства продукта (услуги)? Как заинтересовать персонал в производстве продукта?

- Каким имуществом, техническими средствами необходимо обладать для производства продукта (услуги)?

- Как и кого необходимо информировать о процессе и его результатах в целях обеспечения обратной связи для улучшения качества деятельности? [14]

Собственно ответы на эти вопросы позволили сформулировать в стандарте качества деятельности организации требования к описанию девяти составляющих любых бизнес-процессов в системе производства продукции (услуг) (табл. 1). Эти требования определяются в стандарте для шести уровней зрелости процесса на основе подходов, изложенных в документе COBIT.<sup>3</sup> С целью раскрытия предметного содержания каждой составляющей процесса в табл. 1 приведены выдержки из стандарта качества организации внутреннего контроля в банках.

Анализ данных табл. 1 позволяет выделить элементы администрирования: имеется адресность к аппарату управления (пп. 1.2, 3, 5, 7, 9), прослеживаются регламентация и контроль (в т. ч. внутренние документы (пп. 2-5)), прослеживаются обязанности и ответственность (например, п. 4.1), указаны специализированные процедуры (мониторинг п. 4.4). В стандарте реализовано классическое представление о пяти основных подсистемах организации: технической, технологической, социальной, организационной, экономической. Это позволяет на основе объектно-предметного подхода рассмотреть классификацию соответствующих групп методов исследования и воздействия на объект менеджмента – работника. Такого рода стандарт позволяет использовать в управлении обширную палитру методов, хотя в нем нет прямого указания самого метода, но тем не менее содержится информация, позволяющая руководству в конечном итоге определиться с инструментарием (например, анализируя пп. 3, 7). Так, по мнению автора, стандарт можно использовать при реализации стабилизирующих методов менеджмента, включающих в себя всевозможные способы регламентации и распределение полномочий.

Вышеописанный стандарт, как уже отмечалось ранее, легко адаптируется к применению в

<sup>3</sup> На основе модели зрелости процессов, определенной стандартом COBIT (Control Objectives for Information and Related Technology, 3<sup>rd</sup> Edition, July 2000).

различных процессах и системах (вне зависимости от специфики, рода деятельности и масштаба организации). На его основе представляется возможным разработать действенный механизм формирования, функционирования и модернизирования:

- алгоритм процесса планирования бизнеса (классическое представление о пяти основных подсистемах организации и уровни зрелости процессов);
- пакет программ информационного обеспечения (для каждого бизнес-процесса предусмотрено, в частности, описание раздела программно-технической составляющей);
- методика оценки эффективности функционирования (концептуальные основы стандартов качества банковской деятельности, базируясь на процессном подходе, наглядное представление функций и архитектуры процесса);
- инструментарий оценки и оплаты персонала (содержит модификацию требований к персоналу, а также направления повышения квалификации в зависимости от уровня зрелости процесса);
- механизм документооборота организации (отражает не только требование законодательства, наглядно отражает сложившуюся систему, но и ориентирует на «лучшую практику»);
- система контроля исполнения и частные процедуры, оперативно обеспечивающие деятельность организации.

По мнению автора, описание бизнеса в целом по методике такого рода стандартов позволит менеджеру проникнуть в суть, квинтэссенцию каждого бизнес-процесса и его составляющих, даст возможность однозначно их идентифицировать, комплексно классифицировать, последовательно выстроить, содержательно ориентировать и целенаправленно координировать. Кроме того, с помощью приемов детализации и детерминирования возможно представить архитектуру базовой процедуры менеджмента организации как устойчиво сложившийся, периодически повторяющийся цикл. То есть, по сути, создать стандарт качества процесса управления, выступающий одновременно и как объект, и как средство контроля и администрирования.

Гибкость, многоплановость стандарта качества деятельности как инструмента контроля позволяет проследить не только «цепочку» одного или нескольких бизнес-процессов, но и представить целиком всю многомерную картину деятельности. Концептуально-содержательный подход к построению системы стандартов качества процессов позволяет выделить в деятельности зоны риска, «увидеть» их по отдельности или выделить их взаимосвязи с другими аналогичными зонами и в зависимости от этого выстроить действенную, эффективную систему контроля, усилив тем самым синергетический эффект от работы предприятия с учетом жизненного цикла.

Отдельного внимания, по нашему мнению, заслуживает направление применения стандартов качества процессов для целей внешнего контроля (как государственного, так и аудиторского).

Изменение парадигмы контроля, смещение акцентов в сторону риск-ориентированного подхода обозначило необходимость адаптации методологического аппарата. В этой связи представляется возможным в качестве инновационного инструмента рассмотреть применение системы стандартов качества деятельности организации, дающей всестороннее представление о качестве системы внутреннего контроля и управления всеми бизнес-процессами с учетом профиля рисков деятельности.

Проведенный анализ развития стандартизации позволяет сделать следующие выводы. Историческая ретроспектива дает основание для утверждения, что выработка стандартов сопровождала весь эволюционный путь развития общества на протяжении веков и является устойчивой дефиницией понятийного аппарата современной научной школы управления, в т. ч. менеджмента.

Проведенный анализ публикаций позволяет констатировать, что оценка стандартизации как единой целостной системы с научных, философских позиций до сих пор проводилась недостаточно активно, нет должной систематизации знаний о научных основах этого направления.

Всепроникающие процессы глобализации возвели стандарты в ранг межгосударственных вопросов, которые успешно решались в рамках работы международных организаций (ОПС). Сегодня появляются экономически обоснованными новые формы регулирования стандартизации в виде консорциумов, которые составляют достойную конкуренцию более чем вековой системе одобрения стандартов, проводимой ОПС.

В какой-то мере сами стандарты можно сравнить с языком эсперанто, но в отличие от него они динамично развиваются и обеспечивают широкое понимание. К первопроходцам в освоении этого «языка» можно смело отнести банковское сообщество во главе с регулятором, которые с 2005 года активно занимаются разработкой стандартов качества банковской деятельности.

Обоснование научной базы стандартов качества деятельности позволяет нам рассматривать их как действенный инструмент (метод) в рамках реализации инновационного подхода к построению деятельности организации под влиянием законов и закономерностей менеджмента. Введение в практику такого рода инструмента имеет своей целью повысить качество деятельности, в т. ч. за счет эффективности решений, а значит, достичь эффекта синергии. Кроме того, определение различных уровней зрелости процесса позволяет утверждать о реализации закона перехода количества в качество. Архитектура дерева целей (глобальная – частная) иллюстрирует дей-

ствие закона единства анализа и синтеза. Методика изложения и представление стандарта в виде матрицы позволяет проследить связь между анализом и синтезом конкретного процесса, отражающую единую последовательность действий. Стандарт качества деятельности позволяет выстроить и смоделировать процессы управления жизненными циклами работника, организации, продукта, товара, услуги и т. д., тем самым раскрыть сущность онтогенеза, рассматриваемого как важный элемент закономерности взаимосвязи, а также наглядно проиллюстрировать реализацию остальных закономерностей: формы, содержания и взаимодействия. Отображение в стандарте процедур менеджмента (или обозначение направлений их применения) позволяет выстроить единую методологическую базу планирования, способствует лучшему администрированию. Тем самым акцентируется внимание на том, что такого рода стандарты способствуют аргументированному обоснованию профессионального суждения, большей свободе мысли и самостоятельности при приня-

тии решений менеджерами, так как имеют целью улучшить его информационное обеспечение. Качество последнего, в свою очередь, напрямую влияет на возможность реализации последовательного, детерминированного и эффективного управления организацией.

Очевидно, что достижение поставленной цели, миссии организации во многом зависит от успешной реализации известного в менеджменте принципа главного звена. В том случае, когда такое звено внедряет инновационные формы (например, стандарты качества бизнес-процессов) в деятельность организации, тогда наиболее полно достигается эффект синергии.

Непосредственно процесс стандартизации качества банковских услуг находится еще в начале пути, но уже сегодня можно утверждать о получении нового стимула к развитию, повышению качества работ в целом, перспективе приобретения конкурентных преимуществ и возможности банковскому сообществу стать «законодателями моды» в этом направлении.

Таблица 1

**Требования к основным составляющим банковского процесса  
(на примере организации внутреннего контроля в банках)**

Наименование и виды требований, относящиеся к составляющей процесса	Организация внутреннего контроля для «определенного» уровня зрелости процессов (выдержки из стандарта)
1. Продуктовая. Требования к продуктам (их качественным и количественным характеристикам), клиентам, стратегиям развития банка (клиенты – продукты – конкуренты)	1.1. Результаты организации внутреннего контроля в банке. (Продукты). Обеспечение эффективности и результативности финансово-хозяйственной деятельности при совершении банковских операций и других сделок, эффективность управления активами и пассивами, включая обеспечение сохранности активов, управление банковскими рисками. 1.2. Состав лиц (сторон), интересы которых учитываются в процессе организации внутреннего контроля. (Пользователи): собственники, высшее руководство, надзорные органы, внешний аудит, кредиторы и вкладчики
2. Технологическая. Требования к технологии производства продуктов, процессам управления производством, процессам обеспечения деятельности, требованиям к качеству формализованного описания процесса (степень подробности, точность, охват, полнота, логическая корректность) и его частей	2.1. Предварительный контроль. Выявляется наличие и адекватность количественных (лимиты по суммам) и качественных (инструменты проведения операций или сделок) ограничений принимаемых рисков с учетом их соответствия нормам права. Контролируется технологический уклад проведения операций, технические возможности проведения операций подразделениями, наличие у сотрудников прав и полномочий на проведение определенных операций в случае проведения сделок, несущих высокий риск, имеется механизм принятия коллегиальных решений... Далее по аналогии дается подробное описание: 2.2. Текущего контроля, 2.3. Последующего контроля и 2.4. Методов внутреннего контроля
3. Организационная. Требования к оргструктуре (подразделения, коллегиальные органы управления), наличию и распределению между подразделениями функций (видов деятельности), распределению обязанностей и ответственности между менеджментом банка и коллегиальными органами управления	3.1. Совет директоров (наблюдательный совет). Управленческий контроль задокументирован. Отсутствие четкой системы управленческой подотчетности, базирующейся на продуманном и ясном разграничении круга задач и ответственности. Создание аудиторского комитета при Совете делает возможным детально и регулярно рассматривать и обсуждать проблемы, связанные с внутренним контролем. Далее по аналогии дается подробное описание: 3.2. Исполнительные органы (Высшее руководство банка). 3.3. Служба внутреннего контроля (аудита). 3.4. Подразделение (сотрудник), отвечающее за контроль за деятельностью профессионального участника на рынке ценных бумаг (при необходимости). 3.5. Подразделение (сотрудник), отвечающее за противодействие легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма
4. Управленческая. Требования к управленческим (регламентирующим действия) документам (политики, планы, инструкции, методики). Требования к организации исполнения функций менеджмента: - по планированию и внесению изменений в планы; - по организации и осуществлению контроля хода реализации процессов (идентификации контрольных точек, способов, периодичности, субъектов контроля, фиксированию инцидентов и измерению отклонений); - по осуществлению контроля качества продуктов (услуг); - по организации и осуществлению внутреннего контроля (аудита);	4.1. Внутренние документы кредитной организации. Согласование внутренних документов со стороны службы внутреннего контроля и юридического подразделения банка в целях проверки соответствия внутренних документов банка нормативным правовым актам, стандартам саморегулируемых организаций (для профессиональных участников рынка ценных бумаг). Взаимосвязанность регламентов полностью не обеспечивается. Далее по аналогии дается подробное описание: 4.2. Планирование внутренних проверок. 4.3. Документирование результатов. 4.4. Мониторинг системы внутреннего контроля проверок (акт проверки)

Наименование и виды требований, относящиеся к составляющей процесса	Организация внутреннего контроля для «определенного» уровня зрелости процессов (выдержки из стандарта)
- к организации и осуществлению контроля эффективности (управление себестоимостью) процессов; - к организации и управлению внешними и внутренними рисками в части надежности (безопасности, устойчивости, реакции на отклонения по результатам контроля) реализации процессов; - к организации и осуществлению процедур принятия управленческих решений (распределение прав и полномочий, в т. ч. лимитов на сделки, сценариев (альтернатив) принятия решений); - к организации и функционированию механизма управления изменениями (инновации, адаптация к изменениям внешней среды)	
5. Информационная. Требования к составу, качеству, источникам, способам обработки и хранения информации, требования к организации и управлению информационными потоками	5.1. Внутренняя управленческая отчетность банка. Высшее руководство имеет в своем распоряжении эффективные каналы связи для полного ознакомления всех сотрудников с политикой банка и другой необходимой информацией. Но информация не обновляется. Далее по аналогии дается подробное описание: 5.2. Внешняя отчетность банка
6. Программно-техническая. Требования к средствам обработки, доставки, хранения управленческой информации (программному обеспечению и техническим средствам)	6.1. Программное обеспечение и технические средства. Для расчета количественных показателей, используемых при проведении внутреннего контроля, применяются специализированные программы, позволяющие строить мат. модели и получать прогнозные значения. Далее по аналогии дается подробное описание: 6.2. Информационно-аналитическая система (ИАС)
7. Кадровая. Требования к персоналу – участникам процесса (определение ролей), обучению и мотивации этих сотрудников	7.1. Профессиональная компетентность руководителей подразделений и сотрудников. В банке разработан и утвержден свод профессиональных и личностных требований, предъявляемых к сотрудникам. Далее по аналогии дается подробное описание: 7.2. Обучение персонала. 7.3. Оплата труда и мотивации персонала
8. Имущественно-техническая. Требования к количественным и качественным характеристикам используемого оборудования, техники, транспорта, зданий и сооружений и т. п.	Обеспечение мобильным программно-техническим оборудованием (ноутбук)
9. Клиентская (раскрытие информации о процессе и его результатах). Требования к обеспечению прозрачности процесса для клиентов и других заинтересованных сторон	Информация о системе внутреннего контроля для клиентов банка и других внешних пользователей (в том числе Internet-сайт банка). Надзорным органам предоставляются сведения о документах, регулирующих функции системы внутреннего контроля кредитной организации; сведения о службе внутреннего контроля; сведения о проверках, проведенных службой внутреннего контроля

## Библиографический список

1. О техническом регулировании : Федеральный закон РФ № 184-ФЗ от 27 декабря 2002 года.
2. Национальный стандарт РФ. Системы менеджмента качества. Требования. ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 471-ст от 18 декабря 2008 г.
3. Бунин Г. П., Плущевский М. Б., Плотников А. В. Стандартизация как научно-техническая деятельность и перспективы становления ее как науки: взгляд на проблемы и пути их решения. 2010 г. <http://www.vniinmash.ru/vestnik/standartizatsiya.doc>
4. Райченко А. В. Общий менеджмент : учебник для программы МВА. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 384 с.
5. Букин В. П., Ординарцева Н. П. Стандартизация и качество продукции. – Пенза : ЦНТИ, 2004.
6. Козлов А. А., Хмелев А. О. Качество кредитной организации // Деньги и кредит. – 2002. – № 11; 2002. – № 12; 2003. – № 2.
7. Марданов Р. Х. О развитии концептуальных подходов к стандартизации качества банковской деятельности // Деньги и кредит. – 2008. – № 2.
8. Милуков А. И. Банковская система России: качество банковской деятельности и управления // Деньги и кредит. – 2006. – № 2.
9. Юшкова С. Д. Стандартизация качества банковской деятельности: практический аспект // Деньги и кредит. – 2008. – № 11.
10. Малыхин Д. В. Обзор современного методического подхода к оценке системы управления рисками и внутренним контролем в банке // Управление финансовым риском. – 2011. – № 01 (25).
11. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – М., 1991.
12. Злобина Е. И. Развитие стандартов качества банковской деятельности в сфере кредитования // Банковское дело. – 2009. – № 10.
13. Белова Л. А., Алексеев В. С. Метрология, стандартизация и сертификация. Шпаргалка. – М. : ООО «ЛитРес», 2009.
14. Материалы по вопросам стандартизации качества банковской деятельности в Российской Федерации. Сайт Ассоциации российских банков. <http://www.arb.ru/site/comitets/?comcode=32>
15. Овчинникова О. П., Чеснокова В. Ю. Стандартизация деятельности коммерческого банка, имеющего филиальную сеть. Сайт Экономический портал.

16. История стандартизации и метрологии. Сайт Помощник предпринимателя. [http://www.pompred.ru/ist\\_stand.php](http://www.pompred.ru/ist_stand.php)
17. Стандартизация: актуальное состояние и проблемы. <http://www.revolution.mcnlp.ru/kap.doc>
- 

**S. D. Yushkova\***

*\*Yushkova Svetlana, PhD in Economics, Associate Professor of Finance Academy of the Russian Federation Government, Moscow*  
SvDm@yandex.ru

#### **MODERN TENDENCIES IN STANDARDIZATION (BY THE EXAMPLE OF BANKING)**

*Key words: standardization, business process management, management efficiency, risk assessment, internal control system, quality standards.*

*The author provides scientific and theoretical grounds for standardization used for management purposes; she also proves the feasibility of applying quality standards for creating the effective system of monitoring and management of business processes by the example of banks.*

---

© Юшкова С. Д., 2012

УДК 070; 629.33

**В. Н. Козловский\***

*\*Козловский Владимир Николаевич, доктор технических наук, профессор  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
Kozlovskiy-76@mail.ru*

**Е. В. Полякова\***

*\*Полякова Екатерина Владимировна, ассистент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
Polyakova-88@mail.ru*

**Е. С. Пимкина\***

*\*Пимкина Екатерина Сергеевна, ассистент  
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти  
Katrinka\_7777@mail.ru*

## **АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ СМИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КАЧЕСТВА И НАДЕЖНОСТИ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ**

*Ключевые слова: качество, надежность, автомобиль, электрооборудование.*

*Представлены результаты работы над проблемой адаптации информации специализированных СМИ к решению задачи повышения эффективности измерения качества и надежности системы электрооборудования, в частности, автомобилей в целом.*

Актуальность проблемы. Автомобилестроение России – крупнейшая отрасль массового производства, вносящая значительный вклад в национальную экономику, обеспечивающая большое количество рабочих мест и стимулирующая развитие крупных отраслей – металлургии, шинной, электротехнической и др. Для любого современного предприятия главной целью существования является получение прибыли, которую можно получить от продажи товаров или предоставления услуг. Именно потребитель выбирает, какой товар купить либо чьи услуги воспользоваться. Чем полнее производитель удовлетворяет запросы и предугадывает желания потребителя, тем больший экономический эффект он получит.

В наше время недостаточно производить качественную продукцию, необходимо сверхудовлетворение клиентов, а чтобы его достичь, необходимо изучать сложившуюся ситуацию рынка и направления развития самой продукции. В процессе управления качеством продукции необходимо четко отслеживать уровень удовлетворенности потребителей. Актуальными на текущий момент времени являются маркетинговые исследования рынка и анализ удовлетворенности уже приобретенных клиентов, потребителей.

Рассматривая современные тенденции по внедрению систем менеджмента качества на предприятия, нельзя не отметить один из главных принципов – ориентацию на удовлетворение требований и ожиданий потребителей. Без точных оценок удовлетворенности потребителей менеджеры не могут принимать эффективных решений о том, что именно требуется улучшать в продукции и обслуживании. Чем выше уровень удовле-

творенности покупателей продукцией компании, тем выше вероятность ее повторного приобретения теми же покупателями в будущем. Именно исследование факторов, влияющих на удовлетворение потребителя, является центральным моментом в современных промышленных маркетинговых исследованиях. Исследования, посвященные измерению и оценке удовлетворенности потребителей, в настоящее время приобретает все большую актуальность [7].

Проблемой многих отечественных предприятий является ограниченность использования информации, отражающей удовлетворенность потребителей.

Прослеживается многообразие методических подходов к оценке удовлетворенности потребителей. В большинстве методических подходов предлагается оценить продукцию, услуги и эффективность работы компании по определенному набору критериев.

Существующие на данный момент методы анализа удовлетворенности клиентов разделяются на две подгруппы: классические методы – включают в себя все возможные виды анкетирования, традиционные опросы, интервью; новые методы – Web-опросы, IVR-опросы, SMS-опросы, LBS (Location Based Services), анализ текстовых данных, системы распознавания речи, автоматическое определение ключевых слов, голосовой IVR, анализ формант и других тембральных характеристик голосового спектра, скоринговые модели на основе базы инцидентов и откликов клиентов, анализ СМИ.

Классические методы базируются на составлении анкет для анализа удовлетворенности по-

требителей, проведении опросов, интервью и прочих методах, не задействующих сложных технологий. К классическим методам относятся следующие:

**Традиционные опросы.** Опрос клиентов при выходе из магазинов-салонов либо при звонках в контактный центр. Преимущество этой технологии в том, что клиент предпочитает общаться с живым человеком и отвечает на вопросы охотнее. Недостаток – данная технология наиболее дорогая из всех (количественный анализ).

**Интервью.** Интервью можно рассматривать как один из самых распространенных методов получения информации у респондентов интервью. Интервью заключается в задавании людям специальных вопросов, ответы на которые позволяют исследователю получить необходимые сведения в зависимости от задач исследования (качественный анализ).

**Анкетирование.** Анкетированием называется метод сбора мнений посредством заполнения анкет. Данный метод позволяет получать информацию о мнениях людей, мотивах поведения, намерениях и т. д. В отличие от интервью анкетирование предполагает письменные ответы лица, заполняющего анкету (качественный анализ).

**Новые методы.** Новые методы анализа качества базируются на использовании современных технологий, спутниковых связей, Интернет-технологий и др. К современным методам относятся следующие:

**Веб-опросы.** Прогрессивная технология, позволяющая производить опросы в удобное для клиента время, заходя на сайт компании и авторизовавшись в личном кабинете. Преимущество этой технологии в том, что она наименее затратная и удобна для клиентов, пользующихся Интернетом. Недостаток в том, что охватить большую часть населения пока тяжело в связи с недостаточным уровнем проникновения Интернета в небольших городах. Кроме того, клиентов сложнее стимулировать к участию в таких опросах, потому как проведение опросов в Интернете обычно ассоциируется у них со значительными затратами времени.

**IVR-опросы.** IVR – это «интерактивное голосовое меню». Сбор информации в контактном центре, переводя звонки абонентов после разговора с оператором на IVR, в котором ему будет предложено ответить на 2–3 вопроса, например оценить по пятибалльной шкале, насколько клиент был доволен общением с оператором, насколько он удовлетворен решением своего вопроса, порекомендует ли он вашу компанию своим друзьям, родственникам и т. д. Достоинство этого метода в том, что информация о взаимодействии с оператором собирается сразу после звонка и клиент может сразу зафиксировать свое впечатление от разговора. Кроме того, сбор данных проводится автоматически и не требует при-

влечения дополнительных сотрудников. В связи с этим такой метод относительно недорог. Недостатком метода является то, что не все клиенты соглашаются участвовать в опросе после звонка, не желая тратить время, поэтому для того, чтобы убедить их ответить на вопросы, требуется приложить дополнительные усилия.

**SMS-опросы.** Одним из перспективных способов сбора информации о впечатлениях клиента являются интерактивные sms-опросы, суть которых заключается в том, что клиент в любой момент может отослать на короткий номер ключевое слово с оценкой того или иного параметра удовлетворенности компании. Плюс метода в том, что сбор оценок может охватывать различные аспекты взаимодействия с компанией, кроме этого, он не очень затратен и удобен для клиентов. Недостаток в том, что обычно отсылка sms для клиента платная и не все готовы платить за то, чтобы поделиться своими впечатлениями. Поэтому приходится компенсировать клиентам затраты на высланные sms либо договариваться с оператором, чтобы sms-сообщения на этот короткий номер были для клиента бесплатными, а оплачивала бы их компания, которая собирает эти данные.

**LBS (Location Based Services – англ. Служба, основанная на местоположении).** Сервис, определяющий местоположение абонента по GPS или по ближайшим сотам GSM сети. Используя его совместно с sms-опросами, например, для выявления качества сервиса в офисах продаж, можно привязывать информацию о полученном негативном опыте к местоположению объекта, к которому относится негатив клиента. Позитивная сторона такой привязки в том, что в том случае, когда клиент отправляет sms с негативной информацией, можно проводить статистику по обслуживанию в каждой из точек продаж или сервиса, где осуществлялось взаимодействие с клиентом. Недостатком является необходимость дополнительного подключения LBS сервиса клиента и компенсации расходов на этот сервис.

**Автоматический анализ текстовых данных.** Этот способ подразумевает автоматический анализ тех электронных писем, которые приходят в компанию, на предмет наличия в них информации о негативном опыте взаимодействия с компанией. Технология работает по принципу, сходному с фильтрацией «спама» в Интернете. Достоинство метода в низких затратах на его применение и адаптацию, достаточно лишь установить и настроить программное обеспечение, которое будет проводить анализ писем и выделение из них «подозрительных», которым нужно уделить приоритетное внимание. Проблема в том, что электронные письма в большинстве случаев составляют лишь очень незначительное количество обращений клиентов в компанию и поэтому по-

лученная информация носит лишь вспомогательный характер.

Системы распознавания речи, автоматическое определение ключевых слов. Одной из очень перспективных и быстро развивающихся технологий является технология распознавания речи при общении с оператором в контактных центрах. Например, если абонент несколько раз употребляет при общении с оператором различные ключевые слова, характеризующие его негативное впечатление, например «проблема», «надоело», «не работает», «плохое качество» и так далее, это может явно характеризовать наличие негативно клиентского опыта и являться серьезным сигналом для уделения такому клиенту повышенного внимания. Достоинством данной технологии является автоматизированное определение абонентов с низкой удовлетворенностью в процессе общения с сотрудником офиса или оператором контактного центра, однако эта технология на текущий момент все еще недостаточно отточена для универсального применения и находится в процессе совершенствования. Тем не менее, если потратить время на обучение и настройку системы, даже имеющиеся на рынке варианты дают очень неплохие результаты.

Голосовой IVR. Технология, сочетающая применение стандартного IVR и систем распознавания речи, позволяет «имитировать» общение с оператором в автоматическом режиме, без привлечения сотрудников. При звонке на такой IVR клиент может задавать простые вопросы системе и получать ответы на них. Система автоматически распознает голос клиента и производит необходимое действие либо сохраняет информацию, которую сообщил клиент. Такая система также может быть использована для проведения вопросов по удовлетворенности, при этом клиенту гораздо удобнее и естественнее производить оценку и перемещение по пунктам IVR с помощью голоса, чем нажимая на клавиши телефона, соответственно этот способ в силу своей простоты для клиента может получить более широкое распространение, чем традиционный IVR. Недостаток в том, что установка и грамотная настройка такой системы обычно довольно сложна технически.

Анализ формант и других тембральных характеристик голосового спектра. Сравнительно новая и инновационная технология, позволяющая по голосу клиента определить уровень стресса, недовольства, раздражения либо, наоборот, его позитивные эмоции, такие как радость, расслабленность, спокойствие. Данная технология является родственной той, которая применяется в системах детектирования реакции человека на внешние воздействия типа «полиграфа», или, как говорят иначе, «детектора лжи». В адаптированном для применения в контактных центрах виде она позволяет довольно точно отслеживать эмо-

циональный фон беседы клиента с оператором даже при невысоком качестве связи. Пока она реализована в сравнительно небольшом количестве промышленных решений для трекинга удовлетворенности, но широкий набор определяемых голосовых характеристик помогает сделать достаточно точный вывод о том, какие эмоции испытывает говорящий. Данная система может быть использована для двустороннего измерения эмоционального состояния клиента с целью мониторинга негативных разговоров, дифференцированного обслуживания неудовлетворенных клиентов. Кроме этого, показатели, полученные в ходе работы данной системы, могут быть использованы для мотивирования операторов с целью повышения общего клиентского опыта от взаимодействия с компанией. Тем не менее при всех ее достоинствах внедрение данной технологии потребует довольно значительных затрат и усилий по установке и настройке.

Анализ СМИ. Этот способ подразумевает отслеживание сообщений СМИ, соответствующих заданной тематике. Как правило, анализ СМИ включает в себя наблюдение за рядом потенциальных источников (телеканал, радиостанция, периодическое печатное издание, блог и т. п.), сохранение найденного материала, фильтрация и категоризация, передача собранного материала для дальнейшего анализа. Продуктом мониторинга СМИ может являться фрагмент или полный текст статьи периодического печатного или Интернет-издания. При мониторинге СМИ обычно используются Интернет-поисковики или специализированные базы СМИ [4].

Решение проблемы повышения эффективности процесса анализа информации по удовлетворенности.

На наш взгляд, наиболее простым и достаточно эффективным методом является «Анализ СМИ», и соответственно мы решили выбрать именно этот метод для решения поставленной проблемы.

Анализ СМИ является наиболее перспективным из существующих в данное время методов анализа удовлетворенности клиентов. СМИ позволяют получить достоверную и объективную информацию о существующей ситуации на данный момент в мире. И соответственно в качестве анализа удовлетворенности клиентов и выявления необходимой информации, а в дальнейшем получения результатов в данной работе будет использован именно этот метод.

Анализ СМИ – отслеживание сообщений СМИ, соответствующих заданной тематике. Анализ СМИ используется для изучения эффективности PR- и рекламных кампаний, составления формируемого СМИ «портрета» организации, оценки общественного резонанса того или иного действия, отслеживания действий других компаний или индивидуумов.



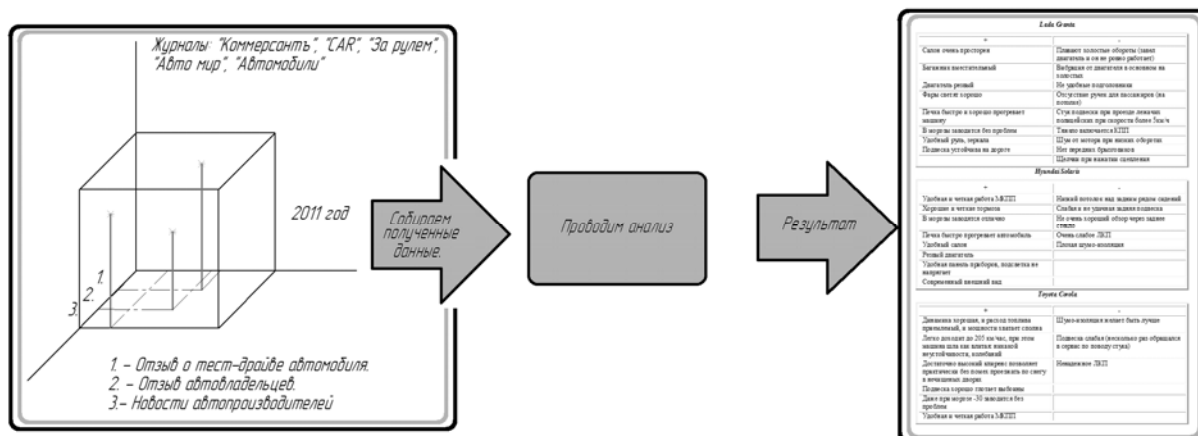
Анализ СМИ является инструментом управления удовлетворенностью потребителей. Он отражает изменение положения компании относительно предпочтений и взглядов текущих и потенциальных клиентов. Однако для корректного и эффективного использования данного инструмента необходимо правильно выявить, отобрать и расставить приоритеты [6].

## Алгоритм анализа СМИ

Информационный массив, который представляют СМИ и Интернет-ресурсы, по-настоящему велик и при этом весьма динамичен. Информационное поле постоянно изменяется, и свое отражение в многочисленных источниках почти мгновенно находят действия конкретных компаний, тенденции рынка, повороты ситуации в экономике и другие важные события. И речь идет не

только о газетах и журналах, но и новостных сайтах, форумах и блогах.

Для более подробного изучения информации нами была разработана модель анализа информации об удовлетворенности владельцев новых автомобилей. На основе разработанной модели был проведен анализ базы данных СМИ за 2011 год. Для большего удобства результат будет выводиться в виде таблиц. Чтобы обеспечить большую наглядность, а также удобный поиск необходимой статьи в дальнейшем, в таблице «Анализ новостей автопроизводителей (опции)» созданы несколько граф: «Бренд», «Название статьи», «Аннотация», «Источник». В данной статье представлена лишь малая часть проведенного анализа.



**Рис. 1. Модель анализа**

В представленной модели (рис. 1) проводится анализ СМИ с помощью трех основных видов входных данных:

Отзывы о тест-драйве автомобилей. Тест-драйв – это возможность проехать в автомобиле и задать интересующие вопросы консультанту автосалона. А также возможность оценить все минусы и плюсы интересующего вас автомобиля.

Отзывы владельцев автомобилей. Отзывы владельцев, у которых уже есть опыт эксплуатации интересующего нас автомобиля, дают наиболее объективную и достоверную информацию, нежели отзывы конструкторов и всевозможных специалистов.

## Новости автопроизводителей.

Проводя анализ СМИ, мы задались целью изучить критерии, определяющие удовлетворенность потребителей, а также узнать, какой из существующего многообразия критериев является приоритетным для клиентов.

Компания Nielsen провела опрос российских автовладельцев и выявила, какие критерии являются определяющими при выборе нового автомобиля:

Качество и надежность – 66%.

Стоимость автомобиля – 58%.

Расхода топлива – 51% автовладельцев считают этот фактор определяющим.

Безопасность – одним из главных ориентиров считают 43% автовладельцев.

Экологичность автомобиля для россиян не особенно важна – всего 6% принимают ее во внимание.

Компания Nielsen также предоставила перечень наиболее важных опций для россиян при покупке автомобиля. Большинство отметили гидроусилитель руля (73%) и подушки безопасности (70%), при этом такие системы, как ABS и ESP, более важны для мужчин (63 и 32% соответственно), в то время как женщины скорее не будут рассматривать автомобиль без автоматической коробки передач (48%) (табл. 1).

Из представленных выше данных видно, что приоритетными для клиентов являются такие критерии, как качество, надежность, экономичность автомобиля, безопасность и прочие. А наиболее важными опциями являются: гидроусилитель руля, подушка безопасности, АКПП и другие. Исходя из полученных данных мы провели анализ нескольких автомобилей, наиболее распространенных на российском авторынке.

Таблица 1

## Перечень наиболее важных опций

№	Наименование	Процент
	Гидроусилитель руля	73%
	Подушка безопасности	70%
	ABS (муж.)	63%
	Автоматическая коробка передач (жен.)	48%
	ESP (муж.)	32%

Проанализировав несколько отзывов о тест-драйвах трех известных моделей автомобилей (сравнительный анализ среди нескольких отзывов из разных изданий журналов «CAR», «За рулем», «АВТО.ВЕСТИ.RU», «АВТО.MAIL.RU», «Купи Авто».) Toyota Corola, Lada Granta – новинка этого года и Hyundai Solaris, можно сделать вывод:

– у Toyota Corola самая богатая базовая комплектация. Toyota Corola легка в управлении, у нее высокий клиренс, удобный и комфортабельный салон, отличная шумо-изоляция. Легко заводится даже при  $-35^{\circ}\text{C}$ . Один из наиболее значительных минусов данной модели – это плохой обзор заднего стекла, так как мешают задние подголовники;

– у Lada Granta ввиду того, что она является бюджетным автомобилем, самая ограниченная базовая комплектация. Сильно улучшилось качество пластика в интерьере (по сравнению с дру-

гими моделями Lada) – все панели подогнаны добротно, появилась такая опция безопасности, как «Биппер», легкий и удобный руль. Но даже когда Lada Granta находится в статичном положении, в автомобиле постоянно ощущается переменная вибрация от мотора, эта вибрация серьезно передается на коробку передач и немного – на сиденья пассажиров;

– подвеска Hyundai Solaris удовлетворит автолюбителей российских городов: ямы проглатываются с покачиванием кузова, но без ударов и жестких пробоев. Двигатель с мотором 1,6 достаточно мощный и при этом не вызывает акустического дискомфорта на высоких оборотах коленвала. Hyundai Solaris легок и прост в управлении. Очень плохой обзор через заднее стекло. А также весьма маленький и неудобный багажник.

Результаты анализа представлены в виде табл. 2 – Hyundai Solaris, табл. 3 – Lada Granta, табл. 4 – Toyota Corola [2, 5].

Таблица 2

## Hyundai Solaris

+	-
Удобное место для водителя	Базовая комплектация у него действительно базовая: ГУР, одна подушка безопасности, передние электростеклоподъемники, регулировки руля и водительского кресла по высоте
Двигатель с мотором 1,6 литра умеет тянуть с самых низов и при этом не вызывает акустического дискомфорта на высоких оборотах коленвала	Пластик в салоне жесткий, качество обшивки посредственное
Рулить легко	Багажник маленький и неудобный
Подвеска понравится жителям российских городов: ямы проглатываются с покачиванием кузова, но без ударов и жестких пробоев	Не очень хороший обзор через заднее стекло

Таблица 3

## Lada Granta

+	-
Сильно улучшилось качество пластика в интерьере – все панели подогнаны добротно, никаких бросающихся в глаза зазоров и сколов нет	Салон сделан «дешево и сердито»
Биппер, поэтому пристегнутый ремень безопасности и незакрытые двери вызывают гнев электроники	Явная оплошность – близкое расположение подстаканников к коробке передач
Легкий руль давал возможность для быстрого маневрирования	Отсутствуют верхние боковые ручки
Granta цепко держит связь с дорогой на скорости	5-ступенчатой МКПП «Гранты» нет, это все та же до боли знакомая и совершенно никак не переработанная трансмиссия из «десятки» – длинные ходы, передачи втыкаются в пазы с усилием
Мертвая зона минимальна и совсем не мешает во время движения	Даже когда «Гранта» находится в статичном положении, в автомобиле постоянно ощущается переменная вибрация от мотора, который плюс ко всему еще и не очень ровно держит холостой ход. Вибрация серьезно передается на коробку передач и немного – на сиденья пассажиров
До ушей пассажиров доносится гораздо меньше посторонних звуков, особенно это чувствуется водителю и переднему пассажиру	Обширное запотевание лобового стекла во влажную и мокрую погоду
	Явный заводской брак – фонари запотели на 30%

Таблица 4

*Toyota Corola*

+	-
Кузов внешне очень привлекательный	Плохой обзор заднего стекла, мешают задние подголовники
Отличная управляемость	Обзор ухудшают широкие передние стойки
Хорошая шумоизоляция	Очень слабое ЛКП, легко появляются царапины
Запускается легко при любой температуре -32+35°C	Скрипит панель приборов
Удобный салон	Слабый свет фар
Четкие тормоза	
Клиренс достаточно высокий (для бордюров)	
Двери закрываются без усилий и с приятным звуком	
Ходы коробки четкие и короткие, орудовать рычагом КПП одно удовольствие	
Вместительный и удобный багажник	
Печка и кондиционер работают тихо, быстро начинают работать	

Анализ отзывов владельцев автомобилей проведен аналогично анализу отзывов о тест-драйвах по базе данных СМИ за 2011 год.

Для выявления сильных и слабых сторон автомобилей проводим сравнительный анализ.

Рассмотрев несколько отзывов автовладельцев Toyota Corola, Lada Granta, Hyundai Solaris (сравнительный анализ среди нескольких отзывов из разных изданий журналов «CAR», «За рулем», «АВТОМОБИЛИ», «АВТО МИР»), пришли к выводу:

Toyota Corola обладает просторным и комфортным салоном и имеет очень вместительный багажник. Динамика движения хорошая и расход топлива экономичный. Достаточно высокий клиренс позволяет практически без помех проезжать по снегу в нечищенных дворах. Удобная и качественная МКПП. Подвеска слабая, со временем появился стук. Также шумоизоляция оставляет желать лучшего.

Из положительных качеств Lada Granta можно отметить просторный салон, вместительный

багажник. Печка быстро и хорошо прогревает машину, даже при -35°C. Резвый и мощный двигатель, устойчивая подвеска на дороге – доставляет удовольствие при вождении. Можно отметить такие недостатки, как плавающие холостые обороты и присутствие вибрация от двигателя (в основном на холостых оборотах). Минимализованная эргономика салона.

Hyundai Solaris обладает комфортным салоном, удобной панелью приборов, причем подсветка совсем не напрягает глаза. В морозы заводится без особых усилий, а печка быстро прогревает автомобиль. Из положительных качеств также можно отметить мощный двигатель, хорошие тормоза, удобную и четкую работу МКПП. К минусам стоит отнести следующие пункты: плохая шумоизоляция, низкий потолок над задним рядом сидений, слабая задняя подвеска [1, 5].

Результаты анализа представлены в табл. 5 – Hyundai Solaris, табл. 6 – Lada Granta, табл. 7 – Toyota Corola.

Таблица 5

*Lada Granta*

+	-
Салон очень просторен	Плавают холостые обороты (завел двигатель, и он неровно работает)
Багажник вместительный	Вибрация от двигателя в основном на холостых оборотах
Двигатель резвый	Неудобные подголовники
Фары светят хорошо	Отсутствие ручек для пассажиров (на потолке)
Печка быстро и хорошо прогревает машину	Стук подвески при проезде «лежачих полицейских» при скорости более 5 км/ч
В морозы заводится без проблем	Тяжело включается КПП
Удобный руль, зеркала	Шум от мотора при низких оборотах
Подвеска устойчива на дороге	Нет передних брызговиков
	Щелчки при нажатии сцепления

Таблица 6

*Hyundai Solaris*

+	-
Удобная и четкая работа МКПП	Низкий потолок над задним рядом сидений
Хорошие и четкие тормоза	Слабая и неудачная задняя подвеска
В морозы заводятся отлично	Не очень хороший обзор через заднее стекло
Печка быстро прогревает автомобиль	Очень слабое ЛКП
Удобный салон	Плохая шумоизоляция
Резвый двигатель	
Удобная панель приборов, подсветка не напрягает	
Современный внешний вид	

Таблица 7

*Toyota Corola*

+	-
Динамика хорошая, и расход топлива приемлемый, и мощности хватает сполна	Шумоизоляция желает быть лучше
Легко доходит до 205 км/час, при этом машина шла как влитая: никакой неустойчивости, колебаний	Подвеска слабая (несколько раз обращался в сервис по поводу стука)
Достаточно высокий клиренс позволяет практически без помех проезжать по снегу в нечищенных дворах	Ненадежное ЛКП
Подвеска хорошо глотает выбоины	
Даже при морозе -30 заводится без проблем	
Удобная и четкая работа МКПП	

Проведен анализ информации, которую предоставили автопроизводители по новым опциям автомобилей.

По результатам исследования публикаций СМИ за 2011 год остановили свой выбор на автомобилях LADA. Отметили такие новшества, как то, что ОАО «АВТОВАЗ» планирует выпускать тысячи машин, оборудованных встроенной нави-

гационной системой GPS-ГЛОНАСС, АБС, кондиционерами. Например, у автомобиля Lada Largus будут трехточечные ремни безопасности, подушки безопасности водителя и переднего пассажира и система Isofix для крепления детского кресла [3, 5]. Результаты анализа представлены в виде табл. 8.

Таблица 8

*Анализ новостей автопроизводителей (опции)*

№	Бренд	Название статьи	Аннотация	Источник
3	LADA	АВТОВАЗ к концу года будет выпускать тысячи автомобилей с ГЛОНАСС	Крупнейший российский производитель легковых автомобилей ОАО «АВТОВАЗ» будет выпускать к концу текущего года тысячи машин, оборудованных встроенной навигационной системой GPS-ГЛОНАСС, сообщил РИА Новости вице-президент АВТОВАЗа по техническому развитию Евгений Шмелев	01.06.2011. РИА НОВОСТИ
2	LADA	У LADA все больше новых опций	АВТОВАЗ запустил в производство опытные партии автомобилей LADA Kalina «люкс» в двух новых комплектациях. Опытная сборка предполагает освоение сразу нескольких опций, которые улучшают потребительские свойства автомобилей. В новой комплектации на хэтчбеки LADA Kalina с 16-клапаным двигателем объемом 1,6 литра устанавливаются спойлер и спортивные передний и задний бамперы. Видоизменен и интерьер: потребителю предлагаются салон черного цвета «базальт» и кожаная обивка сидений. Сборка опытных партий этой модели продолжает дальнейшее развитие семейства автомобилей LADA Kalina, которые недавно также обзавелись штатной навигационной системой. Вскоре дополнительными опциями АВТОВАЗ начнет насыщать и LADA Priora	31.05.2011. ЭХО МОСКВЫ
3	LADA	Lada Largus будет выпускаться в трех модификациях	Как говорил ранее вице-президент по продажам и маркетингу АВТОВАЗа Артем Федосов, товарные универсалы в зависимости от модификации будут оснащаться регулируемым по высоте водительским сиденьем, кондиционером, АБС, а также MP3-магнитолой. Кроме того, у автомобиля будут трехточечные ремни безопасности, подушки безопасности водителя и переднего пассажира и система Isofix для крепления детского кресла. В базовой комплектации пятиместный универсал Lada будет стоить 340 тысяч рублей, а топовая версия в семиместном исполнении обойдется покупателям в 420 тысяч рублей	14.07.2011. АВТОСТАТ

Таким образом, текущая ситуация развития автомобильного рынка России показывает, что происходит ужесточение конкуренции между автопроизводителями. В этих условиях конкурентоспособность продукции зависит в том числе и от внедрения современных средств исследования удовлетворенности потребителей, к числу которых для автомобиля относится надежность. Среди наиболее эффективных инструментов измерения удовлетворенности в современных условиях следует выделить анализ СМИ. Данный метод позволяет точно и полно оценить слабые и силь-

ные стороны рассматриваемого товара. Весь информационный массив представленного СМИ очень велик и динамичен, для получения более полного результата была разработана модель анализа информации об удовлетворенности владельцев новых автомобилей. Результаты, представленные авторами, подтверждают эффективность анализа СМИ. В связи с этим покупатели и клиенты вполне могут использовать анализ СМИ для получения необходимой информации и, уже ориентируясь на эти данные, прийти к верному выбору.

*Библиографический список*

1. Авто.Вести.Ru специальный проект веб-сайта Вести.Ru. Lada Granta: первый тест-драйв народного автомобиля. 21.10.2011.
2. АВТО.MAIL.RU. Lada Granta. Спрашивали? Отвечаем. 21.10.2011.
3. РИА НОВОСТИ. АВТОВАЗ к концу года будет выпускать тысячи автомобилей с ГЛОНАСС. 01.06.2011.
4. <http://vmarketinge.ru/pages>
5. Архив СМИ за 2011 год.
6. Козловский В. Н. Обеспечение качества и надежности системы электрооборудования автомобилей : автореф. ... д.т.н.: 05.09.03. – Тольятти, 2010.

---

***V. N. Kozlovsky\****

*\*Kozlovsky Vladimir, PhD in Technical sciences, Professor of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
Kozlovskiy-76@mail.ru*

***E. V. Polyakova\****

*\*Polyakova Ekaterina, Assistant of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
Polyakova-88@mail.ru*

***E. S. Pimkina\****

*\*Pimkina Ekaterina, Assistant of  
Volga Region State University of Service, Togliatti  
Katrinka\_7777@mail.ru*

**ANALYTICAL STUDY OF MASS MEDIA INFORMATION IN TERMS OF QUALITY  
AND RELIABILITY OF PASSENGER CARS**

*Key words: quality, reliability, car, electrical equipment.*

*The article features the results of studying the issue of adapting the mass media information to the problem of effective assessment of quality and reliability of electrical equipment, in particular, and cars in general.*

---

© Козловский В. Н., Полякова Е. В., Пимкина Е. С., 2012

УДК 336.226.1

**Л. В. Улыбина\****\*Улыбина Лариса Витальевна, кандидат экономических наук, доцент**Чебоксарский кооперативный институт Российского университета кооперации, г. Чебоксары*

13.larisa@mail.ru

## НДФЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЫРАВНИВАНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

*Ключевые слова:* налог на доходы физических лиц, неравенство в доходах населения, прогрессивное налогообложение, контроль за расходами физических лиц.

*Раскрывается социально-экономическая сущность подоходного налогообложения, выявляются роль и значение НДФЛ в формировании доходной части бюджета Российской Федерации, определяется степень неравенства в доходах населения страны, предлагаются пути решения современных проблем в налогообложении доходов физических лиц.*

Налог на доходы физических лиц (подоходный налог с населения) занимает одно из значимых мест в бюджетных доходах большинства развитых стран мира. Данный налог носит ярко выраженный социальный характер, обладает большими возможностями воздействия на уровень реальных доходов населения и обеспечивает стабильный рост поступлений в бюджет за счет увеличения доходов граждан.

НДФЛ не только призван обеспечить государство и его субъекты финансовыми ресурсами, но и содействовать решению социально-экономических проблем в обществе. Поэтому его следует рассматривать не только как инструмент, удовлетворяющий фискальные потребности бюджетной системы государства, но и как механизм макроэкономического регулирования, позволяющий осуществить переход к формированию в России социально ориентированного государства.

Однако в настоящее время НДФЛ не оказывает существенного воздействия на процессы пе-

рераспределения ВВП в нашей стране и практически не влияет на регулирование неравенства населения по доходам. В результате нивелирования роли государства в регулировании доходов населения, в том числе посредством налоговых рычагов, сложились экономически неоправданные различия в оплате труда между наемными работниками и работодателями, регионами, видами экономической деятельности, что породило значительную дифференциацию в доходах россиян.

Подоходный налог с населения в большинстве развитых стран является самой крупной статьей доходов государственного бюджета. Наибольшую долю в общей сумме налоговых поступлений подоходный налог составляет в Дании – более 50%, в других странах этот показатель колеблется в пределах 25-35%. В Российской Федерации доля НДФЛ в структуре доходов и общих налоговых поступлениях значительно ниже (табл. 1).

Таблица 1

**Налоговые поступления в консолидированные бюджеты регионов  
Российской Федерации в 2009–2010 гг. \***

Вид налога	Доля налогов в ВВП, %		Доля налогов в налоговых доходах, %	
	2009	2010	2009	2010
Налог на прибыль организаций	2,8	3,8	29,0	33,9
Налог на доходы физических лиц	4,2	4,5	41,6	40,0
Акцизы	0,3	0,8	2,6	7,3
Налоги на совокупный доход	0,4	0,5	4,5	4,0
Налоги на имущество	1,3	1,6	13,7	14,0
Платежи за пользование природными ресурсами	0,2	0,1	2,5	0,8
Налоговые доходы – всего	9,8	11,3	100	100

\*Источник: Росстат.

Экономическая сущность налогов проявляется через механизм реализации ими функций. Налогам присуще выполнение таких функций, как фискальная, распределительная, регулирующая, контрольная. Содержание данных функций в подоходном налогообложении представлено в табл. 2.

Эффективная реализация указанных функций НДФЛ характерна для экономически развитых стран. Современный же этап развития нашей страны характеризуется недостаточностью роли социально функции НДФЛ, ее неадекватностью сложившимся социально-экономическим усло-

виям. Сегодня налог выполняет в основном фискальную функцию и практически не выполняет своего основного предназначения – сокращение неравенства в распределении доходов населения.

Неравенство в распределении доходов населения присуще всем государствам и имеет в ка-

ждой стране приблизительно одни и те же пропорции. Оценка экономического неравенства населения служит основанием для реализации государственной политики в области распределения доходов.

Таблица 2

**Функции подоходного налога и их содержание**

Функции	Содержание
Фискальная	Выступает одним из бюджетообразующих налогов и основным финансовым источником субъектов РФ
Распределительная	Является инструментом сглаживания в поляризации доходов различных слоев населения
Регулирующая	Выступает регулятором воздействия на увеличение потребительского спроса через увеличение покупательной способности населения
Воспроизводственная	Служит для обеспечения достойного уровня воспроизводства и проживания человеческого и трудового потенциала
Социальная	Является мерилем социальной справедливости в обществе и инструментом реализации социальных задач, определенных государством

Анализ доходов населения с точки зрения их дифференциации может опираться на построение кривых Лоренца. Кривая Лоренца устанавливает соотношение между численностью населения и объемом получаемого суммарного дохода. Если совокупный доход распределяется между отдельными лицами абсолютно равномерно, т. е. все доходы равны, то кривая Лоренца совпадает с линией 45° (биссектрисой) и доля любого квантиля получателей доходов совпадает с его долей в общем числе получателей дохода. То есть если бы такое равенство в распределении доходов существовало, то 20% населения получали бы 20% от совокупного дохода общества, 40% населения соответственно 40% и т. д. Реальное же распределение доходов в обществе характеризуется

степенью отклонения кривой Лоренца от биссектрисы. Измерив отклонение кривой Лоренца от биссектрисы, получают показатель, характеризующий степень неравенства, который в экономической литературе получил название коэффициента концентрации доходов или коэффициента Джини. Этот коэффициент может принимать значение от 0 до 1. Соответственно, чем выше значение коэффициента, тем сильнее неравенство.

На основе этих показателей проанализируем ситуацию, которая сложилась в отношении доходов российского населения. Распределение доходов населения нашей стране по 20-процентным группам в зависимости от получаемых доходов представлено в табл. 3.

Таблица 3

**Распределение денежных доходов населения РФ по 20-процентным группам за 2006–2010 гг.**

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010
Денежные доходы – всего, в том числе по 20-процентным группам населения:	100	100	100	100	100
первая (с наименьшими доходами)	5,7	5,5	5,4	5,6	5,5
вторая	10,5	10,2	10,1	10,3	10,3
третья	15,4	15,2	15,1	15,3	15,3
четвертая	22,8	22,7	22,7	22,7	22,7
пятая (с наибольшими доходами)	45,6	46,4	46,7	46,1	46,2

Анализ в динамике основных децильных коэффициентов, характеризующих степень неравен-

ства в распределении денежных доходов населения, представлен в табл. 4.

Таблица 4

**Динамика коэффициентов, характеризующих неравенств доходов населения РФ за 2006–2010 гг.**

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010
Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов)	0,416	0,423	0,422	0,422	0,414
Коэффициент фондов (коэффициент дифференциации доходов), раз	13,8	14,7	15,2	14,4	14,6
Коэффициент бедности (доля населения с доходами ниже прожиточного минимума)	0,15	0,13	0,14	0,13	0,13

Для сравнения: в 1991 г. в РФ коэффициент Джини составлял 26%, в 1992 г. – 28,9%, в 1994 г. – 40,9%, в 1998 г. – 37,9%.

В мировой практике согласно классификации, предложенной для стран ОЭСР, существует следующая шкала степеней неравенства: экономика с очень низкой (коэффициент Джини равен 0,20–0,22), низкой (0,24–0,26), средней (0,29–0,31)

и высокой степенью неравенства (0,33–0,35). Применяя эту шкалу к нашей стране можно сделать вывод, что степень неравенства в доходах населения намного выше пограничного значения.

При критическом разрыве в доходах населения, нивелирующем назревание социальных конфликтов в обществе, в 7–8 раз, в РФ этот показатель составляет вдвое больше допустимого. В этих

условиях многие ученые и экономисты склоняются к возврату применения прогрессивного налогообложения доходов физических лиц, которое существовало в нашей стране до 2001 г.

Стремясь вывести уплату НДФЛ из тени, российские законодатели ввели с 2001 г. плоскую шкалу налогообложения. При этом все последующие годы наблюдался значительный рост поступления данного налога в бюджет, что служило чиновникам оправданием решения о переходе на единую ставку налогообложения. Однако расчеты показали, что в основном рост поступлений объясняется не переходом к линейному налогообложению, а другими причинами – высокими темпами инфляции и, как следствие, ростом заработной платы в абсолютном выражении.

Плоская шкала НДФЛ облегчила только налоговую отчетность, которую можно было бы упростить и без этого, но введение такой шкалы нарушило параметры социально-экономической стабильности в стране, поскольку ввело дополнительное налоговое бремя на тех, кто и без этого не обладал богатством.

Введение пропорционального налога в период огромной дифференциации доходов противоречит теории и практике и нарушает принцип справедливости. На наш взгляд, следует восстановить прогрессивный налог на высокие и сверхвысокие доходы. Как отмечал русский экономист А. А. Исаев, «государство облагает граждан прогрессивно с увеличением их доходов потому, что оно само – главный виновник образования частными лицами больших имуществ и приобретения доходов» [2]. Безусловно, к установлению предельной ставки налога на высокие доходы физических лиц следует подходить взвешенно, принимая во внимание возможности бегства капиталов из России и ухода бизнеса в тень.

В 2001 г. на обсуждение был вынесен законопроект «О внесении изменений в главу 23 части второй Налогового кодекса РФ» (в части введения прогрессивной шкалы налога на доходы физических лиц и повышения стандартного и имущественного налоговых вычетов). В указанном законопроекте предлагалась следующая шкала ставок налога на доходы физических лиц (табл. 5).

Таблица 5

**Прогрессивная шкала ставок налога на доходы физических лиц, предлагаемая Советом Федерации ФС РФ**

Сумма дохода, млн руб.	Ставка налога
До 3	13%
От 3 до 15	0,39% + 25% с суммы, превышающей 3 млн руб.
От 15 до 30	3,39% + 35% с суммы, превышающей 15 млн руб.
Свыше 30	8,64% + 50% с суммы, превышающей 30 млн руб.

Различные варианты прогрессивной шкалы ставок налога на доходы физических лиц имеют свои специфические особенности. С учетом этих особенностей предложено на первоначальном этапе развития потенциала рассматриваемого налога ввести трехступенчатую прогрессию за счет введения необлагаемого минимума и повышенной ставки для высоких доходов. Такая система ставок в большей мере будет отвечать принципам всеобщности и равенства налогообложения.

В то же время с одной стороны такая система может сохранить прежний уровень поступления налога в бюджет, а с другой совокупная налоговая нагрузка на фонд оплаты труда может не потерять стимулирующего характера.

Мы согласны с доктором экономических наук Б. Х. Алиевым, который предлагает увязывать шаг прогрессии с кратной величиной прожиточного минимума и на основании этого установить следующую шкалу ставок по НДФЛ (табл. 6) [1].

Таблица 6

**Прогрессивная шкала ставок по налогу на доходы физических лиц в зависимости от величины прожиточного минимума**

Размер дохода в месяц, руб.	Ставка налога, %
В пределах однократного прожиточного минимума	0
От 1 до 3 прожиточных минимумов включительно	5
От 3 до 6 прожиточных минимумов включительно	10
От 6 до 9 прожиточных минимумов включительно	15
От 9 до 12 прожиточных минимумов включительно	20
От 12 до 15 прожиточных минимумов включительно	25
Более 15	30

Достоинством этой модели является мягкий шаг прогрессии и постоянная индексация облагаемого дохода, что в условиях высокой инфляции в нашей стране играет немаловажную роль.

Безусловно, при переходе на прогрессивную систему налогообложения доходов физических лиц возможны потери, во-первых, из-за установления необлагаемого минимума и более низких ставок

налога в отношении лиц с низкими и средними доходами, во-вторых, по причине сокрытия от налогообложения в результате внедрения прогрессии части доходов. В этих условиях, на наш взгляд, необходимо принять меры по обеспечению более эффективного контроля за доходами, и особенно за крупными расходами физических лиц.



Использование системы контроля за соответствием расходов физических лиц их уровню доходов практикуется во многих развитых странах и является достаточно эффективным методом борьбы с уклонением от уплаты налогов физическими лицами. Например, Налоговый кодекс Франции содержит соответствующие таблицы с элементами образа жизни (арендная стоимость жилища; наличие слуг; стоимость транспортных средств, находящихся в собственности физического лица; наличие скаковых лошадей; членство в соответствующих клубах и т. д.). На основании этих данных налоговым органам предоставлено право применять формализованные или так называемые «косвенные» методы оценки дохода физического лица и сравнивать эти данные с доходом, заявленным в декларации. В случае, если оценка, проведенная таким образом, дает превышение задекларированного дохода более, чем на одну треть, налоговая инспекция вправе доначислить дополнительную сумму налога, штрафных санкций или даже привлечь лицо к ответственности, в том числе уголовной [3].

В нашей стране в конце 90-х – начале 2000-х также были предприняты попытки ввести систему определения доходов физических лиц на основании произведенных ими расходов. С этой целью в налоговый кодекс РФ были включены статьи 86.1 «Налоговый контроль за расходами физического лица», 86.2 «Обязанность организаций или уполномоченных лиц, связанных с проведением налогового контроля за расходами физического лица», 86.3 «Проведение налогового контроля за расходами физического лица». Но в

условиях развитой системы уклонения от уплаты налогов, отсутствия у налоговых органов административных ресурсов, соответствующего информационного обеспечения, нечеткой регламентации законодательного применения этих статей в плане проведения контроля и возможности привлечения к ответственности, данные меры не дали значительного эффекта и были отменены.

Вместе с тем мы считаем, что на сегодняшний день возможно возрождение системы выявления скрытых доходов физических лиц на основе их расходов, поскольку масштабы потерь по НДС в нашей стране приобрели масштабный характер и оцениваются специалистами в размере 3-3,5 % ВВП [4].

Например, в поле зрения налоговых органов не попадает достаточно значительная доля лиц, которые не имеют официального источника дохода, но получают доходы от оказания на дому различного рода услуг. При этом нет необходимости проводить какие-либо специальные розыскные мероприятия для выявления этих лиц, достаточно взять любую газету, где опубликованы частные объявления. Можно даже отследить тот факт, что некоторые услуги имеют разовый характер, а некоторые оказываются на регулярной основе по постоянному адресу. В этом случае налоговым органом для фиксирования факта получения дохода можно проводить так называемые «контрольные закупки». Даже применение в отношении налогообложения доходов данной категории лиц патентного налогообложения позволит значительно увеличить налоговые поступления в бюджет.

#### Библиографический список

1. Алиев Б. Х. Использование потенциала налога на доходы физических лиц в Российской Федерации и в промышленно развитых странах / Б. Х. Алиев, З. К. Кагиргаджиева, Р. А. Кадиева // Финансы и кредит. – 2011. – № 31. – С. 10.
2. Исаев А. А. Очерк теории и политики налогов. – М. : ЮрИнфоР-Пресс, 2004. – 270 с.
3. Сидорова Н. М. Солидарный налог на состояния во Франции // Налог и налогообложение. – 2009. – № 7.
4. Шмелев Ю. Д. О системе контроля за соответствием расходов физических лиц уровню их доходов // Финансы. – 2010. – № 2. – С. 30-34.

**L. V. Ulybina\***

\*Ulybina Larisa, PhD in Economics, Associate Professor of  
Cheboksary Cooperative Institute of the Russian University of Cooperation, Cheboksary  
13.larisa@mail.ru

#### INCOME TAX AS A TOOL FOR INCOME ALIGNMENT

*Key words: income tax, income inequality, progressive taxation, control of individuals' expenses.*

*The article reveals the socio-economic essence of the income tax. The author identifies the role and importance of income tax in forming the revenues of the Russian Federation budget. The degree of inequality in incomes of the population is determined in this work; certain ways are suggested for solving the current problems of taxation of individuals.*

## CONTENTS

### Economic Policy: Strategy and Tactics

- Pyrsheva Marina** **9**  
**FEATURES OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF MODERN RUSSIA**  
*The article considers the main changes in the system of international relations and the role of Russia in their reconstruction. The author analyzes the interaction between Russia and former Soviet countries and explains the role and importance of integration processes in the former Soviet Union. The measures needed to enhance the interactions aimed at integration are outlined in the work.*
- Dudko Victor** **14**  
**REGIONAL ECONOMY, THE NEED FOR MODERNIZATION  
 AND ITS REGIONAL PECULIARITIES**  
*The article deals with peculiarities of economic modernization in the regions.*

### Interstate management

- Pyrsheva Marina** **19**  
**Meshcheryakova Elena**  
**POTENTIAL OF INTEGRATION PROCESSES IN POST-SOVIET SPACE.  
 FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY  
 OF THE MEMBERS OF THE CUSTOMS UNION**  
*The article considers modern integration processes, taking place in the former Soviet Union. The author describes the prospects for the development and expansion of the Customs Union of Russia, Belarus and Kazakhstan. The results of the accession of Ukraine and Kyrgyzstan to the existing Customs Union are analyzed in this work, as well as foreign economic activity of the members of the Customs Union.*

### International experience

- Vyvolokina Svetlana** **23**  
**Gagarinskaya Galina**  
**MEANS OF PUBLIC POLICY FOR SOLVING PROBLEMS OF  
 ALCOHOLISM AMONG THE POPULATION  
 (INTERNATIONAL EXPERIENCE AND RUSSIAN REALITY)**  
*The article considers the international experience of effective public policies to address alcohol abuse among the population. The author has studied the actions taken by the Russian government to deal with this problem. The work features the analysis of the results of alcohol policy realized in the Russian Federation; certain conclusions are drawn.*
- Filatova Irina** **28**  
**USE OF FOREIGN EXPERIENCE IN THE REFORM  
 OF HEALTH CARE IN RUSSIA**  
*On the basis of the analysis of foreign experience, the article deals with the problems and prospects of paid medical services as one of the most important aspects of health care reform in Russia.*

### Public administration

- Barashkov Oleg** **33**  
**FEATURES OF ACCOUNTS PAYABLE  
 AND DEBT FINANCE IN MANUFACTURING PRODUCTION  
 OF THE RUSSIAN FEDERATION**  
*The article considers the industrial peculiarities of using the accounts payable as a source of financing for short-term funding needs of manufacturing enterprises of the Russian Federation. The work demonstrates the dependence of industrial strategies of debt finance on the profitability of products, financial results and other parameters of financial and economic activity.*
- Yuryeva Irina** **43**  
**INSTITUTIONAL FRAMEWORK OF PRIVATE PENSION FUNDS**  
*Private pension funds belong to the sphere of social security and are also the link of financial market infrastructure of the country. The social orientation of their activity helps to reduce social tension in the society, and makes it possible to meet the needs of retirees. By accumulating and investing significant funds in the economy, private pension funds contribute to increasing the share of accumulation fund in national income.*

## Managing social development

**Agapova Tatyana** 48

**Muzaleva Tatyana**

USING STATISTICAL METHODS FOR EVALUATION OF THE INFLUENCE  
OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS ON THE LEVEL OF CRIME IN THE COUNTRY

*The article features the method of analyzing the interrelation between the major crimes committed on the Russian territory, and the socio-economic factors, influencing the population. Using this technique makes it possible to predict the increase in crime and enhances the role of preventive measures against various types of crimes.*

**Vasilenko Irina** 52

**Pochechuyeva Sophia**

WAY OF RAISING COMPETITIVENESS OF UNIVERSITIES

*The article deals with the problem of university competitiveness together with the employment problems of university graduates; a graduate is regarded as investment, characterized by the net present value (NPV). The author presents mathematical model of NPV dependence on University financing, and on the incomes derived from the work of small and medium businesses in the University structure. The model shows the importance of such businesses for competitiveness of university and its graduates.*

**Vetoshko Galina** 55

THEORETICAL ASPECTS OF IMPROVING SOCIAL AND LABOR RELATIONS

*Social and labor relations are the essential element of any economic system, as the economically active population can not produce or provide services without taking the appropriate organizational forms for joint activities and mutual exchange of results of their labor.*

## Regional development

**Grashin Sergei** 60

ASSESSMENT METHODS OF CREATIVE POTENTIAL OF THE REGION

*Various aspects of corporate management have been the subject of numerous empirical studies over the past decade. This proves the fact that the investment community has begun to attach more importance to the relations between enterprises and various interested parties (stakeholders), as well as to the role that regional economic policy plays in the dynamics of the development of enterprise information capital.*

**Markova Olga** 63

NECESSITY AND MECHANISM OF HUMAN RESOURCES FOR SMALL ENTERPRISES

*The necessity of development of human resources in small businesses in the region that will contribute to solving the problems of small businesses and innovative nature of governance in the modern business environment.*

**Matyuschenko Natalya** 67

RECREATION INDUSTRY IN ANAPA AND GELENDZHİK IN THE BEGINNING  
OF SEASIDE RESORTS DEVELOPMENT

*In tourist destinations there is observed the increased concentration of recreation industry organizations, stipulated by historical development patterns of these areas and the social significance of the resort. For tourists the entertainment facilities are an integral part of tourism product, for they form tourist's idea of a modern resort and influence the final impression of a holiday spent.*

**Filatov Yuri** 73

THE IMPORTANCE OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN ENHANCEMENT  
OF INNOVATIVE PROCESSES AIMED AT REGIONAL DEVELOPMENT

*The article studies the economic problems associated with formation of special economic zones; they are regarded as an important factor of innovative development of the region. The article considers possibilities of using special economic zones in order to upgrade the production capacity by large-scale attraction of investment resources.*

## Regional service sphere: Economics, Organization and Management

**Starchikova Natalya** 77

PROSPECTIVE TRENDS AIMED AT RAISING COMPETITIVENESS IN HOTEL BUSINESS

*The article considers ways of raising competitiveness of services and attracting clients, as well as the establishment of the hotel chains with high quality services in order to improve the hotel performance and maximize profits.*

**Evstafieva Elena** 80

CERTAIN ASPECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS ON THE MUNICIPAL  
MARKET OF CONSUMER SERVICES

*The article features the results of the author's study of social responsibility of business sector, acting in the most significant market for the consumer, i.e. the service market.*

- Egorova Stella** 83  
**ORGANIZATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF TOURISM SERVICES**  
*The article studies the problems of management accounting of costs for providing tourism services, and factors influencing this process.*

- Filatova Vera** 89  
**COMPLEX ANTI-CRISIS BUSINESS-DIAGNOSTICS OF SERVICE INDUSTRIES**  
*One of the most effective approaches to the study of the causes of a possible crisis in the framework of strategic crisis management is comprehensive anti-crisis business diagnostics of service industries. Such analysis allows evaluating the symptoms and diagnosing the signs of the crisis long before its obvious appearance.*

## Human Resource Management

- Kalmykova Olga** 97  
**Gagarinskaya Galina**  
**FORMATION OF CONFLICTOLOGICAL COMPETENCE DURING PROFESSIONAL TRAINING FOR MANAGERS**  
*The article considers psychological and pedagogical conditions for the formation of conflictological competence among modern managers. Integration of managerial and conflictological training is considered in this work. The author analyzes the scientific and methodological basis of conflictological component in the training of a modern manager (scientific and methodological principles of development and implementation of conflictological component in the training of a modern manager; assessment methods for conflictological competence of managers). The article deals with the organizational aspects of conflictological component implementation in the training of today's managers.*

- Kalmykova Olga** 106  
**Gagarinsky Alexander**  
**SCALE OF MOTIVATIONAL STANDARDS AS A TOOL FOR EVALUATING THE STRUCTURAL ELEMENTS OF THE COMPETENCE OF EMPLOYEES**  
*The article deals with the problems of formation of motivational standard scales as a tool for assessment of the structural elements of employees' competence. The author analyzes the specific structure of the enterprise competencies and the structural representation of a model of employees' competence. The work considers the technology of forming the conflictological competence of the employee. The author has developed the model of interrelation between motivation and stimulation and the employee's competence, based on process-oriented approach.*

## Management and Marketing

- Bedayeva Kheda** 115  
**STAGES OF RISK MANAGEMENT IN INNOVATIVE INVESTMENT**  
*The article considers the basic stages of risk management in innovative investment.*

## Enterprises

- Davydovich Anna** 119  
**EVALUATION OF INVESTMENT EFFECTIVENESS AT CATERING ENTERPRISES**  
*The article features classification of investments for catering companies, as well as methods of evaluating the investment effectiveness. The author studies certain indicators, the system of which will allow comprehensive assessment of investment effectiveness for catering companies.*

- Chernyshova Irina** 123  
**Gornostayeva Alla**  
**ANALYSIS OF EVOLUTION OF INNOVATIVE MODELS USED AT INDUSTRIAL ENTERPRISES**  
*The article features the analysis of evolution of innovative models used at industrial enterprises.*

- Marchenko Tatyana** 127  
**Mayeva Alena**  
**APPROACHES TO CLASSIFICATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF OBJECTS**  
*Typology of competitive advantages, divided in classes is the theoretical basis for the effective management of these properties, and for analyzing peculiarities of such management, including that of the service sector. The absolute systematization of advantages of the objects based on one criterion is impossible because of their individuality. Consequently, the possible variants of competitive advantages classification, identified in the review of corresponding publications, require constant upgrading and expansion.*

- Marchenko Victoria** 136  
**Rachenko Tatyana**  
 USE OF SIMULATION MODELING DEVICE  
 FOR SOLVING THE PROBLEMS OF SALES FORECASTING  
*The article considers simulation modeling as a series of numerical experiments aimed at sales forecasting for mobile operators.*
- Erokhin Roman** 141  
 THEORETICAL BASIS OF FORECASTING COMPANIES' PERFORMANCE  
 BY USING CRISIS MANAGEMENT  
*Forecasting the performance of commercial enterprise using crisis management becomes necessary because the current market environment is characterized by high degree of uncertainty, while this process reduces the uncertainty of the environment and helps to define more precisely the ways to reach the company's goals.*
- Egorova Galina** 146  
**Degtyareva Natalya**  
 FEATURES OF CONSTRUCTIVE APPROACH TO MAKING  
 AND IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT DECISIONS  
*The article considers constructive approach to making management decisions, based on preference. The author has defined its principles, logic and specific conditions. Emphasis is placed on algorithm of evaluating the effectiveness of the decision.*
- Goloshchapova Tatyana** 154  
**Vetoshko Galina**  
 PROBLEMS OF RAISING EFFICIENCY OF COMPANY'S ECONOMIC POTENTIAL  
*The article features general approaches to improving efficiency of company's economic potential. The author has identified the problems that arise during the development and use of company's economic potential.*
- Blinov Andrey** 158  
 FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN CONDITIONS OF RESTRUCTURING  
*Restructuring will enhance economic efficiency and competitiveness, will provide creation of new organizational structures, management culture, and thus create new thinking of managers and professionals. The described process of effective implementation of changes in the activity of enterprises is possible due to formation of employee loyalty. Based on the analysis of aviation industry, the author has offered certain recommendations to address deficiencies in organizational culture. Components of loyalty management system have been defined, allowing employees to make timely changes in personnel policies, to minimize threats to corporate security and conflicts in the team. Using the system improves the staff loyalty and the company effectiveness as a whole.*
- Shnyakina Yulia** 164  
**Salonina Yana**  
 PRACTICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF ENTERPRISE EFFECTIVENESS  
*Transition to post-industrial stage of economic development made the issue of studying the enterprise effectiveness more relevant. Systematization of evidence-based approaches to the economic content of this category becomes necessary nowadays.*
- Sokolova Irina** 168  
**Prokhorova Natalya**  
 INTERNAL ACCOUNTING AS INFORMATION BASIS OF MANAGEMENT ANALYSIS  
*The article considers the nature and content of internal management accounting. The author describes the principles and conditions of its formation, types of internal management accounting and requirements for information basis of management analysis.*
- Nikitin Mikhail** 173  
**Zakharova Tatyana**  
 MARKET INNOVATIONS OF MODERN  
 CLIENT-ORIENTED MARKETING PROGRAMS OF RUSSIAN COMPANIES  
*The proposed concept of customer-oriented approach implies marketing analysis of the market success of certain types of domestic goods or services that have been produced or bought. The analysis is based on the author's criteria of market branching, i.e. ramification of market claims of economic coterium. This concept incorporates the issues of marketing identification of market environment conditions (inflation coefficient, energy costs, etc.) in predicting the profitability potential and the sales level of developed (new) types of goods and services of the Russian companies.*

## Discussion and debate

- Bogunov Leonid** 177  
 THE ROLE OF ECONOMIC THINKING NOWADAYS.  
 ASPECTS OF IMPLEMENTATION  
*The article considers the role of the «economic thinking» phenomenon at the present stage of national economic development. The author presents his own understanding of economic thinking, and analyzes the need and potential of forming economic thinking in the modern economic education, providing specific conditions.*

***Yushkova Svetlana***

**181**

**MODERN TENDENCIES IN STANDARDIZATION (BY THE EXAMPLE OF BANKING)**

*The author provides scientific and theoretical grounds for standardization used for management purposes; she also proves the feasibility of applying quality standards for creating the effective system of monitoring and management of business processes by the example of banks.*

***Kozlovsky Vladimir***

**190**

***Polyakova Ekaterina***

***Pimkina Ekaterina***

**ANALYTICAL STUDY OF MASS MEDIA INFORMATION IN TERMS OF QUALITY  
AND RELIABILITY OF PASSENGER CARS**

*The article features the results of studying the issue of adapting the mass media information to the problem of effective assessment of quality and reliability of electrical equipment, in particular, and cars in general.*

**Points of view**

***Ulybina Larisa***

**198**

**INCOME TAX AS A TOOL FOR INCOME ALIGNMENT**

*The article reveals the socio-economic essence of the income tax. The author identifies the role and importance of income tax in forming the revenues of the Russian Federation budget. The degree of inequality in incomes of the population is determined in this work; certain ways are suggested for solving the current problems of taxation of individuals.*

**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: dissovvet@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 помяток и вставок.
7. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
8. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5–6 строк), ключевые слова (не более 5–7), список литературы (не более 15 источников).
10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов)).
11. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
12. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисуночными подписями.
13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке пристатейных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
14. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
15. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
16. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
18. В анкете, указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.
19. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора(ов) и датой.
20. Статьи, соответствующие пп. 1–19 регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел.(8482) 22-26-50.
21. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.
22. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.
23. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

**С аспирантов за публикацию рукописей плата не взимается**



# Следующий выпуск в сентябре 2012 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>